Dulce Maria da Graça Magalhães

DIMENSÃO SIMBÓLICA DE UMA PRÁTICA SOCIAL: CONSUMO DO VINHO EM QUOTIDIANOS PORTUENSES

Foto cedida pelo I.V.P.

Dissertação de Doutoramento em Sociologia

Sob a orientação do:
Professor Doutor António Teixeira Fernandes

Faculdade de Letras da Universidade do Porto
2005

Dulce Maria da Graça Magalhães

DIMENSÃO SIMBÓLICA DE UMA PRÁTICA SOCIAL: CONSUMO DO VINHO EM QUOTIDIANOS PORTUENSES

Foto cedida pelo I.V.P.

Dissertação de Doutoramento em Sociologia

Sob a orientação do:
Professor Doutor António Teixeira Fernandes

Faculdade de Letras da Universidade do Porto
2005

À Ana e ao Orlando
Forças estruturantes da minha trajectória de vida

"Este vinho,
Corrobora,
Vivifica,
Rega o bofe
E percorre todas as veias do organismo."

Francisco Castanheira

AGRADECIMENTOS

Esta dissertação de Doutoramento, não teria resultado desta forma sem o apoio de um conjunto de pessoas e instituições que, formal ou informalmente, contribuíram para o produto final que hoje se apresenta. A todos eles, quero manifestar o meu agradecimento reconhecido pelo envolvimento que, de alguma forma, tiveram neste processo, nem sempre linear.

Ao Professor António Teixeira Fernandes, meu orientador, devo, acima de tudo, a possibilidade concreta de entregar agora este trabalho, pelo que fico imensamente grata. Foram as suas motivadoras palavras de estímulo que me permitiram abraçar a sua redacção quase com furor e determinação em não adiar por mais tempo a colocação do ponto final. A sua pronta disponibilidade para o diálogo, o debate de ideias e conceitos, a leitura atenta e perspicaz dos textos que iam sendo produzidos bem como os seus comentários sagazes, foram fonte de incentivo, de inspiração e até de amadurecimento, em muito contribuindo para o avanço deste processo. A flexibilidade com que tem vindo a acompanhar a minha trajectória nos meandros da Sociologia não pode deixar de ser referida.

Ao Professor José Alberto Rio Fernandes expresso o meu profundo agradecimento por ter aceite coordenar o projecto de investigação que apresentei à Fundação para a Ciência e Tecnologia, o qual me permitiu desenvolver com maior profundidade a vertente metodológica com vista à recolha de informação empírica que esteve na base desta pesquisa.

O Professor François Guichard (agradecimento póstumo) e o Professor Gaspar Martins Pereira desempenharam, desde o primeiro momento, um papel motivador neste percurso. O entusiasmo com que acolheram este tema que me predispus a *descobrir* em termos sociológicos, a disponibilidade para o diálogo, mormente alusivo ao vinho do Porto e as suas sugestões resultaram em ideias enriquecedoras e em momentos *vínicos* elementares. Lembro, também, reconhecidamente a prontidão com que aceitaram ler e comentar alguns dos textos que escrevi e que se vieram a revelar cruciais nesta investigação.

Ao Professor Carlos Gonçalves, expresso o meu reconhecido agradecimento por todo o apoio prestado, pela sua disponibilidade para ler os

textos produzidos no âmbito desta dissertação, pelos fortes incentivos com que me acolhia nos momentos de diálogo e pela diligência e interesse com que, enquanto responsável pelo curso, dissolveu obstáculos que poderiam ter comprometido o meu percurso.

O Professor João Teixeira Lopes, amigo de longa data, concedeu-me desde o início, o privilégio da interlocução constante. A forma com que acompanhou esta pesquisa desde os primeiros traços, ainda em projecto, o entusiasmo que me foi transmitindo ao longo da sua prossecução, o tempo, quantas vezes quase inventado, dedicado à troca de sugestões, a solicitude para me ouvir e a disponibilidade para ler todos os textos que eu ia produzindo foram prestimosos e serão sempre lembrados.

A Dra. Paula Guerra, como colega e amiga que é, esteve presente desde o primeiro momento. A sua solidariedade, a sua amizade e a sua disponibilidade para colaborar são inesquecíveis. Com ela pude trocar ideias, debater questões, discutir conceitos e jeitos de ser e de estar na Sociologia e nos mundos da vida. Com ela pude contar, mesmo nos momentos de maior desgaste. A sua presença inestimável fez-se sentir quer no terreno, quer em momentos de maior efervescência produtiva.

Lembro ainda os contributos prestados pelo Professor António Joaquim Esteves no início desta investigação, tal como os esclarecimentos e colaboração prestados pela Dra. Alexandra Lopes relativamente à construção, quer do inquérito por questionário, quer da base de dados relativa à informação recolhida pela aplicação do inquérito.

Ao Dr. Manuel Lourenço, devo o facto de ter aceite tratar estatisticamente os dados recolhidos no inquérito por questionário.

Ao Dr. Nuno Leal devo a grande tarefa de pormenor e exigência que é a formatação final da dissertação. Foram imensas as horas, que dia e noite, passou em volta disso. Pela sua total dedicação manifesto o meu reconhecimento.

O trabalho de revisão final da redacção da tese, contou ainda com a colaboração de Ana Magalhães e Dra. Fernanda Dória. A elas expresso a minha profunda gratidão.

A dedicação, empenhamento e envolvimento nesta pesquisa do João Pedro Queirós, estudante finalista do Curso de Sociologia da FLUP, são de enaltecer. Com ele pude contar quer para a realização de tarefas de grande mestria e rigor científicos, como para tarefas mais rotineiras, monótonas, mas exigentes em perícia informática e em cuidados de revisão. Não posso, por conseguinte, deixar de referir e agradecer o seu jovial entusiasmo contagiante, próprio de quem testa e confirma a aplicabilidade sociológica.

Mas estiveram presentes, também, outros alunos do Curso de Sociologia da FLUP, hoje já licenciados, que deram um contributo para este trabalho, nomeadamente na fase do levantamento da informação nos Centros Históricos, particularmente, nas plataformas de observação: Michael Pereira, Rui Santos, Rui Lopes e Susana Torres. Lembro e agradeço também a outros alunos que estiveram presentes em outras fases do trabalho: Carla Laranjeira, Cláudia Albergaria, Sónia Magalhães, Elsa Teixeira. Na fase inicial de exploração do terreno, foi fundamental o empenhamento do Dr. Eurico Sousa, relativo quer à construção do directório dos estabelecimentos de bebidas e/ou de bebidas e restauração nas freguesias do Centro Histórico do Porto, quer ao teste do método de recolha de informação e das grelhas para registos de caracterização dos estabelecimentos de bebidas e/ou de bebidas e restauração.

Nas observações sistemáticas ao Solar do Vinho do Porto, como nas observações aos restantes estabelecimentos, foi importante a presença de alguns amigos que comigo partilharam o gosto em observar: António Dias, Dra. Alzira Esteves, Dra. Eugénia Pereira, Eng. Fernando Dias, Eng. João Heitor.

Em termos institucionais começaria por expressar o meu agradecimento às diversas secções da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, pelos seus contributos e apoios prontamente prestados sempre que a eles recorri: GEHVID, Centro Leonardo Coimbra, GAPRO, GEDES, Gabinete de Informática, Gabinete de Cartografia e Secção de Pessoal; muito especialmente, ao Departamento de Sociologia, quer através do seu secretariado (Dra. Ana Romão e Dra. Mónica Pissarro), quer através da Comissão Executiva, e particularmente, da sua Presidente, Professora Isabel Dias, e ao Instituto de Sociologia, que me proporcionaram os meios necessários para terminar a redacção desta dissertação. Foram muitas as noites e as madrugadas que aqui

passei, pelo que não posso deixar de agradecer, igualmente, ao corpo de seguranças que, com o seu eficiente profissionalismo, contribuíram para que me sentisse sempre em total segurança neste edifício labiríntico.

Ao Instituto do Vinho do Porto agradeço a possibilidade de consultar documentos e bibliografia, bem como a cedência algumas imagens fotográficas utilizadas neste trabalho.

Às Câmaras Municipais do Porto e de Vila Nova de Gaia agradeço a cedência dos mapas das freguesias abrangidas pelos respectivos Centros Históricos, tal como a informação inerente à construção dos directórios dos estabelecimentos de bebidas e/ou de bebidas e restauração.

Uma palavra muito especial de profundo reconhecimento vai para os proprietários dos estabelecimentos estudados e para a gerente do Solar do Vinho do Porto, nas pessoas de António Carlos Valente, Diamantino Magalhães Pereira, Jaime Tavares Vieira e Filipe, Ana Paula Monteiro Vieira e Maria do Rosário. O seu interesse por esta pesquisa, o seu empenhamento e a sua colaboração, manifestados em todas as etapas respeitantes à recolha empírica de informação, foram decisivos para que o projecto subjacente fosse exequível e se transformasse em dissertação. Sem a sua anuência este processo ficaria comprometido.

Finalmente um agradecimento muito especial à família, verdadeiros pólos de afectividade, a quem tantas vezes privei da minha presença: à Mãe, presença constante, estímulo permanente e paciência viva e inesgotável perante as (in)disposições nem sempre fáceis de uma doutoranda; à Xaninha, à Susaninha, ao Teófilo, ao Augusto e à Benedita pelos afectos com que têm preenchido a minha vida desde que existem.

ÍNDICE

Agradecimentos

Introdução

Apresentação sumária do objecto de estudo

Parte I – TRILHOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS: PONTOS DE PARTIDA PARA O PROJECTO A SEGUIR 15

Do enquadramento teórico 17

Capítulo 1 – O consumo sob o olhar das diferenciações sociais 19

1.1. Da diferenciação social como facto à distinção social como símbolo 21

1.1.1. Posicionamentos, situações sociais e apropriações de práticas socioculturais: condicionamentos e comportamentos 22

1.1.2. O simbólico inscrito no espaço social: da aprendizagem social às práticas – lugares de classe e (dis)posições classistas 26

1.1.3. Diferenciação *versus* distinção – campo, lutas simbólicas, demarcação social 37

1.2. Bourdieu (re)questionado: a actualidade do seu pensamento 49

1.2.1. Mudança social, operatoriedade do *habitus* e heuristicidade das homologias 49

1.2.1.1. Mecanismos comportamentais: (ir)regularidade, regra, interpretação e criação 58

1.2.2. Re-equacionando a prática social: um ensaio em aberto 62

1.2.2.1. O *Novo* e o *habitus*: integração, (in)compatibilidades, (in)congruências, reajustamentos 65

1.2.3. *Habitus*, interacção e contextos relacionais – para uma possibilidade de complementaridade analítica às práticas sociais e/ou culturais 72

1.2.4. Vectores de mudança: *que*, *como* e *quando*? – dialécticas em andamento 78

1.2.5. Colocando um ponto provisório na reflexão 84

Capítulo 2 - O quotidiano sob o prisma da acção social 87

2.1 O *mundo da vida quotidiana*: alicerces e fundamentos fenomenológicos 88
2.1.1. Partilhas, rupturas, tipificações, linguagens 95
2.1.2 A construção social de situações quotidianas: um contributo central para a sua análise 105
2.2 A produção social do carácter estável e ordenado das situações quotidianas 117
2.2.1. O mundo das "coisas" e dos factos sociais: uma realidade objectiva 124
2.2.2. A revalorização dos saberes comuns: (in)suficiências para um saber científico 128
2.3. Para uma "sociologia das circunstâncias": encontros e interacções quotidianas 132
2.3.1. A dramaturgia na interacção quotidiana: desempenhos em co-presença 134
2.3.2. Pluralidade de desempenhos - fachadas e bastidores: consonância *versus* dissonância 141
2.3.3. Implicações sociológicas do modelo goffmaniano 145
2.4. Um breve regresso a Bourdieu: críticas, apropriações e conciliações 152
Capítulo 3 – Carris metodológicos 161
3.1. - Considerações preambulares 162
3.2. Plano de acção para recolha de informação: estratégias metodológicas 169
3.2.1. Centralidade técnico-metodológica 170
3.2.1.1. Observação exploratória 170
3.2.1.2. Observação directa metódica e sistemática 173
3.2.1.2.1. Preparação do dispositivo de observação 173
3.2.1.2.2. Concretização do dispositivo de observação 177
3.2.1.3. Entrevistas 181
3.2.1.4. Inquérito por questionário 182
3.2.2. Outros procedimentos técnico-metodológicos 185

3.2.3. As etapas empírico-metodológicas subjacentes à recolha de informação nas plataformas de observação para estudo – uma breve síntese 188
3.3. Construção da tipologia dos estabelecimentos 190
3.3.1. Sobre a construção 194
3.3.1.1. Variáveis retidas na construção da tipologia 195
3.3.1.2. Variáveis excluídas da construção da tipologia 200
3.3.2. Notas sobre um percurso a propósito da construção da tipologia 204
3.4. A selecção das plataformas de observação empírica para um estudo mais focalizado 213

Parte II – ÂNCORAS HISTÓRICAS: FAZERES ENRAIZADOS NO TEMPO E NO ESPAÇO 217
Sob o olhar histórico: generalidades e hábitos vínicos como abertura 219
Capítulo 4 - O vinho do Porto: um palco histórico com pano de fundo económico 225
4.1. Raízes vinícolas, investimentos vínicos, projecção mundial 226
4.1.1. A hegemonia do mercado britânico como destino do vinho do Porto 227
4.1.2. Surgimento de novos mercados: uma projecção de cariz mundial 229
4.1.3. Investimentos e re-investimentos. Mecanização e alteração da paisagem duriense 231
4.2. Demarcação da área produtora do vinho do Porto, regulamentação e organismos afins 236
4.2.1. A Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro 236
4.2.2. Da (re)construção do gosto vínico à evolução do processo de vinificação: a (i)legalidade da aguardentação e a polémica subjacente 240
4.2.3. Sobre outras criações institucionais estatais e interventivas no sector do vinho do Porto no século XX 244
4.3. Fazeres e viveres inerentes ao vinho do Porto: o panorama actual 258
4.3.1. A expansão da vitivinicultura duriense e a restrição demográfica. Características demográficas com incidências socioeconómicas 258

4.3.2. Fazeres e viveres vínicos. Vindima, cadastro e atribuição de benefício 261
4.3.3. O *Vintage,* categoria suprema, e outros vinhos do Porto. Evoluções qualitativas, distinções categoriais. 269
4.3.4. Considerações finais 275
Capítulo 5 – Usos e práticas em torno do vinho 283
5.1. Para uma abordagem histórico-sociológica aos consumos alimentares com repercussões nos consumos vínicos 285
5.2. Uma diacronia histórica dos usos e consumos de vinho 297
5.2.1. – Expansionismo vínico: usos comerciais em plataformas económicas 298
5.2.2. Usos vínicos, consumos simbólicos 304
5.2.3. Um breve contraponto na actualidade vínica 307
5.3. Cenários de vaivém no consumo vínico: orientações actuais com resquícios no passado 310
5.3.1. – A taberna na história 313
5.3.2. – Para pragmáticas tabernais: rituais e vivências na taberna 314
5.3.3. Sob o prisma da transacção comercial na taberna 320
5.3.4. Em jeito de síntese 322
5.4. Consumos vínicos e estruturação dos quotidianos: um passeio histórico com destino à actualidade 324
5.5. O vinho: modalidades e vinculações de uso 328

Parte III – DOS TRILHOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS AO TRAJECTO EMPÍRICO: UM PROJECTO COM CINCO ANDAMENTOS EM TORNO DE PRODUÇÕES QUOTIDIANAS 333
Para uma abertura à empíria 335
Capítulo 6 - Caracterização dos centros históricos do Porto e de Vila Nova de Gaia 337
6.1. Considerações de partida 338
6.2. Retrato demográfico 341
6.3. Perfil de instrução 353
6.4. Condição perante o trabalho 361

6.5. Estrutura de (des)emprego: taxas e sectores de actividade 364
6.5.1. Taxas de emprego e de desemprego 368
6.6. Notas conclusivas 382
Capítulo 7 – Caracterização do cenário de recolha de informação 385
7.1.1. Uma incursão etnográfica 387
7.2. Caracterização das plataformas empíricas de observação: a instauração da diferença 392
7.2.1. Adega de A. Valente 392
7.2.2. Taberna do Túnel da Ribeira 400
7.2.3. Casa Jaime 408
7.2.4. Cafetaria Soraya 420
7.2.5. Solar do Vinho do Porto 432
7.3. Caracterização socioprofissional dos frequentadores-consumidores 449
7.3.1. Para uma primeira aproximação ao perfil social dos frequentadores inquiridos 449
7.3.2. Grupos de profissões: o esboço de um confronto 468
7.3.3. Perfis sociais dos inquiridos: direccionamentos classistas 475
7.3.4. Trajectórias intergeracionais 484
Capítulo 8 – Consumos vínicos nas práticas sociais quotidianas 499
8.1. Nota prévia 500
8.2. Hábitos de frequência em espaços semi-públicos 500
8.2.1. Passos de rotina e passos espaçados 500
8.2.2. Motivos de frequência 521
8.2.3. Produção de sentidos 536
8.3. Sociabilidades e redes de relacionamentos 549
8.3.1. Confronto entre práticas sociabilitárias endógenas ao espaço 553
8.3.2 – Os amigos: redes e laços 573
8.4. Práticas de consumos e construção de gostos 590
8.4.1. Rituais associados aos consumos vínicos 598
8.4.2. Construção do gosto vínico e socialização com o acto de beber 605

8.4.3 Consumos actuais 610
8.4.4. Os vinhos e as suas temporalidades 633
8.5. Representações sociais na dimensão vínica 644
8.5.1. Motivações para consumos vínicos 659
8.5.2. Consumos vínicos em espaços semi-públicos 663
8.5.3. Atributos vínicos 668
8.5.4. Locais para consumos de vinhos 674
8.5.5. Atractibilidades tabernais 681
8.5.6. Espaços vínicos preferenciais 686
8.5.7. Socialização na vertente vínica 692
8.5.8. Diferenciações sociais e consumos vínicos 705

Notas conclusivas 721

Anexos 733
Anexo 1 735
Anexo 2 781
Anexo 3 785
Anexo 4 789
Anexo 5 819
Anexo 6 847

Referência Bibliográficas 891
Livros 893
Artigos 908
Documentos Electrónicos 927
Estatísticas 928

Introdução

A sociedade portuguesa tem vindo a ser palco de mudanças a nível socio económico, cultural e político nas últimas décadas, nomeadamente a partir de 1974[1]. Essa mudança, generalizada mas não linear, toca o quotidiano dos indivíduos, sendo passível de constatação através da observação de *práticas* desenvolvidas pelos agentes sociais.

A investigação que se realizou insere-se, precisamente, no quadro das *práticas sociais* analisadas numa perspectiva sociológica. Fazendo o consumo, em sentido lato, parte dessas *práticas*, importou circunscrevê-lo a um determinado bem, restringindo, dessa forma, o seu vasto campo de observação. Elegeu-se para o efeito, o vinho. Daqui resulta que, o consumo do vinho em contexto social é o objecto específico deste estudo, dada a importância capital deste bem cultural – o vinho – na população portuguesa em geral. Contudo, dada a sua vastidão qualitativa, foi necessário precisar também o tipo de vinho enquanto objecto de estudo. Assim, dirigimos o nosso campo de observação ao vinho corrente e ao vinho do Porto, deixando de lado outras modalidades.

Inicialmente, todo e qualquer investigador vê desenhado mentalmente um determinado objecto que pretende transformar em estudo, por via do alcance de determinados objectivos delineados previamente, e previamente ancorados em hipóteses, bem como, através de determinados procedimentos metodológicos. É assim, que vai dando corpo ao seu objecto de estudo, transformando-o, ao clarificar ideias e ao delimitar as suas fronteiras, em projecto. Foi assim, também, que foi ganhando corpo o *vinho*, enquanto objecto de estudo, para uma abordagem sociológica que não se esgota no seu consumo puro e duro. Perguntas sucessivas e circunscritas ao vinho, foram tomando forma: para além do que comummente é tido como óbvio, o que se

[1] São já alguns os autores que se têm vindo a debruçar sobre mudanças consideradas estruturais em Portugal. De entre eles, apresentamos apenas duas referências das mais actuais: António Barreto (Org.), *A Situação Social em Portugal, 1960-1995*,Vol. I e II, Lisboa, Instituto De Ciências Sociais/Universidade de Lisboa, 1996; José Manuel Leite Viegas e António Firmino da Costa (Org.), *Portugal, que Modernidade?*, Oeiras, Celta, 1998. Esses estudos podem elucidar de que modo mudanças de foro estrutural, ocorridas a nível socioeconómico, podem afectar, de forma global, a inserção do indivíduo na própria estrutura social e, a nível mais restrito, os quotidianos sociais.

esconde por detrás de um copo de vinho ingerido em público? Será pertinente, admitirmos nesse gesto, a transmutação dum acto fisiológico em acto social? E porquê a escolha de locais semi-públicos com estruturas tão diferentes entre si – físicas, económicas, sociais – para se consumar o acto de beber? Terá o acto de beber ramificações dimensionais de vária ordem, encarnadas no indivíduo (frequentador-consumidor), interligadas pelo acto em si e exteriorizadas em termos sociais, permitindo a percepção de uma multiplicidade de quotidianos, sociabilidades, interacções, representações, apropriações, origens e trajectórias, entre outros? E com muitas outras questões nos fomos deparando...

É à procura de respostas a grandes, velhas e novas, mas sempre vastas questões como estas, e também com base em determinadas hipóteses iniciais formuladas em função das interrogações de partida, que iniciámos esta investigação, adoptando um percurso demarcado em termos de opções relativamente à "oferta" de *um copo* – referimo-nos, mais explicitamente, aos estabelecimentos de bebidas e de bebidas e restauração, isto é, aos espaços semi-públicos adequados ao efeito.

O que se segue, resulta, por conseguinte, duma longa caminhada que tem vindo a ser paulatinamente desenvolvida nos meandros, nem sempre lineares, da sociologia. O quadro das *práticas sociais*, pelo seu dinamismo inerente e pela possibilidade de nele rever posicionamentos teóricos resultantes da capitalização de saberes (sempre em curso, não obstante,) e de investimentos pessoais a esse nível, esteve sempre presente nos nossos interesses, e nos nossos estudos. Delimitar esse vasto campo e analisá-lo apresentou-se-nos como um desafio. Tendo o vinho a importância social que assume no nosso país, e não se esgotando a análise do seu consumo no mero consumo em si, entendemos estar, potencialmente, perante um objecto cujo estudo se justificaria não só pelo corpo social nele atinente, mas também, e essencialmente, por nos desafiar a estudá-lo como um facto social.

É dentro deste contexto que se nos colocou à partida a seguinte questão, que será retomada no primeiro capítulo: perceber qual o lugar

sociocultural da prática vínica no quadro geral dos consumos alcoólicos quotidianos dos indivíduos em modo de vida urbano, bem como, a representação social prevalecente sobre a prática vínica no contexto actual. Trata-se de uma questão que funcionará apenas como partida ou guião desta investigação. Ao inserir esta pergunta de partida na problemática do consumo social do vinho, tentámos articulá-la, em outros registos, quer com a problemática do simbólico, quer com a problemática da estratégia do actor social enquanto agente que agindo, actua num quotidiano social específico.

Considerando ainda, por um lado, quer o papel de destaque que o vinho sempre teve *à mesa portuguesa* e mesmo fora dela, quer a invasão multiplicada no mercado de alternativos de teor alcoólico, e por outro, um cada vez mais apertado controle à taxa de alcoolémia[2], ganha interesse acrescido questionar-se a redimensionalidade atribuída ao(s) vinho(s) e/ou alternativos num contexto em que imperam mudanças socioculturais passíveis de se reflectirem no estilo de vida dos agentes sociais.

O consumo do vinho será então tratado enquanto denominador comum, através do qual, simultaneamente, irradiam e radicam perspectivas várias que se cruzam, convergem ou divergem nas hierarquias e/ou transferências vínicas.

Estamos, contudo, perante uma investigação centralizada no consumo do vinho enquanto prática social de índole sociocultural, diferenciada e/ou distintiva.

Uma pesquisa desta natureza apresentou-se-nos como pertinente, uma vez que, do nosso ponto vista, a prática vínica ganha interesse sociológico nesta investigação enquanto prática socialmente reveladora, porque aglutinadora, de valores, representações, acções e (pré)disposições actualizadas em disposições de facto.

[2] Lembramos a vigilância apertada de que têm vindo a ser alvo os condutores, dado o reflexo de efeitos perniciosos de uma ingestão excessiva de álcool no sangue aquando da sua performance automobilística. No mesmo sentido se apresenta a polémica actual em torno do valor máximo de álcool permitido no sangue dos condutores. Tal polémica, vivida com contornos bem visíveis no palco parlamentar, revelou-se num desacordo face à fixação do valor permitido da taxa de alcoolémia no sangue, o que se traduziu em decisões tomadas, anuladas e retomadas sobre o dito valor que finalmente se fixou em 0,5 gramas por litro de sangue.

Esta aposta justifica-se porque integrada num contexto social mais vasto e em mudança não linear, isto é, marcado simultaneamente por elementos de continuidade e por elementos de mudança. Desta forma ter-se-á sempre presente a dimensão simbólica da prática social aqui em questão, pesem embora exigências sociais emergentes da e na mudança (evidente ou imanente).

Como terreno de pesquisa empírica, foram eleitos os Centros Históricos do Porto e de Vila Nova de Gaia de onde foram seleccionados os estabelecimentos alvo para um estudo mais aprofundado. A estes, acresce ainda um outro, exterior a esta delimitação geográfica; referimo-nos ao Solar do Vinho do Porto. Dadas as suas características, como se poderá posteriormente entender, não poderíamos deixar de incluir esse estabelecimento no nosso estudo. Todos eles foram, então, submetidos à aplicação quer de métodos intensivos quer de métodos extensivos, com o intuito de configurar uma variabilidade significativa de cenários alicerçados em contextos e situações reais retiradas do quotidiano e atravessadas por interacções simbólicas entre agentes socialmente diferenciados uns dos outros.

Como se sabe, todo e qualquer projecto está assente em eixos teóricos estruturadores, em modelos teóricos que sustentem, por sua vez, o estudo em si. A escolha de modelo(s) teórico(s), bem como, de eixo(s) estruturador(es) e do corpo metodológico, não é gratuita. Avançar para uma investigação, seja ela qual for, exige sempre uma escolha, um caminho, por conseguinte, uma demarcação, um posicionamento. Não há, então, objecto de estudo que prescinda da sua demarcação, quer teórica, quer metodológica. E ao traçar esse caminho, estamos forçosamente a excluir outros, todos eles possíveis, à partida, todos eles, no seu conjunto, passíveis de enriquecer a abordagem pretendida. Contudo, se é pacífico, por um lado, a quase inesgotabilidade de ramificações teóricas e metodológicas inerentes a um mesmo objecto de estudo, por outro lado, é incontestável a necessidade de delimitar esses caminhos, essas vias, sob a pena de, por tão complexo, se *emperrar* a abordagem, sendo mesmo impossível conclui-la num período de tempo determinado, ou concluí-la de todo.

Assim, seria sempre possível inspirarmo-nos em outros ou mais autores, e daí, derivar, consequentemente, para a sustentabilidade de outros suportes teóricos; ou, seria mesmo possível, enveredar por outro tipo de escolhas, arrepiar caminhos, e sustentar todo o objecto de estudo em modelos teóricos diferentes, em técnicas e métodos também diferentes, ou, pelo menos, com diferente incidência da que é dada por nós. É, no entanto, nossa convicção de que, de entre os possíveis, o que nós escolhemos é o trajecto científico não só mais viável, mas também mais pertinente, dadas as circunstâncias em que se enquadram o objecto e os objectivos deste estudo.

Apesar de termos adoptado eixos teóricos de partida, expostos nos capítulos adequados ao efeito, não esgotámos, com este posicionamento e nesse espaço, a envolvente teórica. Assim, e sempre que surge como justificado, optámos pelo desenvolvimento teórico sequencial, articulando-o quer com a introdução de novas vertentes, quer com a introdução faseada de elementos empíricos recolhidos a propósito dos assuntos abordados e delimitados nos objectivos de estudo que se pretendem atingir.

Esta pesquisa, porque científica, enquadra-se por excelência na área sociológica da Cultura e do Consumo. Contudo, e uma vez que se trata de uma área demasiado abrangente, sentimos necessidade de explicitar a pertinência de uma maior incidência e de um maior enfoque em áreas que aqui funcionarão como complementares: Sociologia das Diferenciações Sociais e Sociologia do Quotidiano, pois são áreas que, de uma forma ou de outra, estarão sempre presentes, nomeadamente na abordagem empírica. Sem querermos cair na tentação dum facilitismo simplista que tudo reduz à máxima de que *tudo é Cultura*, consideramos, contudo, que não há sociedade que não se caracterize por uma vivência cultural que lhe é específica, conferindo mesmo identidades, pertenças, familiaridades, entre outros. Da mesma forma, cada cultura ao evidenciar traços, ao privilegiar hábitos, constitui quotidianos passíveis de construções e apropriações demarcadas e demarcantes e especifica diferenciações sociais cujo cruzamento, imbricação e estruturação resultam numa

tónica cultural que permite identificar sociedades, comunidades ou mesmo grupos sociais, se optarmos por registos a escalas diferentes.

Com esta pesquisa, pretende-se, por conseguinte, proceder a uma análise de determinados consumos vínicos no quotidiano, tendo em conta as diferenciações sociais. Como é sabido, nenhum investigador parte do nada ao implementar um qualquer projecto de pesquisa, motivo que o leva a situar-se em determinados quadros teóricos. E neste sentido, também nós, para percebermos os consumos que aqui se tratam, optámos pelos quadros teóricos que se nos apresentaram mais pertinentes. Assim, porque Pierre Bourdieu trata vastamente o simbólico, complexificando-o em termos sociais, não poderíamos deixar de o privilegiar, no nosso campo teórico, e aos seus eixos estruturantes do social, deixando outros autores de lado. É o que se apresenta no capítulo 1, que aborda os consumos sob a óptica das diferenciações sociais, e, por conseguinte, do simbólico. O capítulo 2, focaliza o actor social enquanto agente consumidor, mormente, de vinhos. Daí, então, termo-nos desafiado a enveredar por pilares teóricos que sustentam o *mundo da vida quotidiana*, priorizando a problematização do seu carácter ordenado, bem como desempenhos e interacções vínicas. Aqui, Shütz, Garfinkel e Gofmann impuseram-se.

Segue-se, então, um delineamento do percurso metodológico percorrido. É o que se apresenta no capítulo 3, onde são explanadas as estratégias adoptadas para implementação da recolha de informação empírica subjacente às plataformas de observação seleccionadas. Os capítulos 4 e 5 repescam a importância histórico-social dos fazeres vínicos estudados. Dado o papel crucial atribuído ao vinho do Porto na sociedade portuguesa, entendemos pertinente a sua integração no panorama geral; tal como o vinho corrente e o seu local semi-público de eleição – a taberna – tratam-se de consumos e escolhas que estruturam quotidianos. Daí a pertinência do itinerário histórico-social procedido, tendo como destino a actualidade.

A última parte do trabalho, equaciona o trajecto empírico propriamente dito. Começa-se por caracterizar os Centros Históricos onde decorre, por excelência a investigação empírica. Aqui, foram fundamentais os elementos

estatísticos fornecidos pelo INE, com vista à caracterização socioeconómica das populações aí residentes. É o que nos apresenta o capítulo 6. O capítulo 7 prossegue a vertente da caracterização, mas agora ao nível dos espaços escolhidos – plataformas de observação – e das suas gentes – frequentadores-consumidores -, tendo em linha de conta as dimensões física e socioprofissional, respectivamente, dos espaços e dos agentes sociais. Este capítulo, funciona, então, como charneira entre o anterior e o seguinte, onde adquire forte centralidade a prática vínica implementada no quotidiano social dos protagonistas envolvidos nesta pesquisa. Seguem-se algumas considerações finais, onde se reflecte sobre a pesquisa e seu percurso e onde se apresenta um primeiro acervo conclusivo. E porque um estudo desta natureza nunca se apresenta inequivocamente concluído, *fecha-se* o trabalho *abrindo-se* novas possibilidades de continuidade.

Apresentação sumária do objecto de estudo

Ao abraçar o projecto que deu corpo a esta investigação, tivemos em linha de conta a importância significativa que, a nível histórico-social, o vinho corrente e o vinho do Porto assumem em contexto português, salientando-se a sua dimensão económica, e com especial acuidade, a sua dimensão ideológica. Se, por um lado, a nível económico o aspecto laboral e empresarial é destacado, - note-se o predomínio que o sector agrícola teve em Portugal e dentro deste âmbito e neste caso particular o destaque da cultura da vinha, uma vez que a difusão da prática vinícola envolvia efectivos populacionais significativos[3], por outro lado, o nível ideológico configura-se relevante dado todo o aspecto respeitante a simbologias, quer estruturais, quer conjunturais, da prática vínica, que extravasam, *per se*, o trabalho e o mundo laboral, tocando, admite-se, rituais e artes circunscritas ao consumo do vinho em geral e, por excelência, ao Vinho do Porto[4].

Como se sabe, o vinho é um bem cujo consumo se insere num âmbito muito mais alargado: o da alimentação. Contudo, longe de se circunscrever à necessidade fisiológica que lhe está na origem, extravasa-a largamente, reportando-se ao social. Daqui decorre o interesse em estudar-se os vinhos em contexto social. Note-se que, como já anteriormente defendemos[5], no campo das práticas alimentares, e no que refere a hábitos quotidianos, encontramos matrizes distintas reflectidas em *habitus* de classe. Assim, torna-se pertinente admitirmos a extensão dessas matrizes diferenciadas, às práticas vínicas, inscritas, elas próprias, nas práticas alimentares. Defendemos, assim, a construção de uma matriz alimentar de origem, remontando-se à primeira infância por inerência de

---

[3] Cf., por exemplo, F. de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, Lisboa, Presença, 1988; S. Parkurst, "Produção de identidades no Alto Douro", *Douro, Estudos e Documentos* Vol. 1(3) , Instituto do Vinho do Porto, Universidade do Porto, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, 1997, pp. 183-191. Mais detalhes sobre este assunto serão apresentados no capítulo três.

[4] Elucidativos, a este propósito, e entre outros, são os seguintes trabalhos, os quais serão abordados de forma mais desenvolvida adiante e em contexto mais adequado: C. Real, *O Ritual do Vinho*, Porto Alegre, Age, 1993; Gaspar Martins Pereira, "Um cálice de Porto", in Gaspar Martins Pereira, (coord.), *Autour du Porto*, ICEP - Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, 1997, pp. 132-137, R. Mourão, *A Propósito da Garrafa e do Copo de Vidro na História do Vinho do Porto*, Porto, Livraria Fernando Machado, 1946; C. Lecouty, *Le Porto*, Paris, Éditions Robert Laffont, 1989.

[5] Cf. Dulce Magalhães, *Diferenciações Sociais entre Práticas Alimentares*, Provas de Aptidão Pedagógica, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 1994, pp. 10-11.

uma via socializante de âmbito familiar[6]; trata-se de uma matriz inscrita nos estilos alimentar e de vida do indivíduo, congruente com a sua classe de origem[7]. Por outras palavras, poder-se-á dizer que estamos perante acções consonantes face à origem social, passíveis, contudo, de mudança face a novos e profícuos encontros sociais culminantes em processos de ressocialização.

Estudos anteriores demonstraram já uma forte presença do social no campo alimentar, quer através da ritualização quer através da dimensão simbólica, no seu aspecto mais abrangente, ultrapassando em muito a mera necessidade fisiológica[8]; isto leva a ter em consideração, a construção de uma determinada matriz alimentar. Em consequência, a presença ou ausência do vinho corrente e do vinho do Porto, integrados na refeição e/ou exteriores a ela, fará parte integrante do estilo alimentar que procede, frequentemente, mas não exclusivamente, da infância.

A aceleração dos processos de mudança social que caracteriza hoje a sociedade portuguesa, repercute-se nas opções individuais. Consequentemente, o estilo alimentar não fica imune a influências exteriores ao círculo familiar que o viu nascer. Assim, a quase linearidade que se vivia há algumas décadas atrás, deixou de fazer sentido, dando lugar a matrizes alimentares multicolores, perceptível pela coexistência de indivíduos, cujos diferentes lugares de classe de família/pertença derivam da mesma origem, do mesmo lugar de classe de origem. Referimo-nos aos fluxos de mobilidade, nomeadamente ascendentes que têm pautado a estrutura social portuguesa, com início (mal delineado) nos anos 60, mas com maior incidência e com outra visibilidade a partir de meados dos anos 70 a esta parte. O que surge daqui é a possível, e cada vez mais significativa, ocorrência de descoincidências entre uma matriz alimentar de origem e uma matriz alimentar de pertença, fruto de contactos, de referências tomadas como padrão, enfim, do

---

[6] A este propósito Madureira Pinto realça a importância do trabalho pedagógico familiar e sua repercussão a nível da construção de padrões culturais mais abrangentes. Cf. Madureira Pinto, *Ideologias: Inventário Crítico dum Conceito*, Lisboa, Presença/GIS, 1978, pp.: 111-113. Ver também Pierre Bourdieu, *A Reprodução*, principalmente pp: 17-96; P. Ansart, *Les Sociologies Contemporaines*, Paris, Éditions du Seuil, 1990, pp: 238-239.

[7] Já anteriormente, num outro trabalho, tivemos oportunidade de defender esta ideia. Cf. Dulce Magalhães, *Diferenciações Sociais entre Práticas Alimentares*, Provas de Aptidão Pedagógica, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 1994, pp. 10-11.

[8] Cf., por exemplo, Pierre Bourdieu, *La Distinction - Critique Sociale du Jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979 ; C. et CH. Grignon, "Styles d'alimentation et goûts populaires", in *Revue Française de Sociologie*, XXI, 1980, pp. 531-569, C. et CH. Grignon, "Pratiques alimentaires et classes sociales", in *Enciclopedia Universalis*, 1983, pp: 376-381.

efeito de ressocialização que a diferença faculta e, não raro, incita. A ascensão social ou a sua aspiração, o aumento significativo do nível de escolaridade, a melhoria do nível de vida em geral, contribuem fortemente para um novo e assumido tipo de vivência alimentar. No entanto, mesmo perante uma situação de inequívoca ascensão, nem todos os gostos e hábitos cedem, forçosamente, lugar a outros, novos, gostos e hábitos. Não raro, e num primeiro momento, que pode ser mais ou menos dilatado no tempo, assiste-se a uma coexistência de diferentes gostos e hábitos, mais ou menos assumidos, consoante a especificidade das situações. É assim que o vinho do Porto, por exemplo, ou o vinho corrente, mesmo não tendo visto o seu gosto construído na infância, assistem, eventualmente, à recriação duma matriz, sendo mesmo passível a criação de automatismos que o(s) assimila(m) e integra(m), em palco(s) social(ais) determinado(s). Ou, pelo contrário, é visível a manutenção de um hábito que exterioriza automaticamente, por exemplo, a passagem, por um determinado tipo de estabelecimento para *um copo,* acompanhando ou não uma sande de *bucho* ou uma *patanisca* de bacalhau. Se no primeiro caso é patente a incorporação de um novo hábito tido como, senão distinto, pelo menos diferente, no segundo, estaremos perante o seu oposto, isto é, perante a manutenção de um hábito integrado precocemente na matriz de origem, pesem embora eventuais actualizações dessa mesma matriz.

Ao ter em conta, como ponto de partida, a inserção do consumo dos vinhos não só nas práticas alimentares, mas fundamentalmente no vasto âmbito das práticas socioculturais levadas a cabo no quotidiano (já que estas recobrem aquelas), admitimos a existência duma diversidade de (pré)disposições para a acção - especificamente inerentes ao consumo propriamente dito, ao modo de consumir, ao local onde se consome e à ocasião/tempo em que se consome - articuladas com origens, lugares e trajectórias sociais. Por conseguinte, procedemos à análise dos consumos de vinhos tendo em conta as diferenciações sociais. Neste contexto, imperam como pertinentes, variáveis referentes à origem social e ao grupo de pertença, das quais, por sua vez, deriva a trajectória social. Esta explicará, estamos certos, estilos de vida e (pré)disposições para a acção.

Com o propósito acima referido, fomos levados a ter em conta análises e pesquisas sobre práticas socioculturais que realçam a mudança que tem vindo a ser operada em alguns espaços e meios sociais[9] que se reflectem nos gostos e hábitos dos indivíduos consumidores e que se repercutem por sua vez nos consumos de vinho incidindo no tipo de vinho escolhido e nos locais escolhidos para se consumir *um copo*, ou na transferência para outros consumos alcoólicos, nomeadamente cerveja/*whisky*, de entre outras bebidas espirituosas como por exemplo a *vodka* ou, se preferirmos e numa só palavra, para as chamadas bebidas brancas. François Guichard afirma claramente que "os lugares onde se podem consumir bebidas mudaram. Os tascos fecham à medida que o consumo de vinho verde tinto diminui, mas abrem-se cervejarias e bares ou *pubs*, com música ao vivo. Desaparecem alguns estabelecimentos célebres, mas outros tantos e mais ainda surgiram, acompanhando o portuense nas suas trajectórias diárias entre a casa e o trabalho. Lugares de convívio sempre há muitos no Porto, e raramente desertos."[10] Tudo isto se associa, a modos e estilos de vida (colectiva/individual), redes de sociabilidades, desigualdades e mesmo ritualidades e distinções. Mas associa-se também ao próprio *mundo da vida quotidiana*, a saberes comuns, a encontros, desempenhos e interacções. Indicadores como o sexo, a idade e o tipo de trajectória social validam a emergência, espontânea ou não, de diferentes tipos de sociabilidades quer a nível geral, quer particularizando por exemplo o *locus* de observação[11]. Tabernas, adegas, casas de pasto e clubes de elite são espaços passíveis de comprovar estas e outras situações, bem como, hipóteses específicas nomeadamente no que respeita à apropriação e usos do espaço e do tempo inerentes aos vinhos nos quotidianos, onde se encontram dinamismos entroncados desde logo em práticas sociais e culturais que interceptam dimensões várias da vida social – família, trabalho e lazer. Nestes contextos, admitem-se diferentes potencialidades de apropriação do espaço consoante as

---

[9] Cf. António Teixeira Fernandes, "A mudança cultural na sociedade moderna", in *Revista da Faculdade de Letras*, Série de Filosofia, nºs 5-6, 2ª série, Universidade do Porto, 1988-1989, pp. 1-17, W. Rodrigues, "Urbanidade e novos estilos de vida", *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 12, 1992, pp. 91-107, S. Mennell, A. Murcott, A. H. Otterloo, *The Sociology of Food -Eating, Diet and Culture*, London-Newbury Park-New Delhi, Sage Publications, 1992.

[10] François Guichard, "O Porto no séc XX: a afirmação metropolitana e os seus desafios", in Oliveira Ramos, *História do Porto*, Porto, Porto Editora, 1994, p. 632. Ver também François Guichard, "O vinho do Porto e mais alguns: gestão da imagem", *Douro, Estudos e Documentos* Vol. 1(3), Instituto do Vinho do Porto, Universidade do Porto, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, 1997, pp. 145-157 e Helder Pacheco, *Porto*, Lisboa, Editorial Presença, 1984.

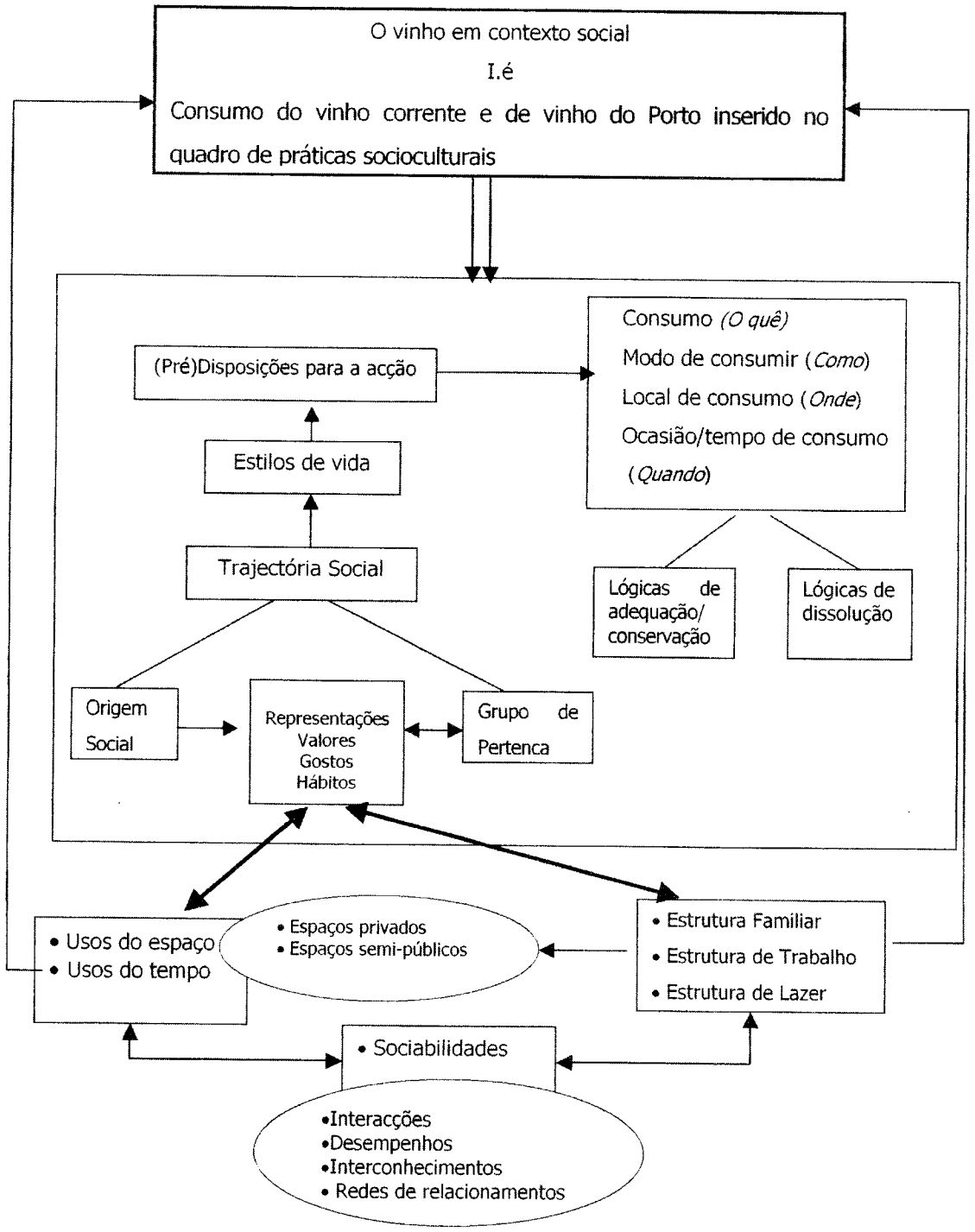
[11] Tratam-se de temáticas caras a autores como Paradeise e Pais. Cf. C. Paradeise, "Sociabilité et culture de classe", in *Revue Française se Sociologie*, vol.XXI, Paris, 1980, pp. 571-597; J. Machado Pais, "Lazeres e sociabilidades juvenis - um ensaio de análise etnográfica", *Análise Social*, nº 108-109, 1990, pp. 591-645.

redes de sociabilidade em acção[12] - aspiradas, forjadas ou reforçadas - já que diferentes pré-disposições, origens e trajectórias sociais ganham visibilidade em rituais enquanto formas rotinizadas de actualização dessas mesmas (pré)disposições para a prática sociocultural aqui em questão[13].

Ponderando tudo o que acima foi referido, e tendo em conta que o nosso objecto de estudo se circunscreve ao vinho em contexto social, questionámo-nos, então, à partida, sobre o lugar sociocultural que a prática vínica ocupa nos consumos alcoólicos dos indivíduos (inscrito este em estilos de vida específicos) em modo de vida predominantemente urbano. Inerentemente, interessam-nos perceber quais as dinâmicas e representações sociais afins e subjacentes a este *fazer*[14]. A Figura 1 explicita graficamente o nosso objecto de estudo.

[12] Ver por exemplo, Pedro de Andrade, "A taberna mediática, local reticular de negociações sociais e sociológicas", in *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 33, 1991, pp. 265-286; Henrique C.G. Araújo, "Dar, receber e retribuir - um rito de entronização na história recente do Vinho do Porto", in *Sociologia - Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, pp. 159-169.
[13] Os capítulos I e II permitem uma maior elucidação sobre estes assuntos, visíveis de forma sintética na Figura 1, que esquematiza precisamente o objecto de estudo.
[14] Note-se que, apesar da prática social aqui em questão ser estudada em meio urbano, teremos presente eventuais existências de resíduos rurais no *fazer* quotidiano ligado ao vinho.

Figura 1 – Inserção do objecto de estudo num quadro explicativo mais abrangente



PARTE I

TRILHOS TEÓRICOS-METODOLÓGICOS: PONTOS DE PARTIDA PARA O PROJECTO A SEGUIR

DO ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Em termos de abertura para um enquadramento teórico mais vasto e precedente, porque suporte do modelo de análise, diríamos que, a prática vínica – consumo de vinhos -, inserida num *palco social* - o quotidiano - será equacionada, problematizada e teorizada, tendo em consideração diferenciações sociais presentes e apreendidas através de práticas afins e de interacções sociais desenvolvidas e geradas entre agentes sociais. *Diferenciação social* e *interacção social* no *quotidiano* são, neste estudo, e entre outros, conceitos básicos. Assim, nesta abordagem sociológica, adequar-se-ão interacções quotidianas a padrões de comportamento diferenciados, induzindo, em determinados grupos/classes sociais[1], *recepções* também diferenciadas relativamente à(s) conduta(s) social(ais) de outros.

Em jeito introdutório aos capítulos que se seguem, acrescentaríamos ainda que boa parte do que podemos entender por trilhos teóricos tem vindo a ser alvo do nosso interesse, tendo-se já iniciado um forte investimento teórico, e tendo constituído, enquanto tal, matéria de abordagem num momento anterior de apresentação de provas públicas[2]. Pretendemos, então, neste estudo, por um lado, retomar, em termos teóricos, um estudo já iniciado, circunscrito às problemáticas da diferenciação social e, quiçá, enriquecer teorias, modelos e posicionamentos anteriormente por nós adoptados; por outro lado, avançar com outras apostas teóricas passíveis de o complementar.

Como se sabe, uma pesquisa sociológica, seja em que área temática ocorra, nunca parte do ponto zero. Muito pelo contrário, assenta em problematizações já iniciadas ou mesmo desenvolvidas, conceptualizações alcançadas e em operacionalizações eventualmente em curso. É assim que ganha pertinência termo-nos socorrido, entre muitos outros, dos nossos trabalhos anteriores, quer para um enquadramento teórico, quer para os capítulos que se

[1] Adiante, explicitar-se-á a nossa opção em termos de modelo teórico classista, tipologia e matriz de classificação.
[2] Cf. Dulce Magalhães, *Classes Sociais e Trajectórias Intergeracionais*, in Provas de Capacidade Científica, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 1994; Dulce Magalhães, *Diferenciações Sociais entre Práticas Alimentares*, Provas de Aptidão Pedagógica, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 1994.

seguem, uma vez que todo o nosso percurso académico se tem vindo a desenvolver nesses parâmetros temáticos científicos.

Contudo, não nos limitaremos a estas matérias. Desafiámo-nos a nós próprios, a ir mais além, tentando articular uma análise de diferenciações sociais a uma análise de teor interaccionista e fenomenológico.

Pautar-nos-emos, assim, em três níveis de registos: o macrossocial (sociedade), um outro mais situado em termos de palco social – o registo microssocial (indivíduo) -, e um terceiro, o mesossocial (grupo). É um desafio que se nos apresenta árduo, mas que, todavia, vale a pena tentar responder.

Tendo em conta, que o tema desta pesquisa centra-se na apreensão da simbólica comportamental inerente ao consumo de vinhos – vinho corrente e vinho do Porto – e tendo em conta ainda o nosso ponto de partida, é nosso objectivo identificar factores estruturais e tendências actuais ligadas à prática vínica em termos de consumo; neste sentido, importa também caracterizar estilos de vida e produções quotidianas específicas, tendo em conta práticas sociais circunscritas ao vinho.

Desta feita, admitimos como âncoras hipotéticas para este macro-objectivo que o consumo do vinho insere-se na génese, funcionamento e estruturação da sociedade onde emerge, bem como o facto de que a estrutura social onde decorre a nossa investigação, se caracteriza por estilos de vida diferenciados repercutidos em práticas sociais (quotidianas) circunscritas ao vinho.

Aceitando-se, a este propósito, que a sociedade portuense – porque é aqui que se situa a nossa investigação empírica – se apresenta diferenciada no social, mas também no espaço e no tempo, aceitar-se-á, também, que neste tecido social diferenciado possa emergir o consumidor em geral e o consumidor de vinhos em particular, enquanto actor social que se socializa, que protagoniza encontros ou meramente neles participa, que se sociabiliza, que se (inter)relacciona. Consequentemente, daqui decorrerão, numa instância imediata, tanto uma primeira problematização destas questões, como conceitos, que alicerçados em eixos teóricos compatíveis e interligados, nos permitirão dar início ao traçado dum corpo teórico de suporte. Passemos, então, à explanação do corpo teórico aqui subjacente.

CAPÍTULO 1

O CONSUMO SOB O OLHAR DAS DIFERENCIAÇÕES SOCIAIS

1.1. Da diferenciação social como facto à distinção social como símbolo

Implementando o esquema acima referido, impõe-se uma breve clarificação relativamente à importância que concedemos às diferenciações sociais num estudo inerente a práticas circunscritas aos consumos vínicos. Mais do que definir o consumo em si, interessa-nos compreendê-lo e problematizá-lo, tendo em conta a sua focalização face ao objecto do nosso estudo: vinho corrente e vinho do Porto. Ora, para compreender os consumos diferenciados, porque eles assim se nos apresentaram, indispensável se torna equacioná-los a partir das próprias diferenciações sociais, motivo pelo qual nos debruçamos, com alguma intensidade, sobre estes quadros teóricos. Veja-se que o consumo pode constituir elemento social estratégico enquanto prática pretensamente diferenciada ou mesmo distintiva. Neste sentido, estará presente, decerto, o que Jean Baudrillard denomina de "dinâmica «diferencial» do consumo"[3], para a qual em muito contribui, por um lado, a questão das aspirações sociais radicada práticas sociais legitimadoras, e por outro, a questão do próprio reforço identitário em termos sociais na óptica do estrutural. Ora, esta dinâmica diferencial é equiparável às lutas simbólicas tão caras a Pierre Bourdieu, como adiante se poderá perceber.

O consumo é, um acto individual, não se esgotando, contudo, no indivíduo, uma vez o indivíduo é o resultado de cruzamentos de influências múltiplas, que interagem em dimensões também múltiplas, resultando daqui práticas concretas. O consumo, e o consumo vínico, é apenas uma delas. Neste sentido, considera Bernard Dubois que "um acto de consumo não é mais do que uma faceta particular do comportamento humano"[4], inscrevendo-se este num nível individual que por sua vez se circunscreve nos níveis interpessoal e sociocultural, que nós podemos denominar, respectivamente por níveis micro, meso e macrossocial. Isto é, num acto de compra – consumo, por conseguinte, - intervêm factores de vária ordem: as necessidades do próprio indivíduo e suas percepções estarão presentes com certeza; porém, o indivíduo, como ser socializante que é, adquire influências

[3] Cf. Jean Baudrillar, *A Sociedade de Consumo*, Lisboa, Edições 70, 1981, p. 70; ver também pp. 66-74.
[4] Bernard Dubois, *Compreender o Consumidor*, Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1993, p. 25.

de grupos de referência, bem como dos seus grupos de pertença mais próximos, como família, amigos, colegas de trabalho, cujo impacto se inscreve, por sua vez, num contexto estrutural mais abrangente – lugar de classe social ao qual se afecta o estilo de vida.[5] Assim, o consumo é, em última instância, um acto social. Trata-se, a nosso ver, de um posicionamento extensível a uma boa parte de estudiosos do consumo. Aqui inscreve-se, por exemplo, Norberto Pinto dos Santos, para quem "o consumidor raramente actua de uma forma racional. (...) antes de mais comprar é também resultado de apetite ou desejo, é também uma forma de atribuir valores simbólicos aos bens, que deixam de ser vistos como mera utilidade marginal (...)."[6]

Apropria-se, por conseguinte, a óptica das diferenciações sociais num estudo a uma prática social de consumo, uma vez que se pretende estudar os consumos tendo em conta, justamente os lugares de classes. Veja-se, que no próprio título deste trabalho está presente a subtileza das estratégias, apreendida nas *arte e manhas* que induzem, justamente, para diferenciações existentes no manto social. Encontrar quadros teóricos pertinentes para perceber determinados consumos foi nossa preocupação. Como já acima mencionámos, optámos por Pierre Bourdieu, autor que trata larga e latamente o simbólico, inscrito que está na tessitura social.

1.1.1. Posicionamentos, situações sociais e apropriações de práticas socioculturais: condicionamentos e comportamentos

É certo que não existe sociedade isenta de diferenciações sociais[7]. Factores económicos, sociais, culturais e simbólicos, entre outros, estarão, decerto, na sua base explicativa. Assim, em função de semelhanças sociais que os indivíduos partilhem uns com os outros, constituem-se *agrupamentos* sociais revestidos de características comportamentais e perfis sociais diferentes uns dos outros.

---

[5] Cf. Bernard Dubois, *Compreender o Consumidor*, Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1993, p. 25-26, onde o autor desenvolve, a este propósito, um esquema que denomina de "Os três níveis de explicação do comportamento de compra".

[6] Norberto Pinto dos Santos, *A Sociedade de Consumo e os Espaços Vividos pelas Famílias. A Dualidade dos Espaços, a Turbulência dos Percursos e a Identidade Social*, Lisboa, Edições Colibri e Centro de Estudos Geográficos de Coimbra, 2001, pp. 102-103.

[7] São muitos os autores, senão mesmo todos os que se debruçam sobre estas matérias, que defendem esta ideia, que, por encontrar consenso, arriscar-nos-íamos a dizer, tem sido pacífica.

Apesar da evolução que tem vindo a marcar a sociedade em que nos enquadramos, não poderíamos deixar de ter em conta a importância, que já vem de longe, atribuída aos binómios proximidade *versus* distância, igualdade *versus* desigualdade, par *versus* impar, *in versus out*, se bem que esses dualismos sejam vivenciados de forma diferenciada ao longo das décadas até aos tempos actuais. Veja-se que já Max Weber, inserido num património sociológico mais vasto, se referia enfaticamente às "afinidades electivas" emergentes basicamente pelos estilos de vida[8] para dar conta de movimentações sociais que aproximam ou afastam. Trata-se, afinal, de dinâmicas sociais, como a que subjaz à "afinidade electiva que liga a burguesia a estilos de vida determinados"[9].

Num património sociológico nacional poderíamos fazer uma breve nota a Sedas Nunes[10], autor que evidenciava nos seus estudos a importância lapidar de "*uma interacção preferencial* entre os indivíduos, de tal sorte que as «relações pessoais», a intimidade, o convívio, o casamento não ligam normalmente senão membros das mesmas camadas e que, por conseguinte, uma *segregação de facto* distingue, separa e distancia umas das outras diferentes camadas sociais"[11], decorrendo daqui o reconhecimento mútuo dos seus membros enquanto pares («*in-group*») *versus* a demarcação social face aos outros, os desiguais, os impares («*out-group*»).[12] Assim, e seguindo de perto o nosso posicionamento apresentado no momento anterior a que já fizemos referência, diríamos que "em nenhuma

---

[8] Cf. Max Weber, *Sociologie des Religions*, Paris, Gallimard, 2000, p. 279.

[9] Max Weber, *Sociologie des Religions*, Paris, Gallimard, 2000, p. 355. O autor alarga o âmbito da "afinidade electiva"; ver, por exemplo, a sua obra *Oeuvres Politiques*, Paris, Alvin Michel, 2004, onde Weber alude a "uma afinidade electiva com a «democracia» ou mesmo com a «liberdade»" (p. 283).

[10] Sedas Nunes, considerado um dos grandes impulsionadores da Sociologia em Portugal, contribuiu para a sua maior visibilidade entre nós a partir dos anos 60. Os seus estudos sociológicos, incidentes com particular acuidade na problemática das diferenciações sociais, inserem-se em modelos inerentes à Estratificação Social, optando pelas «camadas» ou «estratos» enquanto agregadores de pares onde a tal «interacção preferencial» a que o autor se refere, se faz sentir com peso visível através de práticas encetadas pelos agentes sociais, face aos impares, segregados pelo exercício dessas mesmas práticas, protagonizadas de forma diferente, in-distinta ou distinta pela negativa, logo, desvalorizadas e penalizadas socialmente.

[11] Nunes, Sedas, e Miranda, David, "A composição social da população portuguesa: alguns aspectos e implicações", in *Análise Social*, VII (nº 27-28), Lisboa, GIS, 1969, p. 339. Itálicos do autor.

[12] Cf. idem, p. 339. As citações de Sedas Nunes e de David Miranda são utilizadas com algumas precauções, dada a visão tendencialmente estática do autor em termos de possíveis movimentações sociais. Lembremo-nos que, os então anos 60, constituem um período de tempo, que pelas características socio-económicas, políticas e culturais que pautaram e marcaram o nosso país se nos apresenta com um forte pendor para o imobilismo, de resto, e bem, detectado pelo autor. Não é, todavia, essa a situação que caracteriza actualmente o nosso país, palco de recentes e efervescentes mudanças algumas das quais podendo desde já considerarem-se estruturais. (Cf., por exemplo, e entre outros estudos recentes, Fernando Luís Machado e A. Firmino da Costa, "Processos de uma modernidade inacabada. Mudanças estruturais e mobilidade social", in José Viegas e A. Firmino da Costa (Org.), *Portugal que Modernidade?*, Celta, Oeiras, 1998, pp. 17-44, ou Elísio Estanque e José M. Mendes, "Análise de classes e mobilidade social em Portugal: um breve balanço crítico", in R.C.C.S., nº 52/53, Nov 1998/ Fev 1999). Ainda assim, a mudança não é total, não se registando uma transmutação do imobilismo social para uma mobilidade social total. Trânsitos, deslocações, enfim, mobilidades sociais, sendo visíveis, não obstam, contudo, a procura real dos «pares» ainda que estes sejam passíveis de encobrir dissemelhanças, ou, se preferirmos, «imparidades» sociais que entroncam, não raro, numa primeira socialização de foro familiar. A isto iremos voltando, de forma mais complementar, ao longo deste trabalho.

sociedade as possibilidades dos indivíduos, no que se refere a opções/rejeições, aprendizagens, interiorizações/exteriorizações, projectos sociais de vida e trajectos sociais são as mesmas no início de vida. Daí que, os indivíduos à nascença, sejam *acolhidos* pela desigualdade de oportunidades (...). São estas diferenças, que se estabelecem desde a origem dos indivíduos, e que se evidenciam em estilos de vida distintos e práticas simbólicas distintivas, que irão ser, em certos casos, perpetradas pela família (...)."[13] Ora, já em trabalho anterior havíamos referido, a propósito das práticas simbólicas distintivas e a título de exemplo a importância da "diversidade de maneiras de vestir, de estar, nos diferentes tipos de gostos, nas práticas culturais e até nas práticas alimentares, nos diferentes saberes apreendidos e socialmente exteriorizados."[14] Lembraríamos então, a este propósito, que, no vasto conjunto das práticas alimentares, inscreve-se o consumo vínico, cuja complexidade, pese embora a sua aparente linearidade, justifica, por um lado, preocupações teóricas desta natureza, e por outro, ilustra empiricamente estas matérias, conferindo-lhes clareza teórica.

Como refere João Ferreira de Almeida, as práticas colectivas [que mais não são do que práticas socioculturais], vão produzindo o social[15]. É desse leque de práticas, bastante heterogéneo, que emerge, muito embora delimitada, a abordagem ao consumo vínico como facto social e, dentro deste, particularmente a abordagem aos consumos dos vinhos corrente e do Porto. Remontando a Durkheim[16], cujo contributo a este nível é notório no pensamento bourdiano, temos que os factos sociais e o seu estudo são, em última instância, a razão de ser da emergência da sociologia. Sendo o facto social definido como uma forma de fazer que exerce constrangimentos sociais exteriores no indivíduo[17], então a sociologia terá como objecto a explicitação desses constrangimentos, dessas coacções, explicando assim os comportamentos dos agentes sociais, imbuídos de significação[18]. Também para António Teixeira Fernandes este posicionamento não levanta obstáculos, pois segundo este autor, "os fenómenos sociais têm, na

[13] Dulce Magalhães, *Classes Sociais e Trajectórias Intergeracionais,* Provas de Capacidade Científica, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 1994, pp. 13-14.
[14] Dulce Magalhães, Classes Sociais e Trajectórias Intergeracionais, cit., p. 14, nota nº 2.
[15] Cf. João Ferreira de Almeida, Classes Sociais nos Campos, Lisboa, ICS, 1986. p. 76.
[16] Emile Durkheim, *As Regras do Método Sociológico*, Lisboa, Presença, 1980.
[17] Sobre a exterioridade dos factos sociais face ao indivíduo, vale a pena ler o que escreve António Teixeira Fernandes em *O Social em Construção*, Porto, Figueirinhas, 1983, pp. 80-91.
[18] Cf. Bonnewitz, Patrice, *Primeiras Lições sobre a Sociologia de P.* Bourdieu, Petrópolis, Editora Vozes, 2003, p. 25.

realidade, uma existência específica, exterior aos indivíduos e agindo sobre eles. E é a constância desses fenómenos que explica a regularidade dos seus efeitos. E é aí que se situa a sociologia."[19]

Ora, a todo o facto social é atribuída uma significação pelos agentes sociais, daí tratarem-se de objectos de conhecimento inscritos na própria realidade[20]. A isto não escapam, por conseguinte, os consumos dos vinhos aqui tratados.

Qualquer prática sociocultural, sem excepção para as práticas de consumo, é atravessada por diferentes formas de apropriação[21]. Subjaz, então, o pressuposto de que essas diferentes formas de apropriação poderão resultar de diferenciações de classe, enquanto espaços diferenciados de socialização, ressaltando-se, neste caso, as práticas de consumo vínico. Faz sentido, então, considerar que os indivíduos se encontram socialmente situados, sendo o seu posicionamento na estrutura social condicionante necessário, embora não determinante, das suas práticas circunscritas aos vinhos.

É suposto, então, os indivíduos, diferentemente situados no social, apresentarem pré-disposições e disposições de facto também diferentes no que respeita às suas *práticas socioculturais* quotidianas. Sendo objecto de incorporações sociais específicas por via socializante, da qual destacamos o primeiro estado (primeira socialização) normalmente de origem familiar, e enquanto forte condicionador de possíveis re-socializações futuras, os indivíduos distar-se-ão uns dos outros pela ocupação de posicionamentos díspares na estrutura social[22]. Num primeiro momento os indivíduos ocuparão, por inerência parental, as posições sociais dos seus progenitores. Num segundo momento, cuja fronteira é estabelecida pela entrada na vida activa, a ocupação da respectiva posição social fica a dever-se à sua própria situação socioprofissional[23].

---

[19] António Teixeira Fernandes em *O Social em Construção*, cit., p. 89.

[20] Cf. Bourdieu, Pierre & Wacquant, Loïc, *Réponses. Pour une Anthropologie réflexive,* Paris, Éditions du Seuil, 1992, p. 17. Note-se que, o paradigma durkheiminiano foi profícuo para a elaboração deste ponto de vista em Bourdieu.

[21] Neste patamar factual encontra-se também Pierre Bourdieu. Cf. Pierre Bourdieu, *La Distinction. Critique Sociale du Jugement*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1979, p. 110.

[22] Cf. Dulce Magalhães, Classes Sociais e Trajectórias Intergeracionais, cit., p. 14

[23] Está aqui presente uma possível ruptura face ao posicionamento de origem por inerência do próprio trajecto social. Assim, uma vez efectuada a ruptura, ela é válida e aplica-se em momentos posteriores marcados por eventuais mudanças na situação socioprofissional. Aproveitando a oportunidade, não poderíamos deixar de fazer referência às possibilidades de ocorrência de trajectórias intrageracionais móveis. Contudo, este assunto será desenvolvido adiante.

Independentemente dos momentos, e na esteira de Pierre Bourdieu, isso significa que os indivíduos localizar-se-ão em pontos específicos do espaço social, definindo-se, uns dos outros, "pelas suas *posições relativas* neste espaço."[24]
Fica então entendido que se um indivíduo se localiza num determinado ponto do espaço social, à partida, tudo o sugere, terá apetências, ou numa linguagem bourdiana, terá disposições específicas para agir, pensar e sentir de maneira diferenciada à de outro indivíduo situado num outro ponto do espaço social. Compreender-se-á, então, que as práticas de consumo, sejam elas quais forem, emergem daqui, sendo passíveis de adquirir, contudo, contornos menos lineares para os quais contribuem as pertenças sociais plurais que hoje enformam as vivências dos indivíduos.

1.1.2. O simbólico inscrito no espaço social: da aprendizagem social às práticas – lugares de classe e (dis)posições classistas

Seguindo Pierre Bourdieu de perto, e considerando o seu posicionamento teórico[25] como uma bússola neste nosso trabalho, lembramos que subjacente à noção de espaço social, encontra-se a de topologia social[26], na qual o autor fortemente se inspira. Desta feita, Bourdieu, considera que o mundo social pode ser representado "em forma de espaço (a várias dimensões) construído na base de princípios de diferenciação ou de distribuição constituídos pelo conjunto das propriedades[27] que actuam no universo social considerado"[28]. Estão presentes, por conseguinte, dimensões várias que não só interagem, como concorrem para a definição social do próprio espaço. Essas dimensões, capitalizadas em poder, circunscrevem-se ao económico, cultural e social, culminando a sua interacção no

---

[24] Pierre Bourdieu, O Poder Simbólico, Lisboa, Difel, 1989, p. 134. Itálico do autor.
[25] Alain Accardo e Philippe Corcuff apresentam um conjunto de extractos de textos de Boudieu, recolhidos de várias das suas obras, bem como comentários dos mesmos. Para uma mais rápida inserção no espírito da sociologia bourdiana, vale a pena tomar contacto com este trabalho. Cf. Alain Accardo e Philippe Corcuff, La Sociologie de Bourdieu. Textes Choisis et Commentés. Bordeaux, Le Mascaret, 1986. Também Renato Ortiz organiza um interessante conjunto de textos bourdianos. Cf. Renato Ortiz (Org.), Pierre Bourdieu, São Paulo, Ática, 1983.
[26] Na introdução de Réponses, Loïc J. D. Wacquant refere explicitamente a topologia social, a propósito do conceito de espaço social objectivo. Cf. Bourdieu, Pierre & Wacquant, Loïc, Réponses. Pour une Anthropologie réflexive, cit., p. 20.
[27] Segundo Pierre Bourdieu, as propriedades "são as diferentes espécies de poder ou de capital que ocorrem nos diferentes campos", que em termos jurídicos aparecem na forma de "*títulos* de propriedade económica, cultural – títulos escolares – ou social – títulos de nobreza" - P. Bourdieu, *O Poder Simbólico*, cit., p. 134 e 135, respectivamente. O itálico é do autor. O conceito de campo será desenvolvido adiante, ainda neste ponto deste capítulo.
[28] Pierre Bourdieu, *O Poder Simbólico*, cit., p. 133. Trata-se, na óptica bourdiana, de um *espaço simbólico*, onde as práticas, estruturadas, são apresentadas, desenhando estilos de vida. Cf. Pierre Bourdieu, *La Distinction*, Cit.,, p. 112. Sobre a importância do simbolismo do espaço social enquanto configurante das classes sociais, ver pp. 117-121 da mesma obra.

simbólico; este, resultando, então, da interacção e reforço estabelecidos ao nível dos outros três, corresponde a uma espécie de imagem social cuja tónica incide no prestígio.[29]

Isto significa que uma teoria do espaço social incide na multidimensionalidade do próprio espaço, privilegia as relações sociais e não pode deixar de considerar as lutas simbólicas, representações do mundo social e hierarquias existentes ao nível e entre campo(s)[30]. Daí, então, a presença constante, no nosso trabalho, do pressuposto de que a estruturação da sociedade comporta diferenciações que se inscrevem no espaço social e no espaço físico com tradução no simbólico, repercutindo-se, tudo isto, nas práticas sociais em geral e nos consumos em particular.

O espaço social, remete-nos, então, para a abordagem dos lugares de classe, uma vez que o espaço social funciona como que constituído por *cantos* específicos. A estes *cantos* específicos – os lugares de classe – correspondem posições sociais, que irão condicionar os seus ocupantes no que respeita a tomadas de posição, isto é, a disposições precedidas por predisposições para acções, independentemente da dimensão em que se situem: acções materiais, económicas, culturais, sociais ou simbólicas. Estas acções não são senão práticas[31] cujo desenvolvimento, porque significativo e simbólico, irá classificar os seus protagonistas e, através dum efeito de *feed-back*, remetê-los para lugares específicos no xadrez social. Lembremos, a este propósito, o conceito weberiano de acção social, definido enquanto comportamento significativo[32], ou, se preferirmos, "comportamento dotado, pelos actores, de sentido"[33], estando aqui

---

[29] Cf. Luc van Campenhoudt, *Introdução à Análise dos Fenómenos Sociais*, Lisboa, Gradiva, 2003, p. 164.

[30] Cf. Pierre Bourdieu, *O Poder Simbólico*, cit., p. 133. Tenhamos presente que o centro de actuação e de pesquisa social do autor assenta numa perspectiva relacional. E, neste caso, mostra, através dos seus estudos, a importância não só da dimensão objectiva das práticas socioculturais, mas também, e essencialmente, da sua dimensão simbólica. Cf. Luc van Campenhoudt, *Introdução à Análise dos Fenómenos Sociais*, cit., p. 160.

[31] Não deixa de ser curiosa a definição apresentada para cada um destes conceitos enquanto substantivos. Assim, a acção é definida como "maneira de actuar; tudo o que se faz; acto", e a prática apresenta-se como "acto ou efeito de praticar; aplicação das regras e dos princípios de uma arte ou ciência; maneira de proceder; costume; experiência; rotina". Cf. J. Almeida Costa e A. Sampaio e Melo, *Dicionário da Língua Portuguesa*, Porto, Porto Editora. Apesar de não se apresentarem explicitamente como sinónimos, consideramos que estes substantivos, enquanto tal, recobrem-se um ao outro, evidenciando significados, e como tal, regras de vida, radicadas num processo de (re)socialização. É assim que a prática se inscreve numa acção que transmite sentido; e transmite sentido não só para quem a executa, mas também para os outros, isto é, para os seus (ím)pares.

[32] Cf. Definição de acção e de acção social apresentada por Max Weber em *Economia y Sociedad*, Mexico, Fondo de Cultura Economica, 1944, p. 4. Nas páginas seguintes, onde são desenvolvidos os "Fundamentos Metodológicos", o autor continua com os desenvolvimentos inerentes àqueles conceitos; ver principalmente as pp. 20-22.

[33] Augusto Santos Silva, *Tempos Cruzados: um Estudo Interpretativo da Cultura* Popular, Porto, Afrontamento, 1993, p.

presente, segundo as palavras de Augusto Santos Silva, uma combinação entre as vertentes comportamental e simbólica[34].

Posto isto, valeria a pena determo-nos, ainda que brevemente, na Figura 1.1, cuja ilustração esquemática permite uma percepção imediata desta situação. Veja-se que, a tudo isto não é alheia a socialização enquanto factor de moldagem, e uma eventual e possível ressocialização num momento posterior. É pela (re)socialização que é concretizada no indivíduo uma determinada possibilidade de interpretação do mundo, sendo essa interpretação cristalizada em construção social da realidade. Desta forma, e face à realidade construída em determinados alicerces sociais, o indivíduo situa as suas práticas, as suas opções accionais em carris que simbolicamente traçam possibilidades e, automaticamente, impossibilidades.

A prática é então, segundo entendimento bourdiano, o resultado de uma dialéctica estabelecida entre uma determinada situação contextual e um conjunto de disposições interiorizadas[35] pelos agentes situados socialmente. À situação social dos agentes, são inerentes lugares de classe que, dotados, cada um deles, de relativa homogeneidade, produzem condicionalismos específicos. Os lugares de classe, remetem então para conjuntos distintos de condições sociais de existência que tendem a engendrar práticas diversificadas, uns face aos outros, e tendencialmente homogeneizantes a nível intra[36]. Neste contexto importa certificarmo-nos de uma (pre)disposição também diferente no que refere ao consumo vínico, por parte de protagonistas caracterizados por perfis socioeconómicos diferentes e, por conseguinte, *acantonados* diferentemente no espaço social. Tudo leva a crer que o consumo do vinho se traduza num conceito plural, dada a sua conformidade com a estrutura social.

---

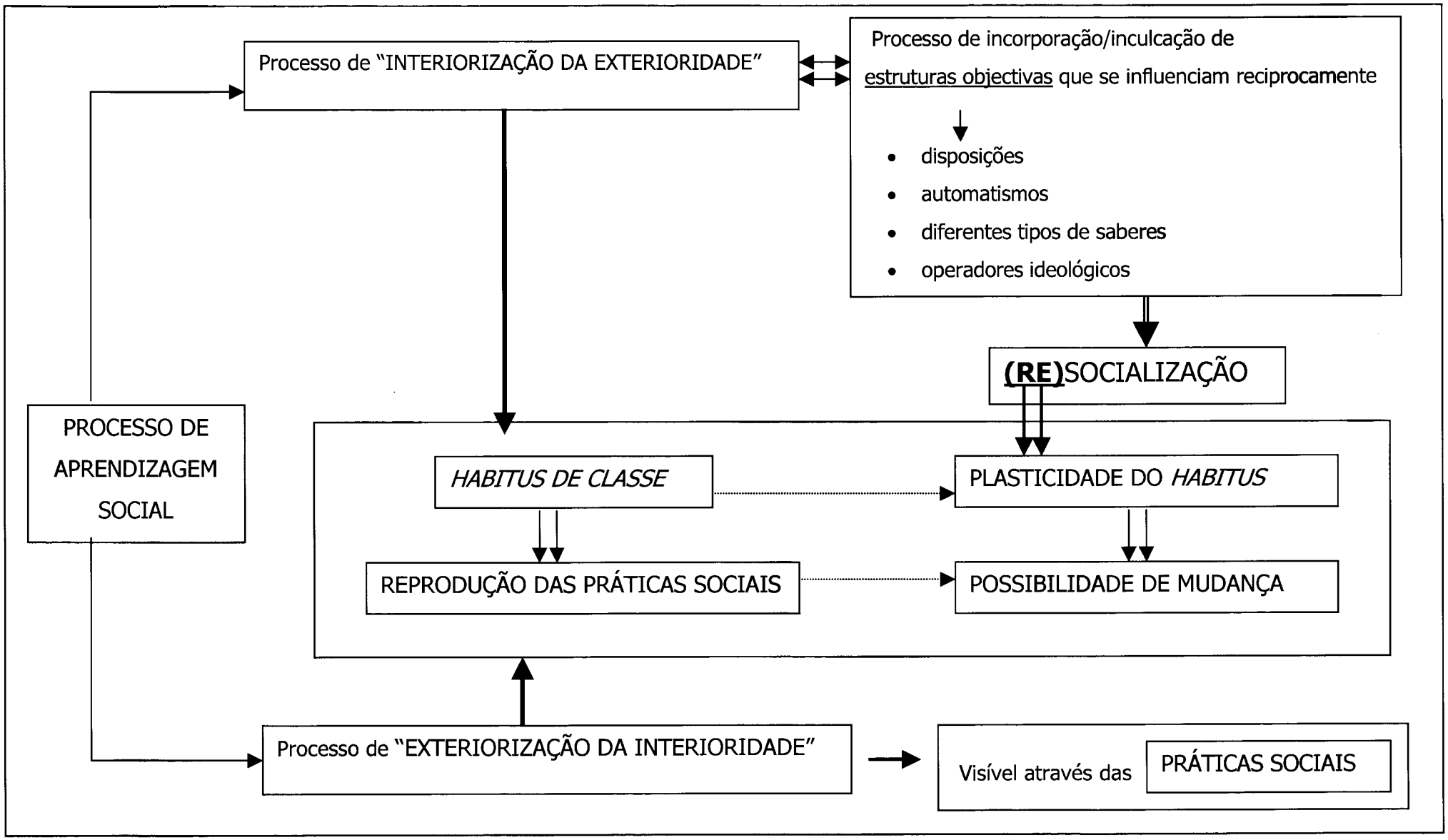
19. Ver também Patrice Bonnewitz, *Primeiras Lições sobre a Sociologia de P.* Bourdieu, Petrópolis, Vozes, 2003, p. 23; Raymond Aron, *As Etapas do Pensamento Sociológico*, São Paulo, Livraria Martins Fontes Editora Lta., p. 509.

[34] Cf. Augusto Santos Silva, *Tempos Cruzados: um Estudo Interpretativo da Cultura* Popular, Porto, Afrontamento, 1993, p. 19.

[35] Piere Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática Precedido de Três Estudos de Etnologia Cabila,* Oeiras, Celta, 2002, pp. 167-168.

[36] Cf. Piere Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática*, cit., p. 169.

Figura 1.1 – Processo de Aprendizagem social



Sobre aquele assunto, João Ferreira de Almeida é bastante elucidativo, sublinhando-se que "os lugares de classe condensam de facto práticas relacionais específicas, ao afectarem diferencialmente os respectivos ocupantes em termos das suas experiências e dos seus interesses; eles constituem esses agentes em classes e tendem a gerar práticas diversificadas das forças sociais, posições distintas de classe em cada conjuntura."[37]

Podemos considerar, então, que são as práticas socioculturais, visíveis pelo seu carácter de exterioridade, que agregando (relativamente) protagonistas sociais pela partilha dessas mesmas práticas, conferem homogeneidade relativa aos *agrupamentos* que integram esses mesmos protagonistas sociais. Falamos de práticas socioculturais que ao serem assimiladas e interiorizadas, via inculcação (re)socializante, o são de forma que vai tendendo para a criação de raízes, tanto mais profundas quanto menos alterações existirem[38].

A este propósito, convém ter presente que desde o *berço*, e em função do lugar social que ocupa o *berço*, o indivíduo não vê pouparem-se esforços com vista a predisporem-no para um determinado tipo de resposta a um determinado estímulo. Noutras palavras, o indivíduo é, desde cedo, condicionado – pelo menos socialmente assim se espera - a agir de forma consonante ao lugar que socialmente os seus progenitores ocupam, isto é, à sua origem social. Quer-se com isto dizer que os agentes sociais estão sujeitos a condicionalismos de forma geral concordantes com as condições sociais de existência. Assim, em função das mesmas, tenderão a incorporar um conjunto de (pré)disposições, e, por conseguinte, a traçar práticas semelhantes, por via socializante inerente à geração anterior, e, posteriormente, na ausência de tendências contrárias, tenderão a projectar e a concretizar o mesmo tipo de actuação na geração seguinte[39]. De tal forma é efectuado o esforço, que a injecção, a inculcação social de que o indivíduo é alvo se transmuta num automatismo accional. É como se o indivíduo absorvesse um conjunto de instruções – a interiorização da exterioridade de que

[37] João Ferreira de Almeida, *Classes Sociais nos Campos*, cit., p. 83.
[38] Para este posicionamento que assumimos claramente, inspirámo-nos basicamente, para além da própria teoria e conceitos bourdianos, em João Ferreira de Almeida, José Madureira Pinto.
[39] Cf. Pierre Bourdieu, *La Distinction*, Cit., p. 112.

fala Bourdieu[40] – que, lhe permitam agir de forma adequada às exigências sociais dos seus pares, tidos como tal no ponto social de partida – lugar de classe de origem. Essas instruções, não são outra coisa senão códigos, especificamente, códigos de conduta, que funcionam no social, exactamente como a gramática na linguagem. E, uma vez assimilados, são posteriormente exteriorizadas de forma adequada ao contexto presente. A exteriorização da interioridade, reflecte, precisamente todo este processo, funcionando como volte-face indissociável da interiorização da exterioridade (Figura 1.1). O automatismo presente é de tal ordem constrangedor, que o indivíduo não chega, frequentemente, a tomar consciência da existência duma matriz de actuação que o dispõe ou predisse para a acção, seja ela qual for[41]. Como se sabe, a repetição gera hábitos, e os hábitos produzem gestos, que por repetidos, chegam a confundir o gosto em executá-los com a própria habituação em si. Todo este processo, no percurso teórico bourdiano, radica e atravessa um conceito central[42] – o de *habitus* de classe, enquanto "sistema de disposições duradouras e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona em cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de acções (...)"[43].

A força do *habitus* de classe, através da inculcação e interiorização de gostos, gestos, hábitos e, neste sentido, também a força dos automatismos gerados perante pré-disposições e disposições para a acção bem como a matriz de percepções construída estão presentes nas práticas levadas a cabo pelo indivíduo[44]. Estas funcionam, então, como uma espécie de *gramática comportamental*[45] perceptível pela sua exteriorização. Neste sentido, pode-se considerar que na teoria bourdiana, "o peso das estruturas [actua] sobre as

---

[40] Conceitos trabalhados também por Peter L. Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, Lisboa, Dinalivro, 1999, pp. 138-145 e por José Madureira Pinto, *Ideologias: Inventário dum Conceito*, Lisboa, Presença/Gabinete de Investigações Sociais, 1978, pp. 108-115. Sobre a dialéctica entre interiorização *versus* exteriorização, interiorização da exterioridade e exteriorização da interioridade, ver Piere Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática*, cit., pp. 163 e seguintes.

[41] Ver adiante, a Figura 1.2 que complementa a Figura 1.1.

[42] Segundo Accardo e Corcuff, "o conceito de **habitus** ocupa uma posição-charneira na construção teórica de Bourdieu, na medida em que permite articular o individual e o social, as estruturas internas da subjectividade e as estruturas sociais externas e compreender que estas como aquelas, longe de serem estranhas por natureza e de se excluírem reciprocamente, sejam pelo contrário dois estados da mesma realidade, da mesma história colectiva que se deposita e se inscreve à vez e indissociavelmente nos corpos e nas coisas." Alain Accardo e Philippe Corcuff, *La Sociologie de Bourdieu*, cit., p. 67. O negrito é do autor.

[43] Pierre Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática,* cit., p. 167. Sobre a génese, a recuperação e a utilização da palavra *habitus*, ver Pierre Bourdieu, *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel, 1989, pp. 60-64.

[44] Cf. Pierre Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática,* cit.; Pierre Bourdieu, Questions de Sociologie, Paris, Éditions de Minuit. 1984; José Madureira Pinto, Ideologias: Inventário Crítico dum Conceito, Lisboa, Presença/GIS, 1978.

[45] Importámos o termo de Danuza Leão, *Na Sala com* Danuza, São Paulo, Siciliano, 1992, referido por Mauro Côrte Real, in *O Ritual do Vinho*, Porto Alegre, Ace Editora, 1993, p. 39.

acções sociais"[46], convertendo-se aquelas em elemento definidor de possibilidades ou de impossibilidades accionais e, por conseguinte, excluindo-se estas últimas do panorama de actuação.[47] Sobre isto, escreve Bourdieu: "Na realidade, dado que as disposições duradouramente inculcadas pelas possibilidades ou impossibilidades (...) engendram disposições objectivamente compatíveis com essas condições [objectivas], (...) as práticas mais improváveis encontram-se excluídas, (...) a título de *impensável* (...)."[48] Isto como que implica uma concertação das práticas sem cálculo estratégico, por via da "homogeneização objectiva do habitus"[49]. E neste sentido, a ocupação de um determinado lugar de classe, ou, no dizer de Bourdieu, "a pertença a uma determinada classe converte-se num elemento unificador dos comportamentos, de modo que se torna visível a pertença à mesma."[50] Tenha-se presente que o *habitus* é um conceito que tem como certo o social e o colectivo no individual e no pessoal. Ou seja, como refere Bourdieu, o "habitus é uma subjectividade socializada."[51] Como tal, o papel da socialização, primária em primeira instância, duma socialização secundária ou eventualmente duma ressocialização[52], torna-se fulcral nestas *démarches*. E porque falamos numa eventual e possível ressocialização, mais até do que numa socialização secundária, fica clara a possibilidade de mudança, dada a plasticidade que caracteriza o *habitus*, por via da sua capacidade para integrar o *novo*. E sobre este propósito, lembremos que, como já anteriormente explicitámos, nos dias actuais é cada vez maior a pluralidade de pertenças a que o sujeito se submete. Ora, esta panóplia plural, encontra ramificações na própria família; ou seja, tanto a família estruturada de raíz como a família desestruturada e/ou reestruturada, multiplica contactos e, quiçá, saberes, competências e possibilidades de integrar o *novo*.

---

[46] Rafael Feito Alonso, *Estructura Social Contemporânea. Las Clases Sociales en los Países Industrializados*, México/España, Siglo Veintiuno de España Editores, S. A., 1997, p. 16.
[47] Cf. Rafael Feito Alonso, *Estructura Social Contemporânea. Las Clases Sociales en los Países Industrializados*, México/España, Siglo Veintiuno de España Editores, S. A., 1997, p. 18.
[48] Bourdieu, *El Sentido Práctico,* Madrid, Taurus, 1991, p. 94, citado por Rafael Feito Alonso, *Estructura Social Contemporânea. Las Clases Sociales en los Países Industrializados*, México/España, Siglo Veintiuno de España Editores, S. A., 1997, p. 18.
[49] Rafael Feito Alonso, *Estructura Social Contemporânea. Las Clases Sociales en los Países Industrializados*, México/España, Siglo Veintiuno de España Editores, S. A., 1997, p. 19.
[50] Rafael Feito Alonso, *Estructura Social Contemporânea. Las Clases Sociales en los Países Industrializados*, México/España, Siglo Veintiuno de España Editores, S. A., 1997, p. 19.
[51] Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., p. 101.
[52] No caítulo seguinte abordaremos, com Berger e Luckmann a diferenciação entrte os processos de socialização secundária e de ressocialização.

O *habitus*[53] está, então, associado a competências práticas, capazes de regular, de pautar respostas a estímulos de vária ordem, isto é, às múltiplas e diversificadas situações com que os agentes sociais se confrontam no seu quotidiano, ou mesmo em situações mais extraordinárias relativamente ao quotidiano vivido. O mesmo posicionamento é apresentado por João Ferreira de Almeida, considerando também que "o sistema de disposições tende a engendrar comportamentos de forma, por assim dizer, automática."[54] Parafraseando o autor, e continuando na mesma linha de raciocínio, acrescentar-se-ia que é o sistema de disposições enquanto "resultado de incorporação estruturada de sucessivas experiências" que "preside às práticas dos membros" duma determinada classe[55]. Uma socialização pautada por elementos e experiências comuns, transmutada em saberes específicos tornados capitais, resulta de condições sociais de existência com pendor semelhante internamente a cada lugar de classe, porque sujeitos às mesmas estruturas objectivas, e dissemelhante entre lugares de classe também diferentes entre si. Assim, condicionamentos objectivos semelhantes engendram, por um lado, tendencialmente, práticas sociais concordantes entre si, porque advindas de inculcações específicas e também tendencialmente concordantes, e por outro lado, cristalizam-se (os condicionalismos) em *habitus*. Estamos perante construções sociais, não sistematizadas, mas das quais resultam automatismos accionais, isto é, automatismos de respostas a estímulos ou desafios sociais exteriores. Note-se que sendo estruturado a partir do exterior, o *habitus* não deixa de produzir saberes e representações - de propriedades individuais - que não param de se exteriorizar, sob a forma de sistemas de disposições, apreciações e acções, em lógicas de (re)produção das estruturas incorporadas, tanto objectivas como subjectivas. Desta forma, e porque consideramos que a estruturação da sociedade estudada comporta a existência de espaços semi-públicos para consumo vínico que diferem entre si social e fisicamente, admitimos uma disposição diferenciada para a escolha de espaços semi-públicos para consumo, dependendo essa (pre)disposição das especificidades do próprio espaço (físicas, sociais, materiais e simbólicas), de um conjunto de representações sociais e gostos construídos via (re)socialização e da estrutura

[53] Sobre diversos ângulos de estudo do *habitus* – ver Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., pp. 91-115.
[54] João Ferreira de Almeida, *Classes Sociais nos Campos*, cit., pp. 87, 88.
[55] João Ferreira de Almeida, *Classes Sociais nos Campos*, cit., p. 88.

da própria família de origem no sentido de um passível condicionamento da escolha dos espaços a frequentar.

Veja-se, então, que, o habitus, enquanto sistema de disposições "é susceptível de filtrar as informações que vai recebendo, de modo que, virtualmente, todas as experiências novas sejam apropriadas em congruência com a matriz dessa apropriação e apreensão"[56], logo, as escolhas, seja em que dimensão se enquadrem, não escapam a esta situação de (pré)condução social.

Retomando a proposta da existência do espaço social, poder-se-ia então dizer que o espaço social existe por inerência de posições sociais (os lugares de classe) que condicionam tomadas de posição (as escolhas) por intermédio do sistema de disposição (o *habitus de classe*)[57]. Essas posições sociais constituem um sistema caracterizado pelas propriedades dos agentes sociais, isto é, pela posse de capitais.

Em conclusão, poder-se-ia acrescentar que a existência dos indivíduos é pautada por um processo de aprendizagem social que mais não é do que um processo de (re)socialização, que, em última instância, radica na ocupação dos lugares estruturais de classe pelos protagonistas[58]. Neste patamar explicativo, estão presentes dois registos interligados e indissociáveis que protagonizam uma relação dialéctica: um processo de interiorização da exterioridade, que remete para um processo de incorporação/inculcação de estruturas objectivas reciprocamente influenciadas e influenciáveis – a (re)socialização propriamente dita; e um processo de exteriorização da interioridade, visível através das práticas sociais. O *habitus de classe* funciona, então, como uma charneira entre ambos os registos. A Figura 1.1, construída com base nestes contributos teóricos, pode elucidar de uma forma quase imediata estes pressupostos teóricos. Somos assim

---

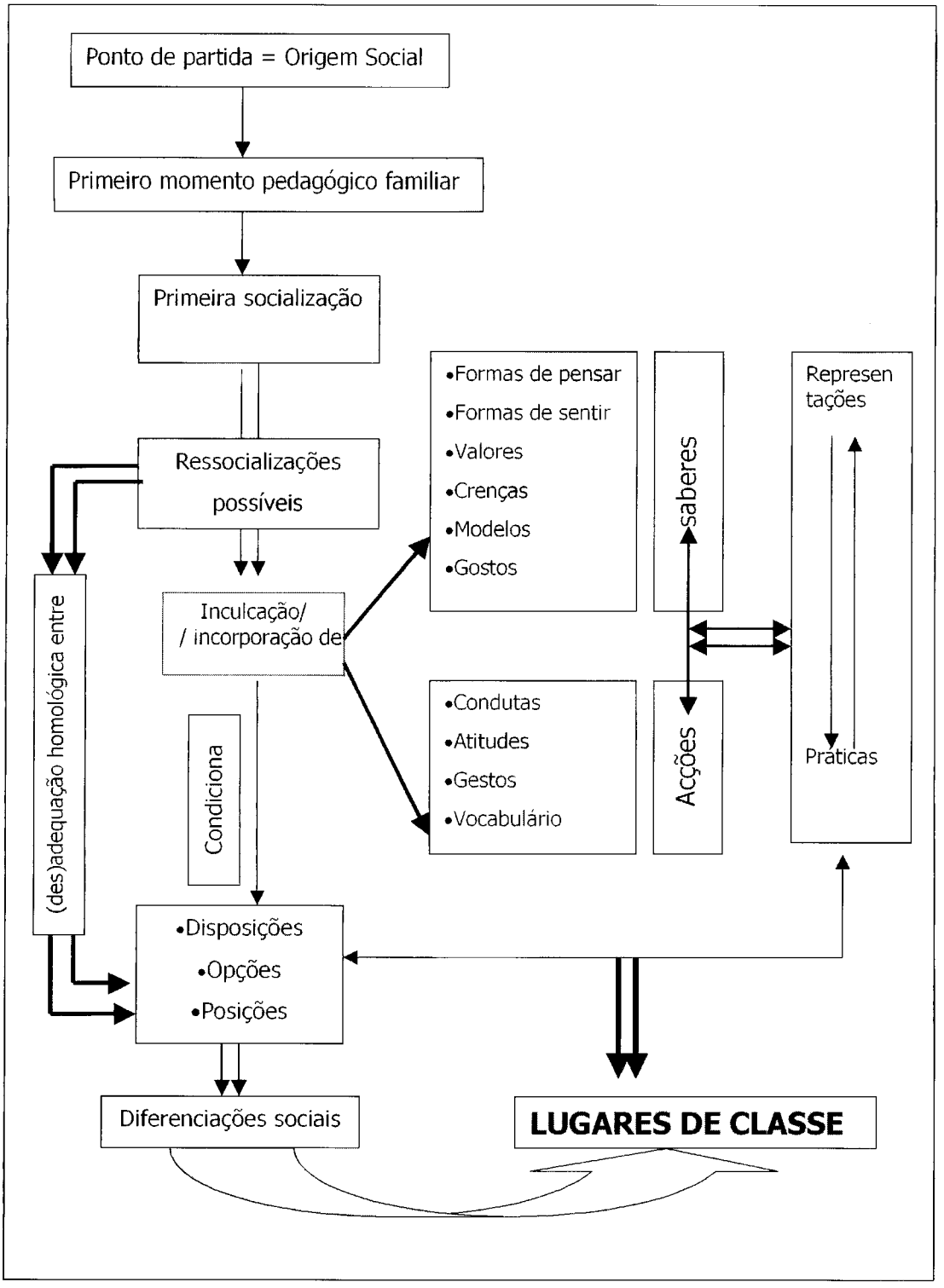
[56] João Ferreira de Almeida, *Classes Sociais nos Campos*, cit., p. 88. O autor remete para Pierre Bourdieu, La Distinction, cap. I. 2.2.4.

[57] Pierre Bourdieu considera explicitamente que o relacionamento dos três conceitos – posições sociais, tomadas de posição e sistema de disposições - está na base de operações efectuadas pelos agentes sociais "nos mais diferentes domínios da prática". Cf. Pierre Bourdieu, *Razões Práticas. Sobre a Teoria da Acção*, Oeiras, Celta, 1996, p. 6.

[58] João Ferreira de Almeida considera que "falar de classe é sempre, e simultaneamente, falar de protagonistas dos processos sociais, que, ao produzirem e reproduzirem a sua própria identidade, modelam do mesmo passo as condições sociais que a definem, e falar das estruturas que delimitam duradouramente o espaço em que esses processos ocorrem." João Ferreira de Almeida, *Classe Sociais nos Campos*, cit., p.77. Segundo o autor, neste sentido, a(s) estrutura(s) integra(m) desde logo um dos níveis da abordagem da classe social, acrescentando-se ainda os protagonistas dos processos sociais e os lugares de classe onde se inserem esses mesmos protagonistas.

confrontados com uma série de diferenciações sociais radicadas em lugares no espaço social, especificamente, lugares de classe – Figura 1.2. Isto é, estão presentes posições distintas que se aproximam ou afastam por relações de homologia ou diferença, passíveis de se transmutarem em distinção. Aquelas figuras, que pretendem constituir uma base explicativa para o traçado de projectos de vida e trajectos sociais aspirados e/ou concretizados, ilustram o que subjaz a práticas de vida, incididas particularmente nas sociabilidades e relacionamentos, e, dentro daquelas, a práticas de consumo, nomeadamente alimentares e vínicas. Convém deixar claro que essas figuras, 1.1. e 1.2., mostram as relações entre os conceitos, tendo sido construídas graficamente, e por nós, em termos de síntese. Precisamente por isso assumimos toda e qualquer responsabilidade face à colocação das setas, que pretendem realçar movimentos relacionais.

Figura 1.2. - Espaço social: acantonamentos em construção e emergência de lugares de classe



1.1.3. Diferenciação *versus* distinção – campo, lutas simbólicas, demarcação social

Para além das noções de habitus e de capital, existe uma outra, cara ao autor. Trata-se da noção de campo. Segundo Bourdieu, tratam-se, todos eles, de conceitos relacionais que exigem *"pensar-se relacionalmente"*[59], dada a sua pertinência conceptual advir do seu enquadramento num sistema. Aliás, saliente-se, que toda a sua obra, quase de uma forma recorrente incide em *definições relacionais*. Apenas a título ilustrativo, veja-se que o autor explicita o campo de lutas, de que à frente trataremos, "como sistema de relações objectivas no qual as posições e as tomadas de posição se definem relacionalmente"[60].

Mas então, o que se pode entender por campo? Campo será, analiticamente, "definido como uma rede, ou uma configuração de relações objectivas entre posições"[61], definidas, elas próprias também objectivamente. Essas posições estão adstritas a situações de dominação/subordinação em função da estrutura e da distribuição dos diferentes capitais feitos poder[62]. Estabelece-se como que um jogo, com as suas regras próprias e regularidades afins. Aqui, perante uma simulação comparativa com um jogo de cartas, poder-se-á dizer que assim como o valor de cada carta é variável consoante as jogadas, também os diferentes capitais se hierarquizam de forma variável nos diferentes campos[63]. Cada campo, seja ele económico, cultural, social ou simbólico, tem princípios de regulação que lhe são próprios.

Ora, um campo é também um cenário, que se presta a rivalidades protagonizadas pelos agentes que nele estão inscritos. Desta feita, assiste-se a lutas, que são simbólicas, entre agentes que se posicionam diferentemente no espaço afim configurado como campo, e cujas fronteiras e traçado se pretende

---

[59] Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., p. 72.
[60] Pierre Bourdieu, *La Distinction*, cit., p. 176.
[61] Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., pp. 72.
[62] Cf. Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., pp. 72-73; ver também Philippe Corcuff, *As Novas Sociologias*, Sintra, Editora VRAL, Lda., 1997, p. 41. Sobre a génese do conceito de campo, sua construção enquanto "estrutura de relações objectivas", sua eficácia heurística e sua utilização, ver Pierre Bourdieu, *O Poder Simbólico*, cit., pp. 65-73.
[63] Cf. Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., p. 74. Bernard Lahire e Jean-Louis Fabiani, numa espécie de homenagem a Pierre Bourdieu, apresentam, cada um, um breve artigo sobre o conceito de campo. Ver, respectivamente, « Champ, hors-champ, contre champ » e « Les règles du champ » in Lahire, Bernard, (Dir), *Le Travail Sociologique de Pierre Bourdieu. Dettes et Critiques*, Paris, La Découverte/Poche, 2001, pp. 23-57 e pp. 75-91.

conservar ou mudar, consoante a própria posição do agente em causa[64]. O campo é, então, e simultaneamente, um campo de forças e um campo de lutas: campo de forças entre dominantes e dominados dadas as desiguais distribuições de recursos; e campo de lutas dado o confronto entre os agentes para manter ou modificar a dita relação de forças[65].

Dito de outra forma, as lutas que se estabelecem num campo, entre agentes e/ou instituições, obedecem a regras específicas, pautam-se por forças diversas e registam possibilidades também diversas de ganhos para a apropriação de proveitos específicos – os que estão em jogo e pelos quais se luta.[66]

Estas lutas, passíveis de modificar a distribuição de poderes inerentes às formas de capital, implementam, enquanto possibilidades, dinamismo aos campos.[67]

Veja-se que os dominantes, num determinado campo, fazem-no funcionar em seu próprio benefício, contando, no entanto, com resistências e oposições, reivindicações e pretensões dos dominados. E o jogo continua vivo, e o campo continua dinâmico. Aqui, surge como pertinente o contraponto ilustrativo para o campo dos lazeres, no sentido em que nele é passível encontrar-se algum tipo de rivalidade concorrencial quer por parte dos proprietários dos estabelecimentos, uns face aos outros, quer por parte dos utilizadores - ou seja, dos frequentadores-consumidores de uns estabelecimentos de bebidas e/ou de bebidas e restauração - que podem ser simultaneamente espaços de lazer - uns perante outros.

Para uma melhor explicitação do que se pretende dizer, a propósito da pertinência da aplicação do conceito de campo ao nosso estudo, tenhamos presente que o consumo de vinhos em espaços semi-públicos situa-se no

---

[64] Cf. Loïc J. D. Wacquant, "Introdução", in Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., p. 24. Num outro livro seu, Bourdieu define também, de forma explícita, o conceito de campo. Cf. Pierre Bourdieu, *Sobre a Televisão*, Oeiras, Celta, 2002, p. 41.

[65] Cf. Philippe Corcuff, *As Novas Sociologias*, Sintra, Editora VRAL, Lda., 1997, p. 42. Um exemplo prático da aplicação do conceito de campo é apresentado pelo próprio Bourdieu em *Sobre a Televisão*, cit., onde o autor, tratando das questões jornalísticas, invoca a "noção de campo jornalístico" - Cf. pp. 39-75; em *La Distinction*, o autor recorre também a este conceito e à pertinência das lutas simbólicas a propósito do campo cultural: valores, gostos e respectiva legitimidade. Cf. Pierre Bourdieu, *La Distinction. Critique Sociale du Jugement*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1979, pp. 271-287. Um outro exemplo prático da aplicação da noção de campo ao âmbito cultural e nomeadamente às questões inerentes ao "reconhecimento social das culturas", sujeitas à "luta de classificação" pode ser encontrada em Augusto Santos Silva, *Tempos Cruzados: um Estudo Interpretativo da Cultura* Popular, Porto, Afrontamento, 1993, pp. 33-36.

[66] Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., p. 78

[67] Loïc J. D. Wacquant, "Introdução", in Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., p. 25.

campo dos lazeres, por um lado, e por outro, no campo fronteiriço entre a estrutura do lazer e a do trabalho – hipóteses que admitimos. Assim, decorre daqui que espaços semi-públicos de consumo de vinhos diferenciados entre si, em termos económicos, físicos e sociais, favorecem produções relacionais também diferentes entre si – interconhecimento, relacionamentos, interacções, sociabilidades.

Desta situação, resultará uma demarcação entre espaços que eventualmente encerrará algum tipo de concorrência que camufla uma espécie de luta simbólica pela clientela. Assim, admitimos que os espaços, e nomeadamente os espaços seleccionados para a nossa pesquisa empírica se demarquem socialmente uns dos outros, sendo passíveis de se hierarquizarem em termos sociais face ao perfil social que tendencialmente caracteriza cada um deles e face ao tipo de oferta neles encontrado. Estamos, portanto, perante um dos níveis de rivalidade concorrencial: entre proprietários de estabelecimentos.

O conceito de campo não se esgota neste primeiro registo. Veja-se que, um campo comercial estendido ao comércio semi-público de bebidas e/ou de bebidas e restauração, não existe sem o polo utilizador – o dos frequentadores-consumidores. Também a este nível, e porque admitimos que o consumo de determinado tipo de vinho em determinado espaço prende-se a tipos de trajectórias sociais, mormente intergeracionais, é passível de se esboçar algum tipo de lutas entre os frequentadores de uns e de outros estabelecimentos, radicadas aquelas precisamente em características socioeconómicas presentes, ainda que subtilmente. Daí então, termos como possível que o consumo de vinhos em espaços semi-públicos legitima posições sociais. Logo, a frequência de determinados estabelecimentos semi-públicos que comercializam vinho corrente implica demarcação social entre os frequentadores-consumidores e os não frequentadores, no sentido em que o local onde se consome, o tipo de consumo, o modo como se consome, e a ocasião-tempo em que se consome articulam-se entre si e permitem a emergência de grandes grupos de perfis sociais que diferem entre si. Como corolário teremos, então, que a distância social entre espaços é equacionada pelo perfil social entre os respectivos frequentadores-consumidores.

Daqui importa reter a ideia de que cada campo "se apresenta como uma estrutura de probabilidades, de recompensas, de ganhos, de proveitos ou de sanções – que implicam sempre um certo grau de indeterminação." [68]

Apuremos, então, de uma forma mais explícita, o sentido simbólico da luta. Pelo *habitus*, subjacente ao conjunto objectivo das práticas, estão presentes princípios de classificação. Veja-se que as práticas engendradas pelos agentes são, simultaneamente, classificantes e classificadas, "no sentido em que os agentes sociais se classificam e se opõem reciprocamente no momento em que se consagram a esta ou àquela prática e manifestam os seus gostos"[69]. Repare-se que um sistema de classificação é fundado na hierarquia entre o mais e o menos legítimo, entre o distinto e o vulgar[70], o que advém de lutas simbólicas para fazer prevalecer, duma forma impositiva e, de certa forma, arbitrária, um determinado sentido imputado às práticas não alheio à forma como se vai construindo e interpretando o mundo e o social. Admitimos, pelo que ficou dito acima, que essas lutas simbólicas advindas da construção do sistema da classificação se apliquem também a espaços semi-públicos de consumo vínico.

Importa então tentar perceber, se a diferença social se transmuta em distinção social, e, se esta situação é aplicável aos espaços em questão. Pois, se a distinção social decorre da diferença social, o contrário não se verifica necessariamente, acontecendo mesmo inúmeros casos em que a constatação de diferenças sociais não são, de forma alguma, equiparáveis, ou confundidas, com distinção social, enquanto conceito. A distinção social, acarreta em si o porte simbólico da raridade; não só da raridade, mas da raridade valorizada socialmente, prestigiada e até mesmo – acreditamos não exagerar – venerada. Por conseguinte, a distinção é uma operação de classificação que implica conhecimento e reconhecimento do objecto em causa como distinto, sem que

[68] Loïc J. D. Wacquant, "Introdução", in Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., p. 25. Mais detalhes sobre "a lógica dos campos" podem ser encontrados em *Réponses*, cit., pp. 71-90.
[69] Patrice Bonnewitz, *Primeiras Lições sobre a Sociologia de P.* Bourdieu, Petrópolis, Editora Vozes, 2003, p. 105. Sobre gostos e respectivos níveis de distribuição, do banal e comum ao mais distintivo, e sua aplicação a bens e práticas classificadas e classificantes, ver Pierre Bourdieu, *La Distinction*, cit., pp. 275-279.
[70] Cf. Patrice, *Primeiras Lições sobre a Sociologia de P.* Bourdieu, cit., p. 105

com isso esteja implícita uma consciencialização dos traços distintivos que o definem como tal[71].

A distinção, seja premeditadamente procurada ou espontaneamente protagonizada, produz distâncias sociais, que podem ser percebidas pelos agentes sociais como naturais, condicionando hábitos e gostos radicados em práticas sociais, donde a frequência de determinados espaços semi-públicos – estabelecimentos de bebidas e/ou de bebidas e restauração – e os respectivos consumos aí efectuados são exemplos, e um exemplo a seguir nesta investigação. Neste contexto, admitimos que a (pré)disposição para o consumo, quer do vinho corrente quer do vinho do Porto, adequa-se a apropriações específicas, diferentes entre si, que se traduzem em comportamentos simbólicos diferentes e/ou distintos uns dos outros.

Veja-se que, e na esteira bourdiana, "a distinção não implica necessariamente, (...) a procura da distinção. Todo o consumo e, mais geralmente, toda a prática, é (...) visível, quer tenha sido ou não realizado *a fim de ser visto*; ele é distintivo, quer tenha sido ou não inspirado pela intenção de dar nas vistas, de se singularizar, (...) de se distinguir ou de agir com distinção. Como tal está condenado a funcionar como *sinal distintivo* e, quando se trata de uma diferença reconhecida, legítima, aprovada, como *sinal de distinção* (nos diferentes sentidos). No entanto, os agentes sociais, dado que são capazes de perceber como distinções significantes as diferenças «espontâneas» que, a partir das suas categorias de percepção, têm por pertinentes, também são capazes de aumentar intencionalmente estas diferenças espontâneas de estilo de vida por meio daquilo a que Weber chama a «estilização da vida» (...). A procura da distinção – que pode marcar-se nas maneiras de falar ou na recusa a um casamento desigual [ou na frequência de determinados espaços semi-públicos, acrescentamos nós] – produz separações destinadas a serem percebidas ou, melhor, conhecidas e reconhecidas como diferenças legítimas, quer dizer, na maior parte dos casos, como diferenças de natureza (em francês fala-se de distinção natural)."[72]

---

[71] Cf. Pierre Bourdieu, *La Distinction*, cit., p. 543.

[72] Pierre Bourdieu, *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel, 1989, p. 144. Os itálicos e as aspas são do autor. Sobre a "incorporação de signos distintivos e de símbolos de poder sobre a forma de «distinção natural»", ver Pierre Bourdieu, *La Distinction*, cit., pp. 320-321.

Neste patamar, situa-se também o consumo vínico. Independentemente da procura ou não de distinção, e de distinção visível, reconhecida e legitimada, através do acto em si, extensivo este, num primeiro registo, ao local onde se consome, mas também à escolha do tipo de vinho, marca, e companhia, enfim, e numa palavra mais abrangente, ao contexto inerente ao acto vínico – isto é, ao quadro alimentar[73] numa perspectiva mais global -, este é visível num tecido social que marca diferenças e reforça, eventualmente, distinções. É o caso, por exemplo, admitimos, do consumo do vinho do Porto que quando tornado hábito reflecte uma prática que em termos sociais pode ser traduzida por distinção, sendo essa distinção tanto mais real quanto mais o hábito se verificar em espaço semi-público marcado pela distância social face aos demais. O sentido da distinção é passível de ser apreendido num determinado contexto onde a prática se inscreve, e no qual o próprio acto de beber é passível de conferir ao acto em si um sinal distintivo, tornando-o simbolicamente inerente a um estilo de vida reconhecido, legítimo e tido como favorecido/privilegiado. O que daqui decorre é a marcação da distância entre os indivíduos, agentes ou actores sociais, que emerge da própria prática em si, porque relevante de condições sociais de existência diferentes, como diferentes são também os indivíduos que engendram as práticas[74]. A procura de pares, referimo-nos a relações de proximidade social, emerge então como uma sólida realidade. É assim que, tudo o indica, o respectivo perfil social dos frequentadores-consumidores condiciona, mas não determina, a escolha quotidiana do espaço semi-público para consumo(s) vínico(s). Note-se que, é neste jogo social, por vezes de teor estratégico, que emergem as lutas simbólicas inerentes aos processos de demarcação distintiva e de transmutação da diferença em diferença distintiva. As distâncias sociais, radicam então, por inerência de estratégias[75] de distinção, na consagração da

[73] Tivemos já oportunidade de, num outro momento, conceptualizar o contexto mais vasto onde se situam as práticas alimentares como quadro alimentar. Cf. Dulce Magalhães, *Diferenciações Sociais entre Práticas Alimentares*, Provas de Aptidão Pedagógica, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 1994. Aí, a propósito do confronto entre estilo e quadro alimentares, definimos o estilo alimentar como "a maneira (especial) de se alimentar, tendo a ver com o como se come"; por quadro alimentar entendemos algo mais vasto; atribuindo-lhe uma significação mais ampla, designa então "o que se come, onde se come, quando se come, com quem se come, abrangendo ainda o como se come." Cf. p. 12, nota 9.

[74] Sobre a *expressão distintiva* das práticas, ver Pierre Bourdieu, *La Distinction*, cit., p. 59.

[75] A palavra *estratégia* é utilizada "para designar as linhas de acção objectivamente orientadas que os agentes sociais constroem sem cessar na prática (...), e que se definem no reencontro entre o habitus e uma conjuntura particular do campo (...)." Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., p. 104.

distinção[76], apostada fortemente na dimensão simbólica das relações sociais[77]. Aqui, vale a pena ter em linha de conta que as possibilidades de ocorrências de "jogos estratégicos dos agentes, uns relativamente aos outros, neste sistema de posições desiguais, explicam melhor os seus comportamentos."[78] Note-se mesmo que o *sentido do jogo*, no sentido de um *sentido prático* está presente na estruturação e execução das práticas levadas a cabo pelos agentes sociais. Daqui são passíveis, então, de decorrer automatismos, independentemente duma tomada de consciência, mas inerentes à posição que o agente social[79] ocupa no espaço social e da qual lhe advém uma certa forma de pensar, sentir e agir. É esta, então, a razão imanente à emergência das práticas sociais e subjacente a estilos de vida diferentes inscritos no tecido social, comportando todo o tipo de práticas, gostos e hábitos que faz criar uma modalidade específica de vivência social. Mas, dali decorrem também, eventualmente, estratégias de pretensão, inseridas não só num jogo estratégico mas, de forma mais abrangente numa luta em que, simbolicamente, está a pretensão a uma determinada imposição que visa, em contrapartida, a legitimidade, logo a aceitação e o ganho simbólico. A pretensão, e especificamente a pretensão à distinção, pode ser equiparada a uma espécie de *bluff* que confunde o ser com o parecer, ressaltando este em desfavor daquele. Este *bluff*, criado com o intuito de "dar impressão", a ter sucesso, implica mesmo a "usurpação da identidade social", no sentido da apropriação de aparências e da modificação das "posições nas classificações objectivas"[80]. Daí então a importância, neste estudo, da simbólica comportamental circunscrita ao consumo dos vinhos corrente e do Porto. O tipo de comportamento face aos vinhos, equipara-se a uma linguagem exteriorizada de forma *natural*, porque automática, constituindo essa *naturalização* diferenças entre os agentes que mais não são do que diferenças do foro simbólico que conferem e marcam distâncias no espaço social. Desta forma, podemos então compreender e aceitar que subjacente a essas distâncias sociais se demarquem estratégias de distinção[81]. A

---

[76] Cf. Luc van Campenhoudt, *Introdução à Análise dos Fenómenos Sociais*, cit., p. 170.
[77] Cf. Luc van Campenhoudt, *Introdução à Análise dos Fenómenos Sociais*, cit., p. 170-177.
[78] Luc van Campenhoudt, *Introdução à Análise dos Fenómenos Sociais*, cit., p. 177.
[79] Bourdieu opta por tratar o indivíduo mais como um agente social do que como um actor social, uma vez que "o agente social é agido ["est agi"](do interior) tanto quanto age (para o exterior)", esclarece Patrice Bonnewitz, in *Primeiras Lições sobre a Sociologia de P.* Bourdieu, cit., p. 82. Este esclarecimento é também apresentado por Alain Accardo e Philippe Corcuff, *La Sociologie de Bourdieu*, cit., p. 67.
[80] Pierre Bourdieu, *La Distinction*, cit, pp. 282-283.
[81] Para mais pormenores sobre a pertinência das estratégias de distinção enquanto conjunto de disposições pretensamente voltadas para a própria distinção, ver Pierre Bourdieu, *La Distinction*, cit, pp. 259-260.

este propósito é interessante lembrar as próprias palavras de Bourdieu: "(...) aquilo a que correntemente se chama distinção, quer dizer, uma certa qualidade, as mais das vezes considerada inata (fala-se de «distinção natural»), da apresentação e das maneiras, não é na realidade senão diferença, desvio, traço distintivo, em suma, propriedade relacional que só existe na e pela relação com outras propriedades."[82]

Abriríamos, então, um parênteses para realçar que "as posições sociais (conceito relacional), as disposições (ou os habitus) e as tomadas de posição, as «escolhas»"[83] dos agentes sociais se relacionam entre si, no sentido em que os dois primeiros exercem constrangimentos sociais sentidos como naturais – a naturalização a que, na esteira de Bourdieu, já aludimos – face às práticas socioculturais exteriorizadas. Fomos deixando formar a ideia da importância do relacional no autor. E, neste sentido, atente-se que "*o real é relacional*"[84]; assim, o que existe na realidade são relações entre agentes, tratando-se estas de relações objectivas, demarcadas independentemente das suas vontades e apetências[85]. Contudo, pese embora o facto do autor privilegiar uma perspectiva relacional[86], que prestou um forte contributo para enformar o nosso posicionamento teórico-sociológico, e de àquela (à perspectiva relacional) ser caro o conceito de *habitus*, as estratégias praticadas entre os agentes são um facto a não perder de vista. E, ainda que assim seja, a vida social pode ser relativamente previsível, e isso, graças ao habitus – conceito explicativo quanto à previsibilidade, ou a relativa previsibilidade da vida social, apesar de não se poder ler neste conceito um determinismo social nas condutas. Até porque o que muda, não muda repentinamente e quando muda não passa obrigatoriamente por uma mudança homóloga nas mais diversas dimensões;

---

[82] Pierre Bourdieu, *Razões Práticas. Sobre a Teoria da Acção*, cit., p. 6. O parêntesis e as aspas são do autor.
[83] Pierre Bourdieu, Razões Práticas. Sobre a Teoria da Acção, Oeiras, Celta, 1996, p. 6. O parêntesis e as aspas são do autor.
[84] Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., p. 72; o itálico é do autor. Note-se que segundo Bourdieu, a frase é da autoria de Hegel, constituindo, no entanto, um bom suporte à perspectiva relacional que caracteriza os seus estudos. Cf. A mesma página da mesma obra.
[85] Cf. Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., p. 72.
[86] Pierre Bourdieu, *Razões Práticas. Sobre a Teoria da Acção*, cit., pp. 5-10. Sobre a perspectiva relacional defendida pelo autor, ver também Patrice, *Primeiras Lições sobre a Sociologia de P.* Bourdieu, cit.; Philippe Corcuff, *As Novas Sociologias*, Sintra, Editora VRAL, Lda., 1997, p. 41. Sobre o "primado das relações", proclamado por Bourdieu, e, consequentemente, a sua perspectiva relacional, que enquadra o seu pensamento sociológico, pode ser consultada Loïc J. D. Wacquant, "Introdução" in Pierre Bourdieu, & Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., pp. 23-26.

antes, exige um reajustamento gradual que, não raro, implica novo esforço do agente social.

É defensável então, que uma vez que os *habitus* se diferenciam uns dos outros ("os *habitus* são diferenciados"[87]), eles também diferenciem ("são também diferenciantes"[88]). E neste sentido, acrescenta Bourdieu a propósito dos *habitus* que "eles são também operadores de distinção: mobilizam princípios de diferenciação diferentes ou utilizam diferentemente os princípios de diferenciação comuns. Os *habitus* são princípios geradores de práticas distintas e distintivas (...). Fazem diferenças (...) entre o que é distinto e o que é vulgar (...)".[89]

Assim a distinção, a pretensão e a necessidade são apenas exemplos de sentidos inerentes à constituição do *habitus de classe* que remetem para estilos de vida desigualmente acantonados no espaço social. Contudo, acrescente-se, uma leitura passível de linearidade inscrita na estrutura social, não é de todo um facto irrefutável. Senão, veja-se: as estratégias, os cálculos, os jogos sociais que se vão esboçando e definindo, deixam transparecer lutas – as lutas simbólicas defendidas por Bourdieu[90] – radicadas em classificações e reclassificações[91], a propósito da percepção do mundo, da construção de esquemas e categorias de percepção, bem como das próprias práticas encetadas, e cujo objectivo incide na demarcação distintiva entre os agentes sociais por inerência das respectivas posições sociais, que reflectem condições sociais de existência também tendencialmente desiguais; a propósito das lutas simbólicas e da sua importância na construção do social na perspectiva de Bourdieu, retenha-se as palavras de Patrice Bonnewitz: "impor significação, fazendo esquecer o arbítrio contido nelas, essa é a lógica da violência e da dominação simbólicas"[92]. Assim, neste percurso, e à conta de dinamismos engendrados pelos agentes e permeabilizados pelo tecido social, vão sendo postas em causa as homologias entre campos[93], capitais

---

[87] Pierre Bourdieu, Razões Práticas. Sobre a Teoria da Acção, cit., p. 9.
[88] Pierre Bourdieu, Razões Práticas. Sobre a Teoria da Acção, cit., p. 9.
[89] Pierre Bourdieu, Raisons Pratiques. Sur la Théorie de l'Action, cit., p. 23, citado por Patrice Bonnewitz, Primeiras Lições sobre a Sociologia de P. Bourdieu, cit., p. 83. Sobre o habitus enquanto princípio gerador e unificador ver Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, Réponses. Pour une Anthropologie réflexive, Paris, Éditions du Seuil, 1992, pp. 106-107.
[90] Cf. Pierre Bourdieu, & Loïc J. D. Wacquant, Réponses, cit., p. 22.
[91] Sobre lutas de classificação ver Patrice Bonnewitz, Primeiras Lições sobre a Sociologia de P. Bourdieu, cit., pp 93-102. Sobre lógicas de distinção ver pp. 102-111 da mesma referência bibliográfica.
[92] Patrice Bonnewitz, Primeiras Lições sobre a Sociologia de P. Bourdieu, cit., p. 110
[93] Sobre homologias entre campos ver Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, Réponses, cit., pp. 81-83. Sobre homologias, do ponto de vista funcional e estrutural, e nomeadamente a propósito ilustrativo "da lógica do campo da produção e da lógica da campo de consumo (...) objectivamente orquestradas", ver Pierre Bourdieu, La Distinction, cit,,

e poderes defendidos pelo autor, mas requestionadas na actualidade. Mas, porque Bourdieu tem presente esta situação advinda da evolução social que caracteriza as sociedades actuais, refere-se a um efeito que resulta do facto de as condições objectivas em que o *habitus* se constituiu se terem modificado e do facto de a cristalização inicial do *habitus* e a inércia que daí advém, o impedir de modificar-se da mesma maneira e a um só tempo. Trata-se da *hysteresis*[94], efeito que, quando presente, ressalta da constituição do *habitus*[95]. Neste caso, um forte afastamento entre o ambiente em que as práticas são exteriorizadas e o ambiente em que elas efectiva e objectivamente se ajustam, eclode em conflitos e levam à aplicação de sanções negativas[96], já que "produz-se então um [desfasamento] do *habitus* antigo em relação às condições novas, e esse [desfasamento] se traduz, no agente, por práticas pouco ou nada adaptadas"[97], o que faz com que o agente adopte práticas deslocalizadas face ao novo lugar que ele ocupa presentemente no sistema de posições, mas congruentes com o anterior lugar ocupado e no qual fora constituído o seu *habitus* primário. Neste sentido, poder-se-á fazer referência ao (des)encontro de arbitrários de pensamentos, contraditórios, por sinal, que presidem à eleição das práticas.

É esse desajustamento entre as condições que presidiram à constituição do *habitus* e as que existem no momento actual, e que é passível de emergir cada vez com maior visibilidade nas sociedades actuais que está na base, entre outros factores, de requestionamentos levantados e que, tendencialmente, podem ser tentados a por em causa o quadro conceptual do autor. Esta posição, que confere à leitura de Bourdieu um estaticismo com forte pendor para a reprodução, cria uma espécie de opacidade à possibilidade de mudança presente na teoria do autor. É verdade que Bourdieu defende a supremacia das condições objectivas enquanto condicionamento das opções oferecidas aos agentes. E neste sentido, refere uma espécie de inconsciente de classe que preside às escolhas, sendo estas enquadradas por uma dialéctica entre "esperanças subjectivas e (...)

---

pp. 255-267. Se tivermos em linha de conta que à lógica do consumo subjaz a lógica inerente ao gosto, então podemos estender a consulta precedente às pp. Seguintes: 267-271.

[94] Sobre o efeito de hysteresis, ver, por exempo, em Pierre Bourdeiu, *La* Distinction, cit., p. 158; Patrice Bonnewitz, *Primeiras Lições sobre a Sociologia de P.* Bourdieu, cit., p. 89. Em Accardo, Alain e Corcuff, Philippe, *La Sociologie de Bourdieu*, cit., p. 70 pode ler-se que *hysteresis* designa "um efeito que se prolonga depois que a sua causa deixa de agir; forma de inércia."

[95] Cf. Bourdieu, Piere, *Esboço de Uma Teoria da Prática*, p. 166.

[96] Cf. Bourdieu, Piere, *Esboço de Uma Teoria da Prática*, p. 166.

[97] Patrice Bonnewitz, *Primeiras Lições sobre a Sociologia de P.* Bourdieu, cit., p. 89

chances objectivas [que] está sempre em funcionamento no mundo social e, na maior parte do tempo, (...) tende a assegurar o ajustamento das primeiras às segundas".[98] Contudo, seria inadequado perdermos de vista a possibilidade de reformulação desse *habitus* de origem, acrescida essa possibilidade quer com o percurso social do agente, radicado na trajectória social, quer, inerentemente, com novos contextos sociais de contacto, isto é, de relacionamentos e sociabilidades que se vão esboçando ao longo do percurso do agente social[99]. E reside aqui o nosso posicionamento central, pelo que admitimos observar algum tipo de movimentações sociais com repercussão numa mudança de actuação face a práticas de consumo vínico por parte dos protagonistas sociais. Essas movimentações, devem-se ao facto de a força estrutural inicial, tendencialmente homologizante, ter vindo a quebrar a sua inércia. Quando visíveis, essas movimentações podem implicar um confronto por parte do *habitus de classe* inculcado pela família de origem (e aqui o lugar de classe de origem exercerá toda a sua força por inerência duma socialização primária e familiar) face a uma mudança socioeconómica, pautada quer por uma ascensão alcançada por um dos canais sociais disponíveis para o efeito na actualidade, quer por um declínio constrangido pela perda de competências relativamente à geração anterior. A mudança de actuação dos protagonistas sociais, face a práticas de consumo vínico, leva-nos a admitir que na sua origem está a importância concreta de influências exógenas à família de origem, nomeadamente grupos de amigos e/ou grupos de referência. Lembremo-nos da importância dos grupos de referência e seus efeitos potencialmente ressocializantes, e a este nível, retenhamos a hipótese de que grupos de referência potenciam a construção de novos hábitos e novos gostos no que respeita à frequência de determinados espaços semi-públicos (estabelecimentos), orientando práticas inovadoras, tornadas produções quotidianas.

Perder de vista esta possibilidade de reestruturação é permanecer deliberadamente na inacção, no imutável, e, por conseguinte, na reprodução. Neste sentido, esclarece Bourdieu, "o habitus não é o destino que às vezes

[98] Pierre Bourdieu & Loïc Wacquant, *Réponses. Pour une Anthropologie réflexive,* Paris, Éditions du Seuil, 1992, p. 105
[99] As figuras 1 e 2, a que já tivemos oportunidade de aludir, ilustram esta possibilidade de mudança.

acreditou-se ser. Sendo um produto da história, é um sistema de disposição aberto, que está incessantemente diante de experiências novas e, consequentemente, incessantemente afectado por elas. É duradouro, mas não imutável."[100] É precisamente aqui que reside a possibilidade de inovação e de acção[101].

Contudo, a possibilidade de ocorrências contrárias é um facto. É por isso que o autor considera que "(...) a maioria das pessoas está estatisticamente destinada a encontrar circunstâncias concordantes com aquelas que originalmente modelaram o seu *habitus* e, por conseguinte, a ter experiências reforçarão as suas disposições."[102]

São, precisamente, estas possibilidades várias que esboçaram em nós a necessidade de avançar, ainda que brevemente, sobre o pensamento do autor (re)questionado na actualidade, uma vez que a sua estrutura de pensamento fornece-nos, no geral, alicerces credíveis para a construção do nosso suporte teórico.

[100] Pierre Bourdieu & Loïc Wacquant, *Réponses, cit.,* p. 108-109. Os sublinhados são nossos para reforçar a ideia de elasticidade presente no *habitus*.
[101] Cf. Pierre Bourdieu, & Loïc J. D. Wacquant, *Réponses,* cit., pp. 108-110. Ver também as páginas seguintes desse capítulo, onde Wacquant questiona Bourdieu sobre a rejeição deste último face ao modelo determinista que lhe é atribuído.
[102] Pierre Bourdieu & Loïc Wacquant, *Réponses, cit.,* p. 109.

1.2. Bourdieu (re)questionado: a actualidade do seu pensamento

1.2.1. Mudança social, operatoriedade do *habitus* e heuristicidade das homologias

Porque, como dissemos, a teoria bourdiana é um bom guia neste nosso trabalho, porque uma boa parte dos nossos próprios pressupostos teóricos inspiram-se naquela e, finalmente, porque se trata de uma teoria que tem vindo a ser alvo de interesses cada vez mais amplos e, consequentemente, de posicionamentos críticos, parece-nos ser de todo o interesse fazer incidir o nosso olhar em alguns pontos mais susceptíveis de crítica e menos apelativos à aceitação pacífica[103]. Não se perca de vista, porém, o motivo primordial que nos encaminhou privilegiadamente para eixos teóricos bourdianos. A análise dos consumos, de vinho corrente e de vinho do Porto, tendo em conta diferenciações sociais e, dentro destas, lugares de classe, está no centro de gravidade desta pesquisa, pelo que, vale a pena ter presente a simbólica a ela aliada, equacionando-a, também, nestes patamares teóricos. Ora, como já o dissemos, trata-se de uma temática cara ao autor, motivo que, reiteradamente, nos levou a inspirarmo-nos fortemente nestes meandros teóricos. Para além disso, e apesar de esforços vários dignos de mérito no que respeita à análise do social, não existe ainda um autor cuja teoria social tudo abarque em termos explicativos, pelo que admitimos a pertinência de outros olhares sociológicos susceptíveis de apresentar propostas e contributos explicativos que, complementar e/ou criticamente, tentem equacionar a sociedade vigente, tendo em conta a especificidade das suas características. Contudo, e porque tudo evolui, a sociedade de hoje pode ser caracterizada, em geral, por um pendor mais dinâmico face às épocas passadas. Assim, uma vez que a sociedade dos anos 2000 dista sobremaneira da sociedade

[103] Neste contexto, centralizámos o nosso olhar em torno de dois conceitos capitais da sua teoria – *habitus* e homologias -, aplicações e interpretações que daí surjam, uma vez que são estes os conceitos que têm implicações imediatas no nosso trabalho no que respeita ao seu enquadramento teórico. Assim, ficam de fora questionamentos críticos afins à globalidade da sua teoria, dado não ser este o local apropriado para a sua explanação. No entanto, para perspectivas críticas mais diversas, para além do que aqui se apresenta, pode consultar-se, por exemplo, Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, onde vários autores equacionam, em diferentes prismas, a teoria bourdiana.

dos anos sessenta, em que a sociologia bourdiana iniciou o seu impacto na comunidade científica, há que a complementar com outros olhares que, entretanto, têm em conta a actualidade das vivências nas sociedades modernas. Daí, então, a necessidade de (re)questionar Bourdieu tendo por palco a actualidade.

As mudanças e efervescências sociais que têm sacudido as sociedades modernas nos últimos anos, não sendo a portuguesa nenhuma excepção, estão no centro de posições críticas ou, pelo menos, de posições menos favoráveis a postulados e pressupostos bourdianos. Veja-se que, no que concerne à sociedade portuguesa, os últimos trinta anos têm vindo a ser palco de profundas alterações: o fenómeno migratório, do êxodo rural, êxodo agrícola, migrações internas, à emigração e retorno; a feminização da população activa; a urbanização, suburbanização, litoralização e desertificação do interior; o arranque da industrialização e posterior estagnação; a terciarização e o aumento generalizado do nível de escolaridade; a expansão das novas classes médias urbanas e consequente recomposição socioprofissional – são alguns dos processos de mudança, alguns deles ainda em curso, que têm vindo a marcar profundamente a estrutura social portuguesa[104].

Nesse seguimento, surgem forçosamente alterações quer a nível comportamental, e portanto das práticas, quer a nível de gostos, reflectidos nos consumos em geral[105]. Essas alterações constituem, segundo João Teixeira Lopes, motivo para abalar a visão bourdiana relativa à teoria da prática e enquanto teoria clássica explicativa de teor social, tornando-a insuficiente e levando à procura de novos complementos teóricos[106]. Segundo este autor, na teoria bourdiana tudo se passa como se se tratasse de um mundo extremamente ordenado, "funcionando as homologias como uma estrutura omnipresente de regulamento social"[107]; o

---

[104] Ver, por exemplo, João Ferrão, "Evolução e estrutura regional das classes sociais em Portugal (1960-70)", in *Finisterra*, XVII, nº 34, Lisboa, 1982, pp. 223-265; João Ferrão, "Recomposição social e estruturas regionais de classes (1970-80)" in *Análise Social* nº 887-88-89, 1985, pp. 565-604; João Ferrão, "A Demografia Portuguesa", *Cadernos do Público*, nº 6, António Barreto, Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa e Público, 1996; Fernando Luís Machado e António Firmino da Costa, "Processos de modernidade acabada", in *Portugal que Modernidade?*, Oeiras, Celta, 1998, pp. 17-44; António Barreto, *A Situação Social em Portugal (1960-1995)*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais, 1996.

[105] Vale a pena lembrar que neste trabalho, os consumos vínicos adquirem centralidade, sendo estes o alvo privilegiado de exemplificação mais concreta sempre que essa necessidade surgir como pertinente.

[106] Cf. João Teixeira Lopes, "Sociabilidade e Consumos Culturais: Contributos para uma Sociologia da Fruição Cultural", in *Sociologia – Revista da Faculdade de Letras do Porto*, nº 8, 1998, p. 182.

[107] João Teixeira Lopes, "Sociabilidade e Consumos Culturais: Contributos para uma Sociologia da Fruição Cultural", in *Sociologia – Revista da Faculdade de Letras do Porto*, nº 8, 1998, p. 183.

conceito de *habitus* – um dos conceitos centrais da sua abordagem[108], como vimos no ponto anterior – apresenta-se, assim, com um forte pendor para o estaticismo, e "pouco adequado à análise de épocas históricas marcadas quer por uma acentuada mobilidade"[109], quer por novas possibilidades de produções que se vão cruzando com o agente social, repercutindo-se nos níveis valorativo e de atitudes. Isto leva a ter presente, na construção das identidades e das (pre)disposições, fenómenos tão incisivos como a "contaminação cultural", a "importação/exportação de significados", "crioulagem" e "identidades múltiplas e/ou de fronteira"[110]. Segundo João Teixeira Lopes, é precisamente esse conjunto de "identidades pluricompostas", bem como a "acumulação de repertórios culturais de distintas proveniências, a multiplicação de estilos de vida", a "diversificação de redes de sociabilidade" que dificulta a consonância entre posição social e práticas sociais, conduzindo "a uma recomposição, com novas regras, do espaço social onde a permeabilidade à novidade e à mobilidade (física, social, simbólica) adquire contornos inéditos."[111] Daí, então, a necessidade, a exigência acrescenta o autor, de se reconceptualizar os conceitos básicos – *habitus* e campo -, com vista a uma maior operatoriedade face a situações sociais não rígidas.[112] Note-se que, ainda segundo o autor, Bourdieu, na sua análise social, apresenta uma visão céptica quanto à possibilidade de "transformações radicais"[113], pesem embora todas as evidências empíricas de mudança. É a este propósito que Teixeira Lopes se refere aos "parâmetros tendencialmente fixistas do habitus"[114], considerando a necessidade de adaptação da teoria a uma realidade em mudança, ainda que "se mantenham, com vigor operacional, as

[108] A centralidade do conceito de *habitus* no quadro conceptual bourdiano é, de uma forma geral, uma consideração pacífica no conjunto dos estudiosos de Bourdieu, ainda que estes apresentem posicionamentos críticos. José Luís Casanova, por exemplo, considera que "o contributo especial de Bourdieu tem, (...) de relevante, (...) a expressividade com que promove a centralidade de tal conceito [*habitus*] na teoria social (...)". Cf. José Luís Casanova, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, p. 48.

[109] João Teixeira Lopes, "Sociabilidade e Consumos Culturais: Contributos para uma Sociologia da Fruição Cultural", in *Sociologia – Revista da Faculdade de Letras do Porto*, nº 8, 1998, p. 184.

[110] João Teixeira Lopes, "Bourdieu: uma sociologia para o século XXI?", *Educação, Sociedade e Culturas*, Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da Educação, nº 19, 2003, p. 176.

[111] João Teixeira Lopes, "Bourdieu: uma sociologia para o século XXI?", *Educação, Sociedade e Culturas*, Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da Educação, nº 19, 2003, p. 176.

[112] Cf. João Teixeira Lopes, "Bourdieu: uma sociologia para o século XXI?", *Educação, Sociedade e Culturas*, Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da Educação, nº 19, 2003, p. 176.

[113] Cf. João Teixeira Lopes, "Do círculo da dominação ao 'milagre' do amor", *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 21-22, p. 225. Ver também, do mesmo autor, "Bourdieu: uma sociologia para o século XXI?", *Educação, Sociedade e Culturas*, Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da Educação, nº 19, 2003, p. 174.

[114] João Teixeira Lopes, "Bourdieu: uma sociologia para o século XXI?", *Educação, Sociedade e Culturas*, Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da Educação, nº 19, 2003, p. 175.

traves-mestra do edifício (teoria geral dos campos)."[115] Este é um ponto onde incidem criticamente outros olhares sociológicos[116], como veremos adiante.

Decorrendo destes contextos, apresentam-se, então, acusações deterministas ao seu modelo teórico conceptual, facto que Bourdieu recusa terminantemente[117].

Paulo Monteiro é um dos autores que aponta explicitamente a crítica à "circularidade determinista" inerente aos pressupostos teóricos de Bourdieu, pelo facto deste considerar "que as pessoas incorporam em *habitus* a estrutura e a situação objectivas da sua classe e exteriorizam, tanto nas práticas mais objectivas como nas mais simbólicas, apenas aquilo que interiorizam: constróem as suas perspectivas de acordo com os percursos de vida do seu semelhante, e acabam por desejar o que é necessário ou possível dentro da sua condição social."[118] Para Paulo Monteiro, Bourdieu privilegia, assim, quase exclusivamente as condições sociais de existência no que respeita à criação de sistemas de disposições, gostos e classificações por interpostos esquemas de incorporação.[119] Desta forma, estaríamos perante uma rigidez comportamental e social que muito dificilmente seria ultrapassada, dada a própria rigidez do *habitus*. Ora, sobre a rigidez do *habitus*, que lhe é apontada, Bourdieu defende-se explicitando que "o habitus é criador, inventivo [no sentido em que se apresenta capaz de agir livremente], mas dentro dos limites das suas estruturas"[120].

---

[115] João Teixeira Lopes, "Bourdieu: uma sociologia para o século XXI?", *Educação, Sociedade e Culturas*, Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da Educação, nº 19, 2003, p.178.

[116] Para além de João Teixeira Lopes, alguns outros nomes se destacam que podem ilustrar, em território português, esta situação. De referir, por exemplo, Paulo Filipe Monteiro, "Os usos das artes na era da diferenciação social: críticas e alternativas a Pierre Bourdieu", in *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 12/13, Janeiro 1991, pp. 117-141; José Luís Casanova, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, pp. 45-68; José Luís Casanova, "A «Teoria da Prática» - uma prática menos teorizada?", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 17, 1995, pp. 61-73; António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de ciências Sociais* nº 2, 1984, pp. 3- 35; José Manuel Mendes e Ana Maria Seixas, "Escola, desigualdades sociais e democracia: as classes sociais e a questão educativa em Pierre Bourdieu", in *Educação, Sociedade e Culturas, Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da* Educação nº 19, 2003, pp. 103-129. Convém realçar não se tratarem de autores que rejeitem de todo os postulados bourdianos; muito pelo contrário, reconhecendo heuristicidade aos seus conceitos centrais, apresentam, contudo, reservas face à sua operatoriedade ou pelo menos à operatoriedade de alguns deles, nos dias correntes.

[117] Cf. Pierre Bourdieu e Loïc Wacquant, *Réponses. Pour une Anthropologie réflexive,* Paris, Éditions du Seuil, 1992, pp. 110-115, podendo tomar-se contacto com a defesa apresentada pelo autor face à acusação de determinista de que a sua tese social é alvo.

[118] Paulo Filipe Monteiro, "Os usos das artes na era da diferenciação social: críticas e alternativas a Pierre Bourdieu", in *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 12/13, Janeiro 1991, p. 121. Gostaríamos de sublinhar que, segundo Paulo Monteiro, "o trabalho que Bourdieu desenvolve acaba, no entanto, por privilegiar quase exclusivamente a forma como as condições estruturais de existência criam determinadas disposições, sistemas de classificação e gostos. O princípio que rege a própria actividade estruturante e classificatória dos sujeitos é o «sistema de esquemas incorporados»" como Bourdieu, ele próprio, aponta na sua obra monumental La Distinction, p. 55. Cf. Paulo Filipe Monteiro, idem, p. 122.

[119] Cf. Paulo Filipe Monteiro, "Os usos das artes na era da diferenciação social: críticas e alternativas a Pierre Bourdieu", in *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 12/13, Janeiro 1991, p. 122.

[120] Bourdieu, Pierre e Wacquant, Loïc, *Réponses. Pour une Anthropologie réflexive,* Paris, Éditions du Seuil, 1992, p. 26; a este propósito, ver também Rafael Feito Alonso, *Estructura Social Contemporânea. Las Clases Sociales en los*

Jacques Bouveresse, ao analisar os principais aspectos da reflexão bourdiana acerca desta temática, tem em linha de conta a importância da *regra* no que toca à configuração comportamental, considerando que a noção de *habitus* supera as limitações impostas pela perspectiva associada à utilização da ideia de *regra*[121]. Segundo o autor, a explicação dos comportamentos, não passa por princípios meramente "legislativos" ou por mecanismos sociais responsáveis pela acção dos sujeitos, mas sim pelo "sentido prático"[122] de quem participa no "jogo social"[123] e na "razão prática"[124] que os sujeitos detêm em virtude da incorporação de um determinado *habitus*, concebido como algo criativo e transformador.[125]

Convém lembrar que a Bourdieu é cara, também, a discussão em torno da noção de *regra*, bem como da confusão em torno de dois usos diferentes dessa noção: i) como hipótese teórica que explica o que vê e ii) como princípio que realmente governa a prática dos agentes. Para evitar esta confusão, Bourdieu pretere a noção de regra em favor das noções de "estratégia", de "*habitus*" ou de "disposição".[126] Note-se mesmo que, existência de regularidades sociais não deve ser confundida com a presença de regras. Mais: não é pelo facto do *habitus* produzir, ou tender a produzir o comportamento do agente social, que a espontaneidade da sua acção fica comprometida, uma vez que a acção resulta de uma disposição inerente ao próprio agente e não meramente de constrangimentos sociais exteriores. O comportamento, é então, também, deliberação, disposição. Contudo, isto não significa que as acções

---

Países Industrializados, México/España, Siglo Veintiuno de España Editores, S. A., 1997, p. 18.

[121] Subjacente a esta problemática está a discussão em torno da regra, noção cara a Wittgenstein. Para um maior desenvolvimento sobre a perspectiva deste autor em torno da noção da regra, ver Charles Taylor, "To follow a rule...", in Richard Shusterman, (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, pp. 29-32, Jacques Bouveresse, , "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, pp. 45-46 e 55-58.

[122] "Practical sense" no original e aspas também no original; "le sens pratique" enquanto terminologia de Bourdieu. Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 52.

[123] "Feel for the game" no original; "le sens du jeu" enquanto terminologia de Bourdieu. Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 52.

[124] Adaptado à terminologia bourdiana. No original, "practical knowledge". Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 52.

[125] Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, pp. 45-63; ver particularmente pp. 52-53.

[126] Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 47.

produzidas pelo *habitus*, reputadas de espontâneas, sejam "livres".[127] A grande dificuldade está na distinção entre as acções que têm a sua origem *no* agente e as acções que têm a sua origem *fora* do agente. Esta questão incide, basicamente, na oposição entre "liberdade" e "constrangimento"[128]. O que causa ameaça, o que perturba, é, geralmente, a ideia de contenção de liberdade, e, por conseguinte, de destino traçado, de constrangimento, "manipulação", determinação social. Essa espécie de "terror" explica a razão por que teorias que privilegiam mecanismos e determinismos sociais na explicação dos comportamentos aparentemente livres dos agentes sejam tidas como negação dos conceitos de "liberdade" e "personalidade"[129].

Bouveresse, entende, então, que no jogo social, existem padrões de comportamentos regularizados, ou seja, padrões de comportamentos que resultam da obediência a regras reconhecidas e codificadas. A obediência a estas regras é intencional, exigindo, esse acto, conhecimento e compreensão não só das regras, mas também das implicações da (des)obediência às regras. No outro extremo encontram-se regularidades nos comportamentos cuja explicação assenta na ideia de existência de mecanismos sociais; nestes casos, são esses mecanismos os responsáveis pelos comportamentos em causa, espontâneos e inconscientes.[130] Mas como nem todas as acções sociais são passíveis de se enquadrarem na mesma forma explicativa, considera o autor que "há igualmente um conjunto de acções sociais regulares – possivelmente até a maioria dos padrões de comportamento – que não parece poder ser explicado de forma satisfatória com o recurso à ideia de regras nas quais os agentes intencionalmente baseiam o seu comportamento ou com recurso à ideia de causalidade bruta. É a este nível intermédio que, para Bourdieu, intervém a noção fundamental de *habitus*."[131]

---

[127] Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 47.
[128] Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 48.
[129] Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 48.
[130] Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 49.
[131] Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 49. Segundo este autor, Wittgenstein realça, a propósito da questão das regularidades, que a sua detecção por parte da sociologia e das outras ciências sociais não significa que os agentes possam deixar de ser vistos como "livres" e "responsáveis". Cf. Idem, p. 50.

Ora, há que ter presente o verdadeiro princípio que está por detrás das estratégias dos actores, isto é, o "sentido prático" ou, recorrendo à terminologia dos desportistas, o "sentido de jogo", estando este subjacente a uma espécie de arte (mestria, no contexto bourdiano) que advém da experiência que confere a prática e subjacente ainda à lógica do jogo[132]. É este "sentido de jogo" que permite a adaptação de uma infinidade de movimentos e de comportamentos a uma infinidade de situações diferentes e complexas que nenhuma regra poderia prever.

Mas, como se sabe, a estrutura social, nunca apresenta possibilidades de produção ilimitadas, apesar de estar presente a possibilidade de produção. Ainda que se tome o *habitus* como conceito central nestas matérias, veja-se que Bourdieu entende-o como simultaneamente passível de actualização e de reprodução das condições sociais originais[133]. Assim, a possibilidade de mudança está presente, apesar da existência de um "filtro múltiplo de disposições adquiridas e activas ao longo da trajectória biográfica do agente, assim como através da história estrutural desta posição no espaço social."[134]

Consideramos, pois, que a leitura que daqui decorre é que o *habitus* social, operando enquanto filtro, é compatível, realmente, com a incorporação do *Novo*, podendo, contudo, reter a passagem ou a assimilação de determinado tipo de informação. Essa retenção, a verificar-se, fica a dever-se a uma incompatibilidade entre as características da informação – do *Novo* - e as das disposições que constituem o *habitus*. No entanto, tal não significa que as informações em causa não venham posteriormente, e num outro tempo, a ser incorporadas e absorvidas pelos *habitus* do agente social. O que tem de ocorrer é uma adequação do novo elemento às disposições (pré)existentes. A liberdade de escolha, de opção e de adopção está assim garantida, pela existência de uma margem de actuação construída, é um facto, na senda das condições sociais de existência; estas condições, não é demais clarificar, não se

---

[132] Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 51.

[133] João Teixeira Lopes faz também esta leitura às propriedades inerentes ao conceito central bourdiano. Cf. João Teixeira Lopes, "Sociabilidade e Consumos Culturais: Contributos para uma Sociologia da Fruição Cultural", in *Sociologia – Revista da Faculdade de Letras do Porto*, nº 8, 1998, p. 184.

[134] Pierre Bourdieu e Loïc Wacquant, *Réponses*, cit., p. 110.

apresentam imutáveis. É desta forma que se podem conceber mudanças de valores, gostos e atitudes, por inerência, por sua vez, de novos e diferentes contactos sociais, de ressocializações e/ou de mobilidades classistas. O efeito de trajectória social, inerente à concepção de mobilidade social, pode explicar, por exemplo, a disparidade de gostos, valores e atitudes coexistentes num mesmo lugar de classe. Claro está que a tudo isto não será alheio o questionamento das homologias apresentadas enfaticamente por Bourdieu, notadamente, das homologias entre campos. E, quanto a nós, a crítica incisiva ao autor, poderia radicar mais aí, do que na conceptualização operatória do *habitus*. Precisamente por isso, e tendo em conta o nosso objecto de estudo, admitimos, no que se refere aos consumos de vinhos, que as diferenciações sociais e as diferenciações espacio-temporais não obedeçam rigorosamente a homologias pré-estabelecidas entre umas e outras, apesar de ainda se verificarem, na actualidade, tendências homologizantes. Assim, tendo em conta essas diferenciações, encontram-se, na actualidade, e com alguma visibilidade, tendências para práticas vínicas dissonantes embora não seja regra. Daí, considerarmos à partida, que as práticas vínicas dissonantes entre si ficam a dever-se à possibilidade de produções quotidianas por parte dos actores sociais enquanto inseridos num contexto social mais abrangente e permeável à mudança. Dentro deste contexto, é possível encontrarem-se protagonistas em espaços de consumo semi-público, cujas características sociais não se apresentam consonantes face ao espaço nos termos das homologias propostas por Pierre Bourdieu. Ainda assim, encontramos grandes grupos com perfis sociais afins ao perfil físico, social e económico dos espaços semi-públicos seleccionados.

Quanto ao *habitus*, a rigidez, apresentada em críticas ao autor, insere-se numa falsa questão dada a plasticidade que, consideramos, nele se entronca, e que imediatamente acima tivemos oportunidade de explanar. Mais, Bourdieu, ele próprio, tem, de alguma forma, presente essa plasticidade no conceito, atribuindo-lhe mesmo um certo grau de incerteza e abertura quanto à exteriorização de práticas presididas pelo sistema de disposições. Neste sentido, considera o autor que é essa relativa indeterminação que "faz com que as

condutas engendradas pelo habitus não tenham a bela regularidade das condutas deduzidas de um princípio legislativo: o habitus tem parte ligado com o leve e o vago"[135], logo, ao maleável, ao incerto, à possibilidade de assimilação do *Novo*, daí a sua plasticidade. Ora, o *Novo* diz respeito quer ao material, quer ao imaterial, remetendo este tanto para um hábito ou comportamento que se adquire como para a construção do gosto que preside à sua assimilação, incorporação e posterior (ou não) *naturalização*.

Desta forma, o gosto, a sua construção em geral e, particularmente o gosto vínico, não se exclui do processo acima referido. Daí, então, considerarmos que o gosto vínico, socialmente construído, possa ter passado por um processo de socialização mais ou menos precoce consoante o perfil social do frequentador-consumidor; isto é, admitimos, que por um lado, consumidores habituais de vinho corrente em tempo exógeno às duas refeições principais, foram alvo de uma socialização precoce no que respeita à frequência habitual de espaços semi-públicos para consumo de vinho corrente; por outro, consumidores habituais de vinho do Porto foram alvo de uma socialização mais tardia (por confronto ao vinho corrente), no que respeita à frequência de espaços semi-públicos para consumo de vinho do Porto, independentemente do(s) agente(s) de socialização. Pese embora este facto, admitimos que essa socialização, da qual a iniciação faz parte, tenha tido a sua origem na família, não sendo, contudo, de descurar efeitos ressocializantes, em termos de assimilação do *Novo*, por parte de grupos de amigos e/ou de referentes. Perante a possibilidade de efeitos ressocializantes na construção do gosto do vinho do Porto, admite-se a presença de uma estratégia de legitimação de fazeres inseridos num conjunto de práticas sociais mais vastas, face a novas exigências sociais de foro simbólico. Relativamente ao vinho do Porto, admite-se ainda que sempre que se verifique ressocialização, esta se processe num contexto social exógeno à família de origem, contando, prioritariamente para o efeito, com grupos de amigos, grupos de conhecidos e/ou grupos de referência. Em termos hipotéticos estamos, por conseguinte, perante possibilidades concretas de mudança, aplicadas, também concretamente, aos consumos de vinhos. Neste sentido, considera José Luís Casanova, que a estruturação dupla

[135] Pierre Bourdieu, "*Habitus*, code et codification", in *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Paris, Éditions Minuit, nº 64, 1986, p. 40.

inerente ao *habitus* – estrutura simultaneamente estruturada e estruturante – confere precisamente uma dialéctica capaz de propulsionar a mudança e actualizar não só as disposições incorporadas como também a distribuição de capitais[136].

Apesar de a socialização, segundo um determinado *habitus*, implicar a aquisição do "sentido prático" ou "sentido de jogo" de que fala Bourdieu[137], a possibilidade de ressocialização é um facto; daí que, construir *novo* gosto passa forçosamente pela actualização das disposições incorporadas, logo, pela criação e pela mudança, ainda que imanente, de uma prática.

1.2.1.1. Mecanismos comportamentais: (ir)regularidade, regra, interpretação e criação

Retomando Bourdieu, recorde-se que este autor insiste, com particular acuidade, na questão do carácter "criativo" das práticas geradas por um *habitus*, rejeitando, assim, as acusações de determinismo que lhe são apontadas. Sublinhando as capacidades generativas do conjunto de disposições que o *habitus* constitui, o autor realça a capacidade de invenção e de improviso, inerente à prática dos agentes, questão particularmente relevante em certas situações; isto é, a invenção pode, então, justificar-se nos casos em que uma regra se caracterizar por uma grande indeterminação, ou nos casos em que a sua aplicação concreta suscitar problemas de interpretação. Note-se que, muitas das regras em uso enquadram-se neste patamar, o que exige interpretação e discernimento e, portanto, invenção. Outras, porém, determinam a direcção geral a seguir, sendo como que "carris de comboio"[138] guiando os agentes num sentido particular.[139] O *habitus*, pelas suas características imanentes, engendra então comportamentos e acções que se

[136] Cf. José Luís Casanova, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, p. 53.
[137] Segundo Bouveresse, Bourdieu fala em "sentido do jogo" inerentemente à "acção racional"na sua obra intitulada *Choses dites*, Paris, Minuit, 1987, p. 21; Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, pp. 52-53.
[138] Metáfora utilizada por Wittgenstein. Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 56. De notar, contudo, que, segundo Bauveresse, Wittgenstein contesta frequentemente a ideia segundo a qual as regras agem como um constrangimento causal. Para Wittgenstein, as regras "guiam" a acção, mas isso não significa dizer que elas produzem a acção da mesma maneira que uma força produz um efeito.
[139] Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, pp. 53 e 55-56.

revestem, aparentemente, de comportamentos e acções instintivas. Ora, não só está aqui presente a capacidade engendradora do *habitus*, - à qual subjazem capacidades de aprendizagem e de apreensão – como também de cálculo, de reflexão e, portanto, de cálculo racional a propósito do comportamento a encetar, logo, a propósito do *que fazer*. Note-se que, para Bourdieu, o *habitus* constitui a base de previsões, apesar de não ser baseado em regras ou leis.[140]

Ora, o que, não raro, acontece é cair-se na procura dos mecanismos profundos subjacentes à explicação das disposições, isto é, subjacentes às explicações dos *habitus*; tenta-se perceber por que razão os *habitus* podem prever comportamentos ajustados a situações futuras.[141]

Como se viu, Bourdieu rejeita a existência de um mecanismo de base responsável pelos comportamentos, e um dos motivos para tal, é precisamente o facto de não haver uma estrita regularidade subjacente aos comportamentos; ora, um mecanismo de base produziria, forçosamente, tal regularidade. Não será demais reforçar que, na sua óptica, "o *habitus* anda de mão dada"[142] com a indeterminação, com a plasticidade, com a incerteza, e os comportamentos que engendra não apresentam a regularidade dos comportamentos produzidos por um princípio legislativo, como já tivemos oportunidade de advertir. Eles obedecem a uma lógica difusa, inexacta, dinâmica e espontânea que permite a sua adaptação a situações novas.[143]

Neste sentido, considera Bouveresse, "a noção de *habitus*, ou outra qualquer noção do mesmo género, parece efectivamente indispensável para dar conta de forma satisfatória de regularidades de um certo tipo: regularidades que têm na sua essência uma certa quantidade de variabilidade, plasticidade, indeterminação, e que implicam diversas formas de adaptação, inovação e

---

[140] Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, pp. 59-60.
[141] Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 61.
[142] Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 62.
[143] Cf. Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 62. Esta ideia, já vimos de forma mais breve no início deste sub-capítulo, foi trabalhada por Bourdieu em "*Habitus*, code et codification", in *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Paris, Éditions Minuit, nº 64, 1986, p. 40. Bouveresse explana-a, na sequência do seu reciocínio.

excepção, o tipo de regularidade que caracteriza o domínio da prática, da razão prática e da lógica da prática."[144]

Joseph Margolis é um outro autor que se debruça sobre a heuristicidade do conceito bourdiano de *habitus*; porém, este autor rejeita o esquematismo do *habitus*, preferindo apostar na ideia de "fluência"[145] das práticas e da cultura dos agentes humanos.[146] Segundo Margolis, se é verdade que o *habitus* incorpora a ideia de uma fluência do jogo de improvisos da vida humana quotidiana, não é menos verdade que Bourdieu transmite também uma caracterização holística da noção: ao contrário do que Bourdieu procura transmitir, o jogo espontâneo da vida quotidiana *não* é como a performance de um actor. Senão veja-se: enquanto "as «induções» do actor são espoletadas por um *guião acabado e familiar*, (...) o agente humano comum, ao desempenhar o seu papel, cria sempre e continuamente um guião fresco."[147] A este propósito Margolis sublinha os problemas inerentes à concepção bourdiana do corpo e da mente. Se é verdade que o *habitus* funciona como a superação da disjunção entre corpo e mente no seio das dinâmicas de uma cultura pública, como explicar o funcionamento dos "automatismos corporais"[148]? Bourdieu refere-se a disposições adquiridas através da experiência (e, portanto, variáveis no tempo e no espaço) e de um "sentido prático", um "feel for the game"[149], que possibilita a produção e adaptação de um conjunto infinito de "movimentos"[150] que nenhuma regra poderia prever. Mas, segundo Margolis, este "feel for the game" não consegue abarcar todo o alcance do *habitus* e, no que respeita à regra, Bourdieu limita-se a questionar a adequação dessa noção preferindo a sua substituição pela noção de "estratégia"[151]. Margolis, considera

---

[144] Jacques Bouveresse, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 62.
[145] Noção introduzida pelo autor. Cf. Joseph Margolis, , "Pierre Bourdieu: *Habitus* and the Logic of Practice", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 68.
[146] Cf. Joseph Margolis, "Pierre Bourdieu: *Habitus* and the Logic of Practice", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, pp. 64 a 83.
[147] Joseph Margolis, "Pierre Bourdieu: *Habitus* and the Logic of Practice", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 69. Aspas e itálicos do autor. Ver também as páginas anteriores a este ponto.
[148] Cf. Joseph Margolis, "Pierre Bourdieu: *Habitus* and the Logic of Practice", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 70. Aspas do autor.
[149] Cf. Joseph Margolis, "Pierre Bourdieu: *Habitus* and the Logic of Practice", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 70. Aspas do autor.
[150] Cf. Joseph Margolis, "Pierre Bourdieu: *Habitus* and the Logic of Practice", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 70. Aspas do autor.
[151] cf. Joseph Margolis, "Pierre Bourdieu: *Habitus* and the Logic of Practice", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 70. Aspas do autor.

que, apesar de Bourdieu preferir as *estratégias* às *regras,* este seu posicionamento não é suficientemente convincente. O facto de Bourdieu ver cada técnica do corpo como algo que evoca e reproduz o sistema a que pertence, põe a nu duas fraquezas da sua teoria: uma, "a presunção de que há uma totalidade (um sistema) de algum tipo", que cada acto ou disposição para agir evoca ou traduz; "outra, a presunção de que isso por si só dá conta da fluência dos nossos actos e disposições, daí a preponderância dada ao corpo."[152] Ora, para Margolis, não existem provas de que a vida quotidiana seja um sistema de qualquer tipo. Precisamente por isso, na óptica do autor, o modelo de Bourdieu talvez seja apropriado para sociedades simples (Cabila, por exemplo), mas não para as sociedades modernas.[153]

Hubert Dryfus e Paul Rabinow, para quem a teoria bourdiana constitui, do ponto de vista analítico e heurístico, uma das mais poderosas abordagens contemporâneas da realidade humana, procedem à apologia da noção de *habitus*, reconhecendo que esta noção, que guia os estudos de Bourdieu acerca do ser humano, "demonstra a importância de uma sólida base ontológica da pesquisa."[154] A noção de *habitus* traduz, no fundo, aquela que é a forma geral desta ontologia existencial e que tão bem é ilustrada pela noção husserliana de "mundo da vida" ou pela noção de Heidegger de "mundo comum" – *"the one"*. São os *habitus* dos sujeitos que permitem que compreendamos que *o* mundo precede o *meu* mundo. [155]

Segundo aqueles autores, e parafraseando-os, a utilização que Bourdieu faz da ontologia fenomenológica permite ver de que forma o *habitus* ancora as homologias e analogias do campo social, de que forma há capacidade de

---

[152] Joseph Margolis, "Pierre Bourdieu: *Habitus* and the Logic of Practice", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 71.

[153] Cf. Joseph Margolis, "Pierre Bourdieu: *Habitus* and the Logic of Practice", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, pp. 70-71.

[154] Hubert Dreyfus e Paul Rabinow, "Can there be a Science of Existential Structure and Social Meaning?", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 86. Quanto a este assunto, ocorre-nos questionar se, mais do que a uma ontologia, a noção de *habitus* não estará veiculada a uma base *epistemológica* de pesquisa? Repare-se nas influências filosóficas que podemos detectar no autor, de onde ressalta a força da sua dialéctica, nomeadamente no que se refere ao conhecimento da realidade, sobressaindo aqui, por exemplo, o binómio interioridade-exterioridade.

[155] Hubert Dreyfus e Paul Rabinow, "Can there be a Science of Existential Structure and Social Meaning?", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 86-87. À excepção dos dois últimos vocábulos em itálico, que assim precedem do original, optámos por colocar entre aspas e/ou itálico, expressões que, sendo fundamentais neste contexto, constituem terminologia dos respectivos autores.

responder apropriadamente aos acontecimentos a partir de competências incorporadas e sem o auxílio de regras e representações e como os fenómenos no mundo social são determinados e simultaneamente determinam as práticas. A utilização desta ontologia permitiu a Bourdieu conduzir com sucesso programas de pesquisa que foram capazes de conceber as categorias que devem ser utilizadas na análise da realidade social.[156] Para melhor entender o posicionamento destes autores, saliente-se que tendo em linha de conta os principais elementos constitutivos da perspectiva bourdiana, e partindo da sua análise, Hubert Dreyfus e Paul Rabinow procuram avaliar até que ponto poderá ou não existir uma ciência que consiga dar conta simultaneamente da objectividade das estruturas sociais e da subjectividade contida nas operações de produção de sentido levadas a cabo por todos e cada um dos actores[157]. Para estes autores, Bourdieu oferece uma visão que "abarca, simultaneamente, as estruturas universais do ser humano e as práticas contingentes que fundam, reproduzem e modificam essas estruturas."[158] Apesar de reconhecerem os méritos da perspectiva de Pierre Bourdieu, os autores defendem, contudo, que "o *sentido* da acção humana não é acessível a uma teoria científica" o que nos leva a avançar para uma "abordagem interpretativa" se pretendermos atingir o seu significado.[159]

1.2.2. Re-equacionando a prática social: um ensaio em aberto

Que considerações extrair, então, após esta ronda em torno do equacionamento da prática – que se *incorpora*, que é passível de mudança e que condensa disposições, em homologia ou não?

Não rejeitamos de todo um certo pendor reprodutivo na óptica social do autor. Se não perdermos de vista as características sociais então vigentes, aquando do início dos seus estudos bourdianos, compreenderemos, uma certa

---

[156] Cf. Hubert Dreyfus e Paul Rabinow, "Can there be a Science of Existential Structure and Social Meaning?", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, pp. 87-88.
[157] Cf. Hubert Dreyfus e Paul Rabinow, "Can there be a Science of Existential Structure and Social Meaning?", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, pp. 84-93.
[158] Cf. Hubert Dreyfus e Paul Rabinow, "Can there be a Science of Existential Structure and Social Meaning?", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 84.
[159] Cf. Hubert Dreyfus e Paul Rabinow, "Can there be a Science of Existential Structure and Social Meaning?", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 85. O itálico é dos autores.

ordem social vislumbrada e realçada pelo autor e visível nos seus conceitos, nomeadamente as homologias - entre campos, entre capitais e entre campos e capitais - e o *habitus*[160]. Vale a pena, portanto, ter presente o contexto histórico em que aparecem as suas obras, e em que desenvolveu ou deu início ao desenvolvimento do seu pensamento, do seu argumento, da sua produção teórica, enfim, da sua carreira, como alertam alguns autores[161].

Não percamos de vista, por conseguinte, que a estrutura da sociedade francesa dos anos sessenta/setenta do século passado, início de carreira de Bourdieu, assentava numa quase congruência generalizada a nível de um conjunto significativo de variáveis, de foro económico, cultural, escolar e social. Ainda assim, Bourdieu tem presente – não é demais reforçar - a existência possível de outros e diferentes "princípios geradores das práticas"[162] dos agentes sociais. Ora, nos tempos actuais, são precisamente incongruências entre esse tipo de variáveis que mais pautam as sociedades; para isso, em muito contribuem referentes culturais de diversa proveniência que vão sendo adquiridos ao longo de trajectos sociais, nem sempre lineares, ajustados e mesmo capitalizados. Inerentes a estas transformações resultam então, o que alguns autores apelidam, e bem, de contaminações, miscigenações, hibridizações[163].

Assim, no que toca às homologias, diríamos que confrontar a postura bourdiana dos anos sessenta ou até setenta em que o autor considerava a existência de homologias,[164] com estudos posteriores avançados por autores vários cujos resultados avançam para a negação dessa homologia bourdiana, dada a heterogeneidade, tendencialmente crescente que caracteriza o público,

---

[160] Sobre este conceito, lembramos a sua centralidade promovida na teoria social traçada por Bourdieu. Uma boa súmula sobre as propriedades das disposições inerentes à constituição do *habitus* é apresentada por José Luís Casanova, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, pp. 49-54. Para uma leitura completa das potencialidades do conceito, ver o mesmo artigo, pp. 54-58. De notar a sua precedência por uma breve dissertação sobre a "plausibilidade e riqueza teórica, bem como a explicabilidade e fundamentação epistemológica do conceito de habitus" como o autor pontua na p. 58. Casanova não se fica apenas pela apresentação das potencialidades do conceito, apresentando também um conjunto de dificuldades e limitações que ele encontra em seu torno. Sobre isto, ver as pp. 58-63.

[161] Por exemplo, Rosa Nunes, "O campo do olhar de Bourdieu", *Educação, Sociedade e Culturas*, Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da Educação, nº 19, 2003, pp. 187-189; José Luís Casanova, "«A teoria da prática» - uma prática menos teorizada?", in *Sociologia, Problemas e Práticas,* nº 17, 1995, p. 68.

[162] Pierre Bourdieu, "*Habitus*, code et codification", in *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Paris, Éditions Minuit, nº 64, 1986, p. 40.

[163] João Teixeira Lopes, Paulo Monteiro, Paul DiMaggio, são apenas alguns desses autores. Paul DiMaggio, a propósito do sistema de classificação dos géneros artísticos, fala-nos mesmo em desclassificações de foro cultural, ultrapassagem dos limites sociais, difusão e circulação por interposto aumento de contactos humanos e de trânsitos sociais, que, quanto a nós, extravasam o próprio campo artístico, tocando e pontuando a generalidade de outros campos que compõem a realidade social. Cf. Paul DiMaggio, "Classification in art", in *American Sociologiacal Review*, vol. 52, 1987.

[164] São várias as publicações do autor, datadas dessa época, em que se pode constatar a importância concedida a homologias entre dimensões de diversas categorias. Ver, por exemplo, Pierre Bourdieu, "La production de la croyance", *Actes de Recherche en Sciences Sociales*, nº 13, Fev, 1977.

trata-se, a nosso ver, de uma falsa questão, uma vez que estão em causa estruturas sociais distintas. Estamos, portanto, perante uma deslocação no tempo que, acrescida duma incompleta percepção das capacidades heurísticas e elásticas dos conceitos básicos bourdianos, se torna passível de distorcer o posicionamento de Bourdieu.

Assim, por si só, estudos posteriores não podem por em causa conclusões e asserções bourdianas tidas e defendidas anos atrás. Sobre isto, advogam alguns autores que, o facto dos postulados bourdianos terem sido construídos no início da sua carreira académica, pouco ou nada evoluindo desde então, gerará alguma dificuldade de adequação ao mundo actual. Karl Maton é um dos autores que se posiciona desta forma sublinhando a pouca alteração que ao longo de décadas, o conceptual bourdiano sofreu,[165] permanecendo, tal como a sua abordagem básica, "fundamentalmente os mesmos desde o início da sua trajectória intelectual".[166] Assim, segundo Maton, Bourdieu tende a manter a sua "abordagem de base, os conceitos e os argumentos", isto é, a sua "matriz básica"[167], pese embora a mudança do contexto social em estudo. José Luís Casanova considera também o pouco avanço teórico procedido por Bourdieu após a sua obra fundamental *Esquisse*[168]. Segundo aquele autor, ao fim de vinte anos de produção, seria esperada uma maior elaboração a esse nível.[169]

As críticas são, então, um facto, ainda que, não raro, não surjam de forma global. Evidenciando, por exemplo, o conceito de homologias, as críticas são notórias quando se introduzem as classes sociais. E, a manter-se na actualidade este conceito no que respeita ao seu tratamento teórico-metodológico, tal como foi utilizado primariamente pelo autor, somos levados a concordar com uma avaliação crítica. A nível crítico, concordamos que actualmente as homologias vão perdendo vigor, sendo mesmo postas em causa face a uma série de possibilidades que se vão apresentando aos agentes e que extravasam de todo as

---

[165] Cf. Karl Maton, "Eternizando o arbitrário: o legado profano de Pierre Bourdieu", *Educação, Sociedade e Culturas*, Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da Educação, nº 19, 2003, p. 95.

[166] Karl Maton, "Eternizando o arbitrário: o legado profano de Pierre Bourdieu", *Educação, Sociedade e Culturas*, Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da Educação, nº 19, 2003, p. 95, nota 1.

[167] Karl Maton, "Eternizando o arbitrário: o legado profano de Pierre Bourdieu", *Educação, Sociedade e Culturas*, Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da Educação, nº 19, 2003, p. 96.

[168] Aqui o autor refere-se a Bourdieu, Pierre, *Esquisse d'une Théorie de la Pratique* Précédé *de Trois Études d'Ethnologie Kabyle*, Genebra/Paris, Droz, 1972, traduzida para português pela Celta Editora em 2002, e com o título de *Esboço de Uma Teoria da Prática Precedido de Três Estudos de Etnologia Cabila.*

[169] Cf. José Luís Casanova, "«A teoria da prática» - uma prática menos teorizada?", in *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 17, 1995, pp. 70-71.

condições sociais primárias que os (en)formaram. Contudo, parece-nos altamente pertinente ter bem presente a distância no tempo que resulta forçosamente em conclusões díspares, dadas as evoluções em curso ou efectivas. Paulo Monteiro, e outros críticos a este nível, têm esse factor em conta. É ele próprio quem escreve que se poderá considerar que a teoria bourdiana "quando muito se aplica a uma sociedade passada, que entretanto se alterou: que só é pertinente em relação a uma lógica de distinção «pré-capitalista»".[170]

Consideram Hubert Dreyfus e Paul Rabinow que "para preservar o poder heurístico da visão bourdiana, evitando, ao mesmo tempo, os seus efeitos dissimuladores, devemos abandonar a pretensão de alcançar uma sociologia científica."[171] Contudo, a heuristicidade da sua teoria social é susceptível de adequação à realidade actual, tal como são os seus conceitos básicos, ainda hoje operatórios, tendo em conta uma plasticidade nem sempre levada em conta, contribuindo em muito para uma explicação e entendimento do social.

1.2.2.1. O *Novo* e o *habitus*: integração, (in)compatibilidades, (in)congruências, reajustamentos

José Luís Casanova, autor que se tem debruçado sobre a heuristicidade da teoria bourdiana, apesar de encontrar potencialidades e capacidades heurísticas explicativas inerentes ao conceito de *habitus* trabalhado por Bourdieu, apresenta, no entanto, um certo posicionamento crítico, que entronca precisamente numa leitura reprodutiva sobre os postulados bourdianos. Para isso concorre, a este propósito, o efeito de *histerese* e especificamente a articulação do *habitus* com a mudança social, considerando Casanova que "com o apelo ao efeito de hysterese, Pierre Bourdieu apenas acentua a inércia e a recorrência das disposições incorporadas, minimizando questões igualmente relevantes que têm a ver com a permanente premência da socialização, com a incorporação do *Novo*, e com a adaptabilidade, adesão e protagonismo dos agentes sociais relativamente à

[170] Paulo Filipe Monteiro, "Os usos das artes na era da diferenciação social: críticas e alternativas a Pierre Bourdieu", in *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 12/13, Janeiro 1991, p. 124.
[171] Hubert Dreyfus e Paul Rabinow, "Can there be a Science of Existential Structure and Social Meaning?", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 92.

mudança."[172] Não será demais esclarecer, não ser este o nosso equacionamento da questão bourdiana. Aliás, o próprio Casanova acrescenta adiante, que "se parece correcto afirmar que P. Bourdieu acentua esta dimensão fundamentalmente reprodutiva, o autor também deixa transparecer, não raras vezes, essa outra faceta de mutabilidade da matriz de disposições dos actores. Quando Bourdieu fala numa actualização das condições objectivas nas disposições, em *habitus* divididos, em indeterminação, abertura e incerteza ao nível do sistema de disposições, ou mesmo quando afirma que as disposições são irreversíveis (...) ele deixa entrever precisamente essa faceta na sua conceptualização do *habitus*."[173]

Posto o que acabou de ser dito, discordamos, neste ponto, de Casanova, autor que, para além das potencialidades conceptuais que atribui ao *habitus* e à *matriz de disposições*, e das "condições teóricas privilegiadas" reunidas nos conceitos[174], considera que o tratamento dado a estes não ultrapassou ainda alguns impasses que estão na origem de críticas que apontam para o "determinismo, isolacionismo e inoperância" inerentes a estes conceitos, bem como ao seu tratamento teórico-metodológico[175]. Casanova refere-se a uma "relativa «imaturidade» conceptual do *habitus*" enquanto causa provável de acusações e críticas levantadas por autores diversos[176]. Considera o autor que a produção bourdiana, apesar da sua virtualidade teórico-prática com que tem vindo a contribuir para a sociologia[177] e do interesse cada vez mais alargado que tem vindo a suscitar, não se apresenta imune a polémicas, críticas ou impasses apresentados por "diferentes quadrantes das ciências sociais".[178] E, perante este quadro, Casanova estende a sua crítica à falta de organização interna inerente

---

[172] José Luís Casanova, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, p. 60.
[173] José Luís Casanova, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, p. 60. Casanova, ele próprio, vai apresentando ao longo do seu texto extractos de escritos bourdianos, em que a possibilidade de integração do novo em Bourdieu está patente nas suas considerações teórico-conceptuais e, portanto, cabem na capacidade explicativa do *habitus* enquanto conceito. Assim, não se compreende claramente porque motivo o autor considera que Bourdieu minimiza questões inerentes à "permanente premência de socialização", se aquele considera que este admite a "mutabilidade da matriz de disposições dos actores"?
[174] José Luís Casanova, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, p. 59. Sobre as "condições teóricas privilegiadas reunidas no conceito" ver as páginas anteriores do mesmo artigo.
[175] José Luís Casanova, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, p. 63.
[176] Cf. José Luís Casanova, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, p. 59. As aspas são do autor.
[177] Note-se que, segundo José Luís Casanova, a obra bourdiana tem a "aspiração de criar um modelo teórico que possibilite entender, articuladamente, dimensões mais estruturais e outras mais directa e imediatamente visíveis das práticas sociais." Cf. José Luís Casanova, "«A teoria da prática» - uma prática menos teorizada?", in *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 17, 1995, p. 62.
[178] José Luís Casanova, "«A teoria da prática» - uma prática menos teorizada?", in *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 17, 1995, p. 61.

aos seus conceitos, nomeadamente *capital* (dada a sua multiformidade conceptual), e *campos*, o que impede a operacionalização desejada por forma a proporcionar "um desenvolvimento teórico, conceptual e metodológico mais sustentado"[179], e isto apesar da "forte interdependência" denotada "no plano da construção teórica"[180] entre as noções básicas de *habitus*, *campo* e *capital*.

Ora, no que respeita ao conceito de *habitus*, consideramos que pela sua plasticidade, quiçá mal explorada, é um conceito com fortes potencialidades heurísticas de aplicabilidade às sociedades modernas. A coerência de reacção do *habitus* às solicitações, vislumbrada por Bourdieu, não se nos afigura incompatível com as exigências da vida moderna, no sentido da apresentação do *Novo*, do diferente, do inabitual. E isto, porque as condições de existência primárias são passíveis de evoluírem quando perante o *Novo*, o diferente, o inabitual. Para isso, terá de haver a adequação, o reajustamento, não imediato, é um facto, mas paulatino. Não é por acaso que, segundo Bourdieu, o " habitus é, (...), o princípio gerador de estratégias que permite aos agentes confrontarem situações muito diversas."[181] É em contextos deste género que se questionam as possibilidades de aprendizagens, como é o caso de João Teixeira Lopes: "Não poderá [o capital cultural] estar associado a outras condições de aprendizagem e de incorporação que não estejam subordinadas, de forma tão estrita, às condições sociais objectivas?"[182]

A esta grande questão, na senda de tantas outras, mais ou menos equivalentes, apresentamos, à partida, uma observação: consideramos que o *Novo*, surgindo de outros contextos que operam como canais de socialização, a ser aceite, no sentido da incorporação, caberá dentro do limite dos possíveis[183], inerente às condições sociais objectivas que não são estáticas. Note-se que, ao utilizar a noção de *habitus*, Bourdieu "concilia o possível e o provável, a

---

[179] José Luís Casanova, "«A teoria da prática» - uma prática menos teorizada?", in *Sociologia, Problemas e Práticas,* nº 17, 1995, p. 66. Ver também as páginas 70-71 do mesmo artigo.

[180] José Luís Casanova, "«A teoria da prática» - uma prática menos teorizada?", in *Sociologia, Problemas e Práticas,* nº 17, 1995, p. 70.

[181] Loïc J. D. Wacquant, "Introdução", in Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit., p. 25.

[182] João Teixeira Lopes, "Sociabilidade e Consumos Culturais: Contributos para uma Sociologia da Fruição Cultural", in *Sociologia – Revista da Faculdade de Letras do Porto*, nº 8, 1998, p. 184.

[183] Para um maior desenvolvimento sobre o limite dos possíveis e consciência possível, no sentido da aceitação e integração a nível consciente de situações, ideias, práticas e similares, ver, por exemplo, Lucien, Goldmann, *A Criação Cultural na Sociedade Moderna*, Lisboa, Presença, 1976; François Jacob, *O Jogo dos Possíveis. Ensaio sobre a diversidade do mundo vivo*. Lisboa, Gradiva, 1985.

esperança subjectiva e a probabilidade objectiva"[184]. Assim, tendo em conta esta ressalva, poderíamos responder afirmativamente a questões daquele tipo. Contudo, tenhamos presente, que a própria ressocialização é filtrada por possibilidades inerentes a limites estruturais apontados pelas próprias condições sociais objectivas de existência. Ou seja, e novamente, o ilimitado não pode, de forma alguma, estar presente. É sempre, do nosso modesto ponto de vista, em função das condições sociais de existência que a triagem da mudança possível é efectuada.

Mas como o agente social é, na actualidade, um potencial alvo de ressocializações em sequência, é possível, entre determinados limites temporais, assistir-se a novas socializações sequenciais, isto é, a nova socialização sobre nova socialização efectuada num período de tempo mais ou menos dilatado, passíveis de revelar mesmo grandes mudanças quando comparados limites temporais extremos. Essa situação, a constatar-se, deve-se não apenas a um momento de ressocialização – incorporação de nova socialização -, mas a vários, que exigem, a seu tempo, os reajustamentos necessários e devidos à incorporação do *Novo*, de modo a este exteriorizar-se (quase) automaticamente. Estamos, por conseguinte, perante uma possibilidade de quase permanente ressocialização que garante a incorporação reajustada do *Novo*[185].

Expliquemo-nos: ainda que ao indivíduo se apresente a possibilidade de uma vivência totalmente nova a concretizar, a concretização de resposta será, em princípio, em função duma grelha de leitura assimilada, incorporada e enraizada. Por conseguinte, a resposta será tanto mais *naturalizada* (tendo em conta os automatismos de que já fomos dando conta) quanto mais próxima estiver a nova experiência de práticas já experimentadas e cristalizadas em competências práticas. Isto não significa que a *naturalização* da exteriorização da nova experiência seja imediata; muito pelo contrário, ela fará parte de um processo em

[184] Cf. Louis Pinto, , "Theory in Practice", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 99.

[185] A noção de *reconfiguração do habitus* apresentada por António Firmino da Costa, a propósito de agentes sociais em êxodo rural inseridos em meio social mais vasto, vai nesse sentido. Cf. António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de ciências Sociais* nº 2, 1984, p. 31.

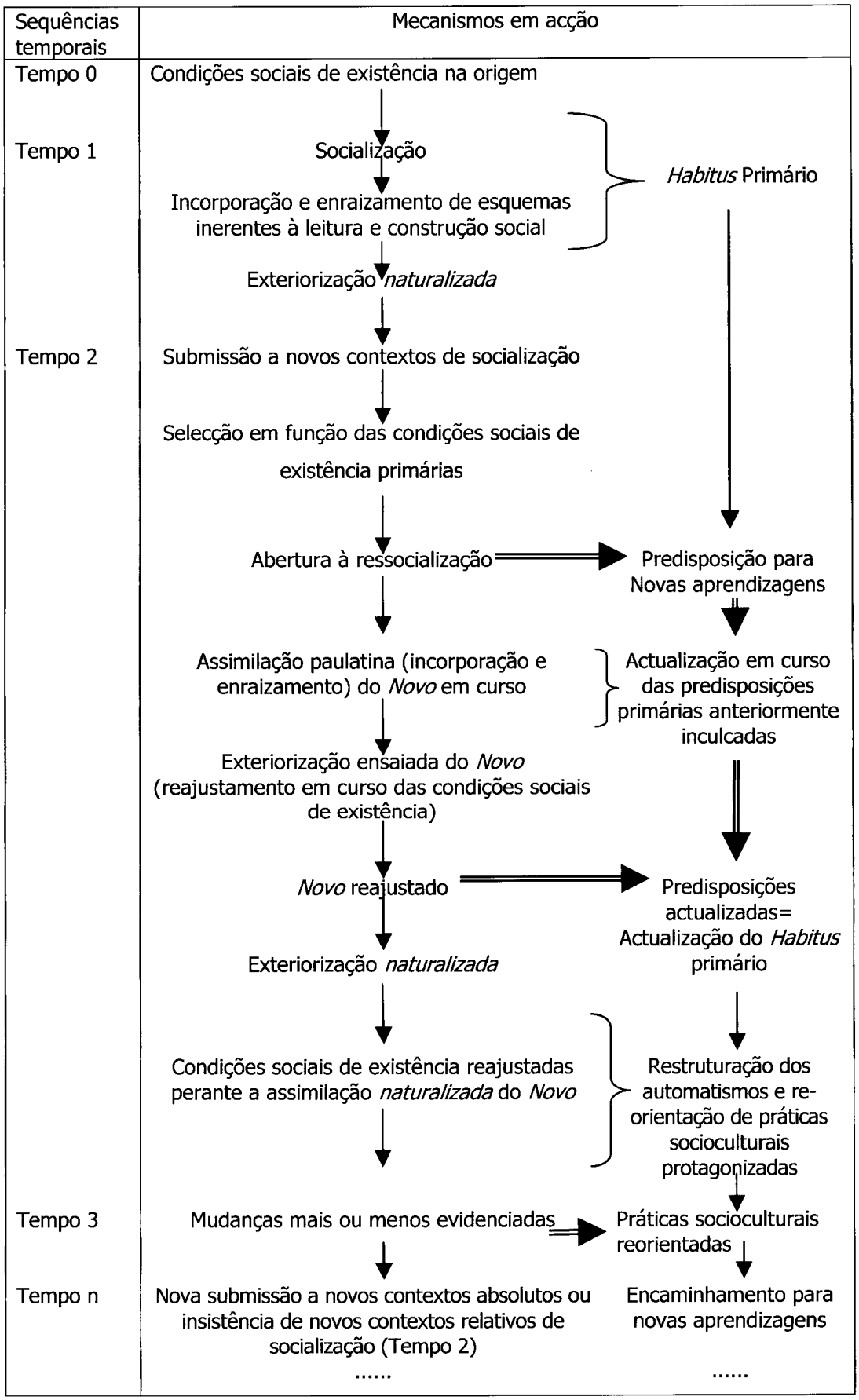
curso, que, com a continuidade, pode radicar na aquisição de novas competências dada a sua cristalização.

O próprio efeito de *histerese*, de que demos conta no ponto anterior, é passível de explicar esta situação, dado o arrastamento das disposições anteriormente incorporadas e consequente desfecho prático congruente com aquelas, ainda que sejam produzidas alterações concretas face às primárias condições sociais de existência. Daí, uma dissonância entre (novas) condições sociais de existência e (velhas) disposições incorporadas. Acontece, no entanto, que esta incongruência, que realmente pode acontecer, é patente em momentos circunscritos à alteração produzida. Assim, se uma perspectiva crítica pode induzir daqui um trunfo para uma explicação estática em termos sociais e, por conseguinte, um posicionamento reprodutor no autor em causa, é possível, no entanto, outra explicação, na qual nos ancoramos: há, então, como que uma espécie de dialéctica em que, todavia, a produção do *Novo* é limitada, submetendo-se a condicionalismos e, desde logo, à negação duma total abertura imediata face à inovação; isso deve-se, em boa parte, à tendência para que as primárias condições sociais de existência estejam presentes, ainda que possam já ter sido alvo de reformulação(ões) – a Figura 1.3 pretende esquematizar esta dialéctica.

Para exemplificar o nosso raciocínio, recorremos uma vez mais ao nosso objecto de estudo e, com base nele, admitimos que, por exemplo, os valores e representações sociais construídos em torno da(s) prática(s) vínica(s) assentam em (re)socialização. Assim, estrutura familiar, estrutura de trabalho e estrutura de lazer influem fortemente nos processos dinâmicos de socialização e ressocialização de que são alvo os agentes sociais, o que nos faz admitir também que, por um lado, sempre que o consumo vínico constitua um hábito de longa duração, este assenta em valores e representações sociais que tendo sido inculcados por via socializante, estão actualmente fortemente cristalizados; por outro lado, o consumo vínico pode constituir um hábito recente, e neste caso assenta em valores e representações sociais caracterizados por um vector ressocializante, encontrando-se actualmente em processo de cristalização. Isto pode significar que a abertura à ressocialização esteja articulada a estratégias

inerentes a projectos de vida ascendentes. O estudo das práticas vínicas, nos parâmetros que nos propusemos efectuá-lo, permitirá confirmar ou infirmar estas hipóteses levantadas previamente.

Figura 1.3. – Possibilidades e reajustamentos de mudança: ressocialização continuada



1.2.3. *Habitus*, interacção e contextos relacionais – para uma possibilidade de complementaridade analítica às práticas sociais e/ou culturais

Vejamos de seguida um outro posicionamento, o de António Firmino da Costa: relativamente ao *habitus,* aplicado à origem, este autor refere-se às suas potencialidades explícitas mas também a algumas reticências suscitadas pela sua insuficiência explicativa. Segundo Firmino da Costa, "os problemas provêm tanto de explicar demasiado como de explicar insuficientemente"[186]. Quer o autor com isto referir-se, por um lado à "excessiva determinação dos fenómenos sociais", por outro, à passagem em branco de "«outras condições contextuais» [porventura existentes e diferentes das de origem] onde são accionados os sistemas de disposições previamente incorporados."[187] Ora, situando-nos na perspectiva de Firmino da Costa, consideramos que o busílis da questão está precisamente aqui, nas condições contextuais. Assim, Firmino da Costa, parte para uma alternativa enquanto linha possível de análise (evidentemente inerente a uma determinada problemática em estudo) e articulada a uma outra, resultante de conceitos presentes no quadro teórico bourdiano, a que irradia do que o autor denomina de quadros de interacção, nos quais estão patentes condições estruturais de configurações específicas de práticas sociais e/ou de práticas culturais, ressaltando nestas e a partir destas a dimensão cultural das primeiras.[188] Com este conceito – quadros de interacção - Firmino da Costa complementa o de *habitus*, central no quadro teórico bourdiano inerente à teoria da prática, ultrapassando assim, na óptica do próprio autor, as limitações a ela inerentes.[189]

Por quadros de interacção entende-se, então, "um conjunto estruturado de normas e regras, de limites e percursos, de sequências preferenciais e lógicas alternativas, de repertórios e de códigos, uma configuração específica que

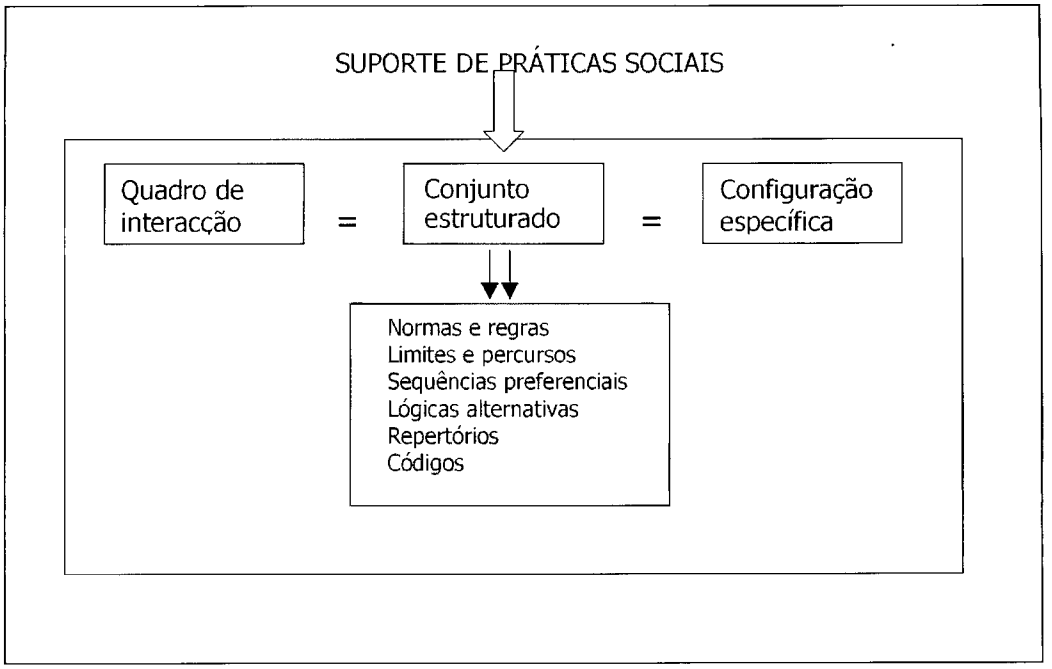
---

[186] António Firmino da Costa, *Sociedade de Bairro,* Oeiras, Celta, 1999, p, 295 e António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 2, 1984, p. 23.
[187] António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 2, 1984, p. 23.
[188] Para um mais vasto desenvolvimento deste conceito enquanto "instrumento analítico pertinente para o exame sistemático das práticas sociais", ver António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 2, 1984, pp. 24-29.
[189] António Firmino da Costa, *Sociedade de Bairro,* Oeiras, Celta, 1999, p, 300.

organiza, enquadra, sistematiza, codifica e regulamenta as práticas sociais que nesse quadro se verificam."[190]

Daqui se tira que o suporte das práticas sociais pode ser representado pela Figura 1.4.[191]

Figura 1.4. – Suporte de práticas sociais



O autor propõe-se, então, proceder a uma "convergência articulada" entre duas linhas possíveis de análise[192], surgindo daqui, como possibilidade de explicação social da especificidade das práticas sociais/culturais, um cruzamento entre características do quadro de interacção e características dos *habitus* dos agentes. A partir daqui, considera o autor que é a congruência entre sistemas de

[190] António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 2, 1984, p. 24. Para o tratamento teórico do conceito quadros de interacção, o autor recorreu a referências diversificadas provenientes de autores vários das ciências Sociais. Sobre referências teóricas implícitas no conceito de quadros de interacção, ver em *Sociedade de* Bairro, cit., primeiramente pp. 300-301. Posteriormente, sobre questões ou contributos de natureza teórico-substantiva, isto é, sobre as referências teóricas mobilizadas no conceito de quadro de interacção, ver pp. 343-348, onde o autor apresenta um "breve inventário" (p. 347) de autores e conceitos, desde "referências fundadoras" (p. 344) a referências de "gerações seguintes de autores" (p. 344), cujos contributos são provenientes de um "vasto leque de paradigmas sociológicos diferenciados" (p. 347), pretendendo, com esses contributos, "reconhecer especificidade analítica e atribuir estatuto teórico a dois aspectos: aos contextos sociais e às relações de interacção" (pp. 347-348).

[191] Nesta figura assumimos inteira responsabilidade pelos símbolos adoptados para interligação entre os conceitos, apesar da figura ter sido construída com base em conceitos cuja relação é trabalhada por António Firmino da Costa. Cf. Nossa nota anterior.

[192] António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 2, 1984, p. 27.

disposições dos protagonistas sociais, por um lado, e quadro de interacção, por outro, que está na base da ocorrência da prática - cultural/social -, uma vez que uns e outros são específicos.[193] Neste sentido, poder-se-ia acrescentar, à luz de Judith Butler, que o *habitus* não determina a acção social de forma causal, pese embora a relação de constrangimento mantida com as práticas, dada a força das disposições interiorizadas pelos sujeitos[194]. É assim que, na leitura de Butler, aquelas "disposições podem motivar certas acções e, na medida em que estas acções forem regulares, compelir à produção de um conjunto de práticas."[195]

Apresentado desta forma, não poderíamos deixar de realçar uma certa identificação entre os dois conceitos em questão – quadros de interacção (Firmino da Costa) e *habitus* (Bourdieu) – que se nos foi afigurando à medida que nos fomos debruçando com maior sistematicidade sobre aquele, constatação que não deixa de ser evidenciada pelo próprio proponente do conceito de quadros de interacção. O autor reconhece que ambos medeiam estruturas e práticas sociais, ambos se concebem "como *estruturados*, pelos espaços relacionais de condições de existência e pelas dinâmicas societais globais, e *estruturantes*, das práticas e representações para cuja produção contribuem como princípios geradores fundamentais"[196], ambos se reproduzem mas também se transformam por acção quotidiana das práticas sociais, e, por conseguinte, ambos são passíveis de actualização, tal como o são também os códigos, regras e gramáticas insertos na sua conceptualização, ambos "veiculam, cristalizam ou dinamizam, sedimentam ou transformam as estruturas sociais."[197]

Assim sendo, e face ao *habitus*, o conceito de quadros de interacção acrescenta a força com que considera a interferência dos «contextos sociais» na

---

[193] Cf. António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 2, 1984, p. 27.
[194] Cf. Judith Butler, "Performativity's Social Magic", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 114.
[195] Judith Butler, "Performativity's Social Magic", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p.114.
[196] António Firmino da Costa, *Sociedade de Bairro,* Oeiras, Celta, 1999, p, 300.
[197] Cf. António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 2, 1984, p. 27. A mesma ideia está registada em *A Sociedade de Bairro*, onde o conceito de quadro de interacção se apresenta explicitamente trabalhado com mais maturidade. Na página 302 dessa obra, pode ler-se, a este propósito, que quadros de interacção "são formas estruturadas, regularidades sedimentadas, cristalizações com flexibilidades diferenciadas."

produção das práticas sociais, sendo aqueles "entendidos como realidade estruturada e estruturante."[198]

Obviamente que dos quadros de interacção farão parte dimensões várias, das quais as relações de interconhecimento ou sociabilidades[199], são apenas uma, cara aos nossos interesses, presente na nossa investigação. Contudo, num âmbito mais abrangente o autor explana duas outras dimensões, basilares, integradas nos quadros de interacção; são elas i) os processos de interacção – no sentido do seu dinamismo constitutivo e ii) os quadros contextuais – pano de fundo do desenrolar dos processos de interacção[200]. Ressaltam, então, naquele conceito – quadros de interacção -, com a força que a pertinência lhe confere, as vertentes interactiva e contextualizadora das práticas sociais.[201] E com isto não podíamos estar mais de acordo.

As práticas sociais resultam então de dimensões várias coexistentes ao nível dos ditos contextos sociais. Exemplificando com a pesquisa de Alfama, Firmino da Costa refere que na base do quadro de interacção está a organização de práticas de dimensão vária: quer do foro económico, incluindo as próprias estratégias de actuação económica, quer do foro espacial ou de estilos de vida, quer ainda do foro sociabilizante ou das práticas inerentes às diversas formas de expressão cultural.[202] E em termos ilustrativos, tudo isto pode ser adequado aos contextos empíricos em que nos movemos nesta pesquisa. Senão veja-se: se nos espaços semi-públicos em geral se desenvolvem lógicas simbólico-comportamentais, admitimos que, no caso presente, os espaços semi-públicos escolhidos pelos frequentadores-consumidores propiciam um conjunto de regras comportamentais circunscritas ao acto vínico que diferem entre uns espaços e outros, caracterizando-se, cada tipo de espaço seleccionado por relações sociais específicas. Isto significa que a diferença social entre espaços seleccionados passa também pela ocorrência de comportamentos diferenciados entre si: comportamento espontâneo e fluído

[198] António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 2, 1984, p. 27.
[199] António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 2, 1984, p. 26.
[200] António Firmino da Costa, *Sociedade de Bairro,* Oeiras, Celta, 1999, p, 300.
[201] Cf. António Firmino da Costa, *Sociedade de Bairro,* Oeiras, Celta, 1999, p, 301.
[202] Cf. António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 2, 1984, p. 28.

por oposição a uma lógica comportamental contida e cuidadosa; logo, as rotinas quotidianas estabelecidas em espaços semi-públicos reforçam saberes inerentes à especificidade de regras sociais nos mesmos.

Posto isto, pode-se então compreender, que a "estrutura contextual da interacção" presente no conceito de quadros de interacção, isto é, os "enquadramentos contextuais que presidem às práticas sociais" constituem, no entendimento de Firmino da Costa, a mais valia a ter em conta dado o seu contributo explicativo das práticas sociais engendradas.[203]

Procedendo agora ao *ponto da situação* sintetizaríamos o seguinte: quer o *habitus*, quer os quadros de interacção, articulados entre si – convergentes, na linguagem de Firmino da Costa – emergem da estrutura das relações sociais, isto é, são estruturados pela própria estrutura das relações sociais e, simultaneamente, exercem nelas, ou são susceptíveis de exercer, efeitos, que, a verificarem-se, actualizam essa mesma estrutura das relações sociais (aqui está presente, precisamente, a mediação já acima referida, exercida quer pelo *habitus* quer pelos quadros, entre estruturas e práticas). Em contrapartida, a produção das práticas sociais, parte precisamente daquela convergência entre *habitus* e quadros, reproduzindo-os e transformando-os, tendo como consequência, uma influência na própria estrutura social. Assim, também os quadros de interacção se actualizam nas práticas sociais desenvolvidas pelos protagonistas.[204] Em todo este processo participam também "outras instâncias de mediação", como será o exemplo das classes sociais, dos campos de práticas, segundo o autor.[205] Nesta mesma linha, e situando-se na sua pesquisa em Alfama, acrescenta que as práticas e as representações emergem duma articulação entre *sistemas de disposições* dos protagonistas, sua composição classista, trajectórias sociais respectivas, o *quadro de interacção local*, e "características morfológicas, relacionais e simbólicas que o configuram."[206]

---

[203] Cf. António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 2, 1984, p. 29.
[204] Cf. António Firmino da Costa, *Sociedade de Bairro,* Oeiras, Celta, 1999, p, 302.
[205] António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 2, 1984, p. 29.
[206] António Firmino da Costa, *Sociedade de Bairro,* Oeiras, Celta, 1999, p, 303. De notar a importância destas características em termos de contributo, coexistentes no quadro de interacção, e que, mais adiante o autor refere enquanto "três dimensões analíticas principais, interligadas entre si: as dimensões *morfológica, relacional* e *cultural* dos quadros de interacção" (p. 343).

Enquanto para Bourdieu, escreve Firmino da Costa, "as práticas originam-se na convergência entre habitus (mais capitais objectivados) e campo[207], o que, sendo importante, é insuficiente, pelo menos em [algumas] pesquisas"[208], na sua própria proposta surge, então, o conceito de quadro de interacção[209] como possibilidade de enriquecimento teórico. Para ambos os autores, contudo, as práticas não derivam, em termos unilaterais, do *habitus*, derivando, antes, da emergência de um cruzamento[210].

Em Bourdieu, avança Judith Butler, há uma *adaptação* entre *habitus* e campo, mas este último é visto como algo que não pode ser alterado pelo *habitus*, ao passo que o *habitus* é sempre passível de alteração face a exigências que lhe sejam colocadas pela "objectividade" do campo social.[211] Este ideal de adaptação constitui um fundamento basilar da teoria social de Pierre Bourdieu, e Judith Butler, considera que, o campo não poderia ser reconstituído sem a capacidade geradora e participativa do *habitus*.[212]

Voltando ao contexto, a sua pertinência manifesta-se empiricamente pelo seu condicionamento na acção comportamental desencadeada por um mesmo protagonista; isto é, tendo em conta um mesmo protagonista, é possível a obtenção de dois registos comportamentais diferentes, incongruentes entre si à primeira vista, usando as palavras de Firmino da Costa, quando em presença de palcos contextuais díspares, sendo, contudo, cada um dos registos congruentes com cada contexto. É o que o autor apelida de "xadrez em dois tabuleiros"[213]. A leitura que daqui fazemos vai no sentido do reforço do contexto enquanto variável pertinente tida em linha de conta para uma possível explicação sociológico-empírica relativamente às práticas – de índole social e/ou cultural. Por outras

---

[207] Note-se que é o próprio Firmino da Costa quem chama a atenção para o facto de que campos (concepção bourdiana) e quadros de interacção não se identificam. Para mais detalhes ver António Firmino da Costa, *Sociedade de Bairro,* Oeiras, Celta, 1999, p, 301. Também Judith Butler considera que Bourdieu procura encontrar o ponto de convergência entre o domínio subjectivo do *habitus* e o domínio objectivo do campo. Cf. Judith Butler, "Performativity's Social Magic", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 117.

[208] António Firmino da Costa, *Sociedade de Bairro,* Oeiras, Celta, 1999, p, 301.

[209] Retomaremos este conceito num outro capítulo onde abordaremos a interacção "enquanto nível específico de constituição do social", António Firmino da Costa, *Sociedade de Bairro,* Oeiras, Celta, 1999, p. 348.

[210] Constatação presente em Judith Butler, no que toca a Pierre Bourdieu. Cf. Judith Butler, "Performativity's Social Magic", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 114.

[211] Cf. Judith Butler, "Performativity's Social Magic", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 117. Itálico e aspas da autora.

[212] Cf. Judith Butler, "Performativity's Social Magic", in Richard Shusterman (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, p. 117-119. Itálicos e aspas da autora, no original.

[213] Cf. António Firmino da Costa, *Sociedade de Bairro,* Oeiras, Celta, 1999, p. 304.

palavras, a explicação sociológica fica mais enriquecida e completa, ao considerar-se, para além do *habitus* (Bourdieu), o conceito tratado de quadros de interacção, já que estes só fazem sentido com a inserção da linha contextual. Isto permite perceber, inclusivamente, incongruências comportamentais vividas pelo mesmo protagonista quando inserido em contextos diferentes, o que, por exemplo, ficaria por perceber e por explicar com recurso apenas ao *habitus*.

Interessa, então, testar este prisma teórico nos palcos empíricos que seleccionámos neste estudo. Isto significa, à partida, que o mesmo agente social evidenciará, face ao consumo vínico, gramáticas comportamentais desajustadas umas das outras enquanto tomadas isoladamente, mas ajustadas a cada palco contextual. Mais: tomando a especificidade dos espaços semi-públicos, prevê-se que nestes, a conjugação da diferença física e da diferença social resulta simbolicamente em possibilidades diferentes de se desenvolverem lógicas comportamentais também diferentes. A comprovar-se tal situação, a sua base explicativa não remete apenas para o *habitus*, mas para um cruzamento entre este e o quadro de interacção tomado na sua globalidade.

1.2.4. Vectores de mudança: *que, como* e *quando*? – dialécticas em andamento

Retomemos ainda, e após estes contributos, o debate em torno da incorporação do *Novo*: quanto a isso gostaríamos de acrescentar que os contextos de socialização, nos tempos actuais, não se limitam à família nem à escola, dois pilares fundamentais, primários, mas não exclusivos, dadas as exigências da vida moderna, por um lado, e por outro dada a exposição social a que os indivíduos são submetidos actualmente. Apesar da abertura a novos pilares ou contextos de socialização, a família continua, em boa parte, a constituir o núcleo central destas dinâmicas, um canal privilegiado de socialização, pelo menos numa primeira fase de vida do indivíduo. Como referimos no sub-capítulo anterior, é o trabalho familiar - primeiro trabalho pedagógico familiar[214] - que constitui o primeiro momento de formação do *habitus* de classe. É ali que, em

[214] Sobre trabalho pedagógico familiar é útil recorrer-se aos trabalhos de Pierre Bourdieu, destacando-se, por exemplo, do autor e juntamente com J.-C. Passeron, *A Reprodução*, Lisboa, Veja, s.d.; A José Madureira Pinto e P. Ansart não é alheia esta temática; ver, por exemplo, respectivamente, *Ideologias: Inventário Crítico dum Conceito*, Lisboa, Presença/GIS, 1978, pp. 111-112 e *Les Sociologies Contemporaines*, Paris, Éditions du Seuil, 1990, pp. 238-239.

primeira instância, se vão elaborando os saberes vários, as disposições para a acção e, consequentemente, um conjunto de operadores simbólico-ideológicos[215].

Também António Firmino da Costa, Fernando Luís Machado e João Ferreira de Almeida consideram que é na família – grupo doméstico - que a par das suas condições sociais de existência, se organiza a base dos sistemas de disposição, os princípios orientadores de vida e as estratégias de actuação[216], constituindo, a família de origem "muito provavelmente, a principal sede de inculcação da matriz inicial dos sistemas de disposições geradores de práticas, aspirações e representações."[217]

Contudo, não defendemos, como de resto aqueles autores também o não fazem, que as condições da primeira educação, cujos efeitos são visíveis ao nível das práticas devido a enraizamentos não desprezíveis, estejam na origem de uma reprodução intocável ao nível das estruturas sociais. Até porque, "nem todos os efeitos de incorporação são reportáveis à família de origem"[218]. Muito pelo contrário, devido a outros e cada vez mais fortes contextos de socialização, que incorporámos no nosso próprio campo teórico, como será o caso dos grupos de amigos, de pares e/ou de referência, os contextos de vizinhança e ainda, apesar de com pendor menos forte, os mass-media, a possibilidade de actualização das (pré)disposições anteriormente inculcadas é um facto, sendo passível de se traduzir em "inflexões nas práticas ao longo do tempo, que decorrem da existência de disposições regressivas e de disposições progressivas no que respeita à sua expressividade temporal."[219] A tudo isto acresce ainda a importância activa da trajectória social, mormente integrada num projecto objectivo e real de mobilidade social, enquanto reestruturadora ou reconfiguradora do *habitus* inicial. Neste contexto, avança José Luís Casanova, "as disposições de classe, por exemplo, só deverão evidenciar alterações significativas se as próprias relações de classe se transformarem."[220] Ora, segundo este autor,

---

[215] As Figuras 1.1 e 1.2 relembram, decerto, todo este processo.
[216] Cf. António Firmino da Costa, Fernando Luís Machado, João Ferreira de Almeida, "Estudantes e amigos - trajectórias de Classe e redes de sociabilidade", *Análise Social*, nº 105-106, 1990, p. 195.
[217] António Firmino da Costa, Fernando Luís Machado, João Ferreira de Almeida, "Estudantes e amigos - trajectórias de classe e redes de sociabilidade", *Análise Social*, nº 105-106, 1990, p. 197.
[218] António Firmino da Costa, Fernando Luís Machado, João Ferreira de Almeida, "Estudantes e amigos - trajectórias de classe e redes de sociabilidade", *Análise Social*, nº 105-106, p. 197.
[219] José Luís Casanova, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, p. 61.
[220] José Luís Casanova, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, p. 61. Na mesma página o autor avança ainda, a propósito de alterações sociais de âmbito estrutural, com as suas

as disposições revelam uma estratégia de actuação inerente a uma dada posição social e visível através das práticas sociais exteriorizadas. Neste caso, em última instância, acrescentamos nós, a posição social procederia também a condicionalismos através das especificidades de condições sociais de existência a ela inerentes. Assim, "correlações (...) entre as condições objectivas e as práticas e representações"[221] exteriorizadas pelos agentes sociais podem deixar de se verificar quando o agente é catapultado em termos sociais duma posição para outra, pois um processo de aprendizagem aguarda por ele, no sentido de proceder senão à transmutação do seu sistema de disposições, pelo menos ao seu reajustamento. O que não retira a possibilidade do seu arrastamento, por um período de tempo mais ou menos dilatado, dada a descoincidência entre as condições objectivas primárias e as actuais. O efeito de *histerese*, estaria então aqui presente. Em todo o caso, é o processo de ressocialização que está aqui em causa.

Madureira Pinto, ao abordar o processos de socialização e seus componentes e o de identificação[222] assume explicitamente a importância e presença de domínios ou campos vários enquanto condições de existência social (dada a sua pluridimensionalidade), dos quais, e entre outros aqui não explicitados, se podem reter "a dimensão físico-espacial dos espaços domésticos e de residência (que aliás não deixam de interferir directamente no modo como actuam outras agências de socialização: *media*, grupos de pares...), das escolas (...)".[223]

Tendo em conta a projecção no futuro, em termos específicos de projecto[224], para a qual assumem relevo específico os «grupos de referência»[225], José Madureira Pinto apresenta a noção de socialização antecipatória, enquanto resultado da repercussão desse mesmo projecto na actualidade vivida; isto

---

repercussões a nível de matriz de disposições e consequente reconfiguração do *habitus* dos actores sociais.

[221] José Luís Casanova, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, p. 62.

[222] O próprio processo de identificação, sendo pluridimensional na sua constituição, resultará da existência social, que, segundo José Madureira Pinto, "é influenciada simultaneamente, em qualquer ponto do seu percurso biográfico, por várias agências de socialização". Cf. José Madureira Pinto, "Flexibilidade, segurança e identidades sócio-profissionais", *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Outubro de 1999, p. 10.

[223] José Madureira Pinto, "Flexibilidade, segurança e identidades sócio-profissionais", *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Outubro de 1999, pp. 11-12. O itálico é do autor.

[224] Note-se que o projecto remete para um trajecto existencial ainda não concretizado, caracterizando-se, então, pela sua virtualidade.

[225] Cf. José Madureira Pinto, "Flexibilidade, segurança e identidades sócio-profissionais", *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Outubro de 1999, p. 16.

percebe-se, se atentarmos ao facto de que na base desse projecto, enquanto vivência existencial virtual, com maior ou menor possibilidade de adquirir consistência real, está todo um conjunto de aspirações, que emergindo de representações, se vão repercutindo nas práticas sociais levadas a cabo pelos agentes sociais.[226]

Segundo o autor, existem determinados "domínios essenciais do processo de socialização e de produção das configurações identitárias[227]"[228] que não são senão modos ou instâncias de socialização. São eles os que decorrem i) das "condições materiais de existência" em que se desenvolve a acção, através das quais se procede à "apropriação prático-simbólica do mundo"[229]; ii) do "sistema de relações sociais", domínio de estruturação e reprodução das práticas a nível "de socialização e de produção identitárias", integrando basicamente, mas não exclusivamente, interacções, investimentos e laços afectivos[230]; e iii) do "registo simbólico discursivo" que marca a percepção da diferença quer a nível individual, quer a nível social[231]. As classificações, as negociações em torno das designações profissionais e mesmo as lutas de classes ou a estigmatização social, que decorre pela exposição mediática, de determinados bairros ou zonas de residência desfavorecidos e degradados[232], são apenas um exemplo.

Outro exemplo, acrescentamos nós, situar-se-á, decerto, a nível de determinados espaços semi-públicos circunscritos à prática vínica, dos quais se destacam tabernas, tascas e afins. Aqui, as classificações, com sentido estigmatizado ou não, podem relevar de lutas - as lutas simbólicas já defendidas por Bourdieu e explanadas anteriormente por nós - simbolicamente encetadas entre frequentadores habituais e não frequentadores, ou seja, entre *integrados* e

---

[226] Cf. José Madureira Pinto, "Flexibilidade, segurança e identidades sócio-profissionais", *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Outubro de 1999, pp. 10-11. Madureira Pinto, num gráfico bastante elucidativo sobre os processos diacrónico e sincrónico de socialização (reportada a um sujeito inserido no mundo do trabalho), apresenta e desenvolve as suas componentes essenciais constitutivas. Para uma leitura sobre o assunto, ver pp. 9-18 do artigo supra citado.

[227] A «configuração identitária» supõe uma presença pluridimensional. Cf. José Madureira Pinto, "Flexibilidade, segurança e identidades sócio-profissionais", *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Outubro de 1999, p. 10.

[228] José Madureira Pinto, "Flexibilidade, segurança e identidades sócio-profissionais", *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Outubro de 1999, p. 11.

[229] José Madureira Pinto, "Flexibilidade, segurança e identidades sócio-profissionais", *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Outubro de 1999, pp. 11-12; como o autor realça, os relacionamentos electivos, as afinidades selectivas, as diferenciações sociais resultam daqui e aqui se *naturalizam*.

[230] José Madureira Pinto, "Flexibilidade, segurança e identidades sócio-profissionais", *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Outubro de 1999, p. 12.

[231] José Madureira Pinto, "Flexibilidade, segurança e identidades sócio-profissionais", *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Outubro de 1999, p. 12.

[232] José Madureira Pinto, "Flexibilidade, segurança e identidades sócio-profissionais", *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Outubro de 1999, p. 13.

excluídos, que, por o serem, quer em termos hetero quer em termos auto, segregam, por sua vez, os primeiros. Neste contexto, surge a necessidade de recorrermos novamente a uma hipótese já anteriormente explicitada - a frequência de determinados estabelecimentos semi-públicos que comercializam vinho corrente implica demarcação social entre os frequentadores-consumidores e os não frequentadores – para apresentar uma outra que daqui decorre: a frequência de espaços semi-públicos de comercialização de vinho corrente em tempos exógenos às duas refeições fundamentais associa-se, em termos de representações sociais, a consumidores caracterizados por um perfil socioeconómico mais desfavorecido. Consequentemente, não só a classificação surge clara como se estende a parâmetros classistas. A acção socializadora neste tipo de quadro social comporta também especificidades ao nível dos seus componentes essenciais; o seu traçado final emerge, assim, substancialmente diferente da acção socializadora em outro tipo de quadro social.

Estamos, por conseguinte, perante "três componentes essenciais [do] (...) processo [da acção socializadora] (prático-simbólica, simbólico-relacional e ideológico-discursiva (...)) [que] assumem, em princípio, e sempre em termos tendenciais, pesos específicos relativamente diferenciados e consoante as instâncias de socialização em causa."[233]

Tudo isto marca e contribui para a construção das identidades sociais, não se descurando, contudo, a possibilidade de reajustamentos, senão mesmo de inculcações do *Novo* – inovação, novidade -, de forma articulada com o velho, e/ou em termos de substituição no mapa perceptivo e accional. Assiste-se, assim, à possibilidade de transformações paulatinas, pese embora o facto do *habitus* primário, previamente adquirido e marcante em fases anteriores de existência poder estar presente, esbatendo-se, quando se esbatem, os seus contornos paulatinamente. Para isto contribuem, ou são passíveis de contribuir, actualizações em curso perante mudanças factuais – conjunturais ou mesmo estruturais. Isto é, não estamos aqui perante uma possibilidade de substituição imediata e total de fazeres; repare-se que a substituição destes, cuja

[233] José Madureira Pinto, "Flexibilidade, segurança e identidades sócio-profissionais", *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Outubro de 1999, p. 14.

exteriorização do automatismo já ganhara raízes, apela a uma tomada de consciência que resulta, não raro e num primeiro momento, na negação prática da *naturalização* do velho acto em si, por conseguinte, da prática exteriorizada, do gesto, do gosto, que pretensamente se quer substituir. E, em contrapartida, exige um ensaio consciente, que vise, pela repetição, a integração do novo fazer com resultado numa exteriorização *naturalizada* que se visa conseguir. O sucesso deste processo radica no esbatimento da consciencialização da execução do velho acto, substituída pela *naturalização* da exteriorização, de práticas afins à matriz de disposições – a Figura 1.3. surge novamente como um bom suporte esquemático a esta dialéctica. E, como refere José Luís Casanova, "a matriz de disposições, (...) faculta (...) uma compreensão da «*naturalização*» e espontaneidade social (...) e, (...) viabiliza o entendimento da sua função de guia das práticas (...) proporcionando (...) uma articulação mediada entre estruturas, e práticas e representações."[234]

Ora, como todo este processo de inculcação do *Novo* se fica a dever a contactos exógenos quer ao meio quer ao quadro interactivo de presença, apresenta-se de forma interligada a efeitos de ressocialização. Canalizando agora a possibilidade de efeitos ressocializantes quer para a frequência de novos espaços semi-públicos circunscritos ao vinho, quer para a construção do gosto do vinho do Porto, apresenta-se-nos a estrutura de trabalho como possível contributo no que refere ao refazer de opções. A ser verdade, estaremos perante o facto de que trajectórias sociais intergeracionais ascendentes (re)condicionam a escolha dos espaços frequentados, apresentando-se a estrutura do lazer transversal a condicionalismos advindos de outras dimensões, nomeadamente família e trabalho. Concomitantemente, perante a possibilidade de efeitos ressocializantes na construção do gosto do vinho do Porto, admite-se a presença de uma estratégia de legitimação de fazeres inseridos num conjunto de práticas sociais mais vastas, face a novas exigências sociais de foro simbólico.

[234] José Luís Casanova, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, p. 58. O itálico é nosso. De notar, tratar-se, segundo o autor, de uma das potencialidades relativas ao *habitus* enquanto conceito.

1.2.5. Colocando um ponto provisório na reflexão

Assim, defendemos a possibilidade de mudança, da restruturação paulatina de automatismos; isto é, defendemos a possibilidade de reorientação das práticas, e a sua congruência com a conceptualização do *habitus*, complementada que fica com o quadro de interacção. Precisamente por isso, preferimos falar em condicionalismos do que em determinismos. E este nosso posicionamento, contribui fortemente para a estruturação do nosso campo teórico e consequente modelo de análise, podendo este último ser apreciado no terceiro capítulo.

Seria inadequado, por conseguinte, ficar-se com uma ideia estática sobre as ideias bourdianas, dada a evolução concedida ao conceito; o seu registo, digno de nota realçada, vai no sentido de um "«habitus» (...) constituído por um conjunto sistemático de princípios simples e parcialmente substituíveis, a partir dos quais pode ser inventada uma infinidade de soluções que não se deduzem directamente das suas condições de produção."[235] De realçar a força dada pelo autor à possível *invenção de uma infinidade de soluções*; com isto, aparece no centro da questão, e como referimos num momento anterior, "a abrangência do conceito à situação prevista de produção, e não a sua mera limitação à reprodução das práticas sociais." [236]

Não percamos de vista, então, o facto de estarmos perante processos mais ou menos dinâmicos; por conseguinte, o que tendencialmente se poderá apresentar como passível de ser equacionado no conjunto do fazer social enquanto determinante, não passa, afinal, de um condicionante, com maior ou menor pendor, com maior ou menor força constrangedora.

Não partilhamos, assim, de uma visão estática que caracteriza algumas críticas levantadas aos postulados bourdianos. Note-se que, *a gramática comportamental*, e todo um conjunto de saberes cristalizados num primeiro trabalho de socialização – o primeiro trabalho pedagógico, de que já demos conta

---

[235] Pierre Bourdieu, *Questions de Sociologie*, Editions de Minuit, 1984, p. 135.
[236] Dulce Magalhães, *Classes Sociais e Trajectórias Intergeracionais*, Provas de Capacidade Científica, Porto, Faculdade de Letras, 1994, p. 72, nota 33.

- é passível de reformulações, re-equacionamentos gerados no e pelo contacto com grupos de amigos, de pares e/ou de referência a propósito de aspirações ascensionais e reforçadas (ou não) por grupos de pertença actualizados em caso efectivo de ascensão, ou em actualização no caso de ascensão virtual futura a curto/médio prazo[237].

Neste contexto, é útil ter presente, o alargamento extraordinário das classes médias aliado a fenómenos de urbanização e terciarização que se têm vindo a fazer sentir no nosso país. O papel das aspirações sociais centradas em projectos de vida socialmente ascendentes tem encontrado aqui terreno profícuo a ser explorado em torno de práticas sociais previamente escolhidas.

Como foi referido de início, o contexto social em que assenta esta pesquisa, é um contexto de mudança. Consequentemente, errado seria se, à partida, deixássemos cair por terra o vector fundamental, num contexto social efervescente, dos contactos, das miscigenações, das aspirações, e ainda de referentes novos que vão surgindo, e dos quais se vão percebendo novas possibilidades de opção e inclusivas de percursos sociais. A este propósito, José Luís Casanova fala na pertinência de questões como "a permanente premência da socialização, (...) a incorporação do *Novo*, (...) a adaptabilidade, adesão e protagonismo dos agentes sociais relativamente à mudança."[238] Contextos laborais, socioprofissionais e de lazer para isso contribuem certamente. Tratam-se de questões que apontam, todas elas, para a importância não inócua do dinamismo que actualmente assola as sociedades modernas.

Pelo que acima ficou exposto, concluiríamos realçando não concordarmos que a teoria bourdiana não aponte concretamente para a possibilidade de mudança, incluso as inerentes às condições de existência. É verdade, contudo, que o conjunto dos seus textos, quando analisados parcialmente, possam apresentar quer passagens que remontam para a reprodução social, para o

[237] António Firmino da Costa, Fernando Luís Machado, João Ferreira de Almeida, "Famílias, estudantes e universidade", in *Sociologia Problemas e Práticas*, nº 4,1988; António Firmino da Costa, Fernando Luís Machado, João Ferreira de Almeida, "Estudantes e amigos - trajectórias de Classe e redes de sociabilidade", *Análise Social*, nº 105-106, 1990.
[238] José Luís Casanova, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, p. 60.

determinismo[239], (*circularidade determinista)*, quer passagens que introduzem possibilidades de assimilação do *Novo*, e, portanto, de mudança. Daqui se tira a importância de datar os seus textos, e por conseguinte, de ter em conta a evolução de pensamento revelada pelo autor ao longo dos cerca de quarenta anos de produção teórica. Mas, daqui se tira também a necessidade de compreender o seu posicionamento teórico como um todo, e não, como uma simples soma das partes. Assim, a ambiguidade passível de ressaltar da posição teórica do autor desaparece ao termos presente o tipo de estrutura social vigente nos anos sessenta e o não imediatismo de reacção prática aquando de alterações provocadas ao nível de condições sociais, já que essas apelam, senão mesmo exigem, o equacionamento do factor reajustamento.

[239] Ver por exemplo extractos insertos nesta linha ao longo do texto de Paulo Monteiro, em Paulo Filipe Monteiro, "Os usos das artes na era da diferenciação social: críticas e alternativas a Pierre Bourdieu", in *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 12/13, Janeiro 1991.

Capítulo 2

O quotidiano sob o prisma da acção social

2.1. O *mundo da vida quotidiana*: alicerces e fundamentos fenomenológicos

Iniciaríamos este capítulo deixando claro que apesar de nos guindarmos conceptualmente em Bourdieu, não deixámos de tentar complementaridades teóricas, tendo em conta possíveis insuficiências explicativas dado o contexto actual. Temos bem presente que uma teoria social nunca se apresenta na sua forma acabada, pelo que outras procuras, outras propostas, emergindo do cenário em vida (igual a cenário vivido e em curso) ensaiam quer reformulações teóricas, quer acrescentos numa tentativa de enriquecimento conceptual. Os contributos de António Firmino da Costa e de Madureira Pinto, como vimos, provam-no certamente. Não obstante, não ficaremos por aqui. É o que veremos já de imediato.

Admitimos, atrás, que o consumo do vinho se inseria na génese, no funcionamento e na estruturação da sociedade onde emerge, hipótese esta que nos conduz a um outro cenário teórico – o que comporta o quotidiano sob o olhar da produção social. Assim, no âmago da nossa investigação, e dentro deste contexto teórico, reforça-se a articulação que, no quotidiano, se processa entre espaços semi-públicos, grupos de amigos e grupos de pares e/ou de referência, entre outros vectores estruturantes, enquanto contributos para a estruturação da sociedade, em grande plano; mas também enquanto contributos *mais finos* para a produção social dos quotidianos nela vividos, uma vez que o nosso alicerce, sociológico, radica no social construído e, portanto, produzido, nomeadamente, a pretexto de disposições para consumos e apropriações de vinhos, interacções e sociabilidades vínicas.

A análise dos fundamentos da vida quotidiana e da produção das situações sociais encontra na obra de Alfred Schütz um contributo inestimável. Recuperando da fenomenologia de Husserl a noção central de *mundo da vida*[240] ou, se preferirmos, de *mundo da vida quotidiana*, Schütz procura lançar os

[240] Traduzido de *Lebenswelt*.

alicerces de uma sociologia fenomenológica capaz de dar conta da base fundamental das sociedades.

Schütz procede à análise das estruturas fundamentais do *mundo da vida quotidiana* - realidade suprema precedida ao homem e na qual "o homem se empenha, podendo modificá-la quando nela opera"[241] – para a qual reabilita o método fenomenológico de Husserl, fundado no primado lógico e ontológico da experiência.

Oceano aproblemático onde os agentes se encontram imersos, o *mundo da vida quotidiana* apresenta-se-lhes como "facticidade auto-evidente"[242], universo comum "inquestionavelmente dado até demonstração em contrário"[243]. Na "atitude natural" que caracteriza a experiência do quotidiano, os dados apreendidos pelos sentidos são tomados como factos reais, como certos, por muito vagos que pareçam; os agentes limitam-se a aceitar o carácter existencial do mundo perceptível que os rodeia, enquanto ordem fundamental da existência que se assume como um "dado adquirido", para lá de qualquer dúvida[244]. De resto, como duvidar do carácter *real* do acto vínico, bebido entre dois dedos de conversa? Como duvidar do carácter real da estrutura espacial que o enquadra – bar, tasco, taberna ou afins - ou, dito por outras palavras, desse *mundo da vida* que se fez quotidiano?

Segundo Schütz, esta atitude natural de confiança e "suspensão de dúvida" com a qual enfrentamos a vida de todos os dias funda-se em três assunções fundamentais, também elas tidas como certas: a da "constância da estrutura do mundo", a da "constância da validade da nossa experiência do mundo" e a da "constância da nossa habilidade para agir no mundo e sobre o mundo"[245]. Estas assunções fazem parte do "esquema comum de interpretação do mundo comum"[246] transmitido e interiorizado através do processo habitualmente

---

[241] Alfred Schütz, *The Structures of the Life-World*, Evanston, Northwestern University Press, 1973, p. 3.
[242] Peter Berger, "The problem of multiple realities", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, New York, Penguin Books, 1978, p. 347.
[243] Traduzido de *unquestionably given until further notice*. Cf. Alfred Schütz, "Some structures of the life-world", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 257.
[244] Cf. Alfred Schütz, "Some structures of the life-world", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 257.
[245] Alfred Schütz, "Some structures of the life-world", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 257. Num outro lugar, Schütz acrescenta: "Nós, contudo, que vivemos ingenuamente neste mundo da vida, deparamo-nos com ele como realidade já constituída. Nascemos nele, por assim dizer. Vivemos nele e reforçamo-lo, e a intencionalidade viva da nossa corrente de consciência apoia o nosso pensamento, através do qual nos orientamos em termos práticos neste mundo da vida e orientamos a nossa acção, através do qual intervimos nele". Alfred Schütz, "Phenomenology and the social sciences", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 134.
[246] Alfred Schütz, "Some structures of the life-world", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology.*

designado por socialização, sob a forma de "pensamentos, crenças mais ou menos cegas ou fundadas, máximas, instruções de uso, receitas para a resolução de problemas típicos"[247]. O conhecimento social assim produzido e transmitido é, desde logo, assumido como uma certeza inquestionável, uma vez que se apresenta como algo plenamente válido e testado pelo grupo, como parte integrante da sua *cultura*; daí a tal "facticidade auto-evidente" como acima referimos. Neste sentido, o *mundo vivido* no meio social de origem apresenta-se também inquestionável, principalmente quando não encontra manifestamente um confronto social com *mundos* vividos em outros meios sociais. Veja-se, por exemplo, o caso em que hábitos de vida – e o hábito de se frequentar com regularidade um determinado tipo de estabelecimento semi-público é um deles, – se transmitem de geração em geração. Subjacente a esses hábitos, sejam eles quais forem, está um *mundo da vida* assente em valores e representações. Precisamente por isso, admitimos que o consumo vínico poderá assentar em valores e representações favoráveis ao seu uso, emergentes num determinado *mundo de vida*. Assim, *nesse mundo da vida* a representação positiva de qualidades do vinho, da interiorização física das suas qualidades e dos efeitos a nível de saúde poderá favorecer e justificar o seu consumo.

Estamos, por conseguinte, perante traços culturais que imprimem marcas específicas a meios sociais também específicos, tal como aos agentes sociais enquanto produto mais autêntico de um qualquer *mundo da vida*.

Veja-se que a referência à noção de *cultura* evoca necessariamente o carácter irrefutável de *historicidade* que distingue o *mundo da vida quotidiana*, historicidade essa "com a qual nos deparamos através do contacto com a tradição e os costumes/hábitos e que pode ser examinada porque o já dado se refere à nossa própria actividade ou à actividade dos outros, da qual é o sedimento"[248]. Cabe aqui uma referência obrigatória a Aron Gurwitsch[249], autor que realça a

---

Selected readings, cit., p. 261.

[247] Alfred Schütz, "Some structures of the life-world", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 261.

[248] Alfred Schütz, "Phenomenology and the social sciences", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 135. A relevância atribuída por Schütz à *historicidade* do "mundo da vida" contribui, até certo ponto, para refutar as críticas de *subjectivismo* muitas vezes dirigidas à sua sociologia. Mesmo assim, continua a faltar às perspectivas sociológicas de raiz fenomenológica uma análise mais aprofundada da dimensão institucional da acção humana, facto que contribui para alimentar tais críticas. A este assunto voltaremos mais à frente, quando nos referirmos ao posicionamento de Pierre Bourdieu face a estas perspectivas.

[249] Aron Gurwitsch[249] é um dos mais profícuos comentadores da fenomenologia de Husserl e da sociologia

conotação "essencialmente histórico-social" do *mundo da vida*, considerando que "um *Lebenswelt* [*mundo da* vida] é relativo a uma determinada sociedade num dado momento da sua história; nesse sentido, deve ser tomado conforme é concebido pela comunidade histórica que o vive"[250]. O *mundo da vida quotidiana* refere-se não apenas aos indivíduos, mas também – e, aliás, em primeiro lugar – a uma comunidade histórica "cuja vida societal consiste na interacção e interrelação de pensamento e acção sob variadas formas"[251]. A este propósito vale a pena lembrar que o consumo de vinhos no nosso país tem história, tem tradição, e por conseguinte, caracteriza-se por uma *historicidade* inevitável[252], aparecendo como algo de intrínseco à própria cultura.

O carácter histórico-social está claramente presente na reflexão schütziana sobre as estruturas fundamentais do *mundo da vida*, na medida em que este é apresentado como um "espaço-tempo estratificado", organizado em torno de quatro grandes domínios estruturantes: o dos nossos parceiros, o dos nossos contemporâneos, o dos nossos predecessores e o dos nossos sucessores[253]. Interligando passado, presente e futuro, a existência destes quatro estratos confere unidade ao *mundo da vida*, reforçando a sua identidade enquanto mundo intersubjectivo comummente apreendido e partilhado. Ainda assim, é no primeiro desses domínios – o mundo dos parceiros, do "aqui e agora" das interacções quotidianas – que com mais clareza se manifestam os traços essenciais desse *mundo da vida* de que fala Schütz. É nas relações face-a-face, na experiência comum e directa do mundo, que o mundo intersubjectivo é constituído, assumindo o seu carácter concreto e evidente. Os espaços semi-públicos onde o consumo vínico ocupa um lugar central constituem exemplos acabados do mundo comum, evidente e "palpável" que o mundo dos parceiros schütziano representa.

---

fenomenológica de Schütz.

[250] Aron Gurwitsch, "The last work of Edmund Husserl", in Aron Gurwitsch, *Studies in Phenomenology and Psychology*, Evanston, Northwestern University Press, 1966, p. 420 (itálico do autor).

[251] Aron Gurwitsch, "The last work of Edmund Husserl", in Aron Gurwitsch, *Studies in Phenomenology and Psychology*, cit., p. 420.

[252] Os capítulos da II Parte deste trabalho, abordam esta temática do carácter histórico de usos e costumes vínicos, isto é, da importância histórica do vinho no sentido dos predecessores e seus reflexos tentaculares em termos de socialização geracional.

[253] Respectivamente *Umwelt, Mitwelt, Vorwelt e Folgewelt.* Cf. Alfred Schütz, "Some structures of the life-world", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., pp. 258 e segs. Num outro lugar, Schütz aprofunda a análise destes quatro estratos fundamentais do *mundo da vida*: "O *Umwelt* é o mundo imediato no seio do qual a experiência directa e íntima dos outros é possível; o *Mitwelt* é um mundo de experiência mediata mas contemporânea, no seio do qual pode ser obtida uma experiência indirecta e relativamente autónoma dos Outros; o *Vorwelt* refere-se às experiências do passado histórico; o *Folgewelt* refere-se ao futuro, do qual nenhuma experiência é possível, mas em relação ao qual pode existir uma orientação." Alfred Schütz, "Phenomenology and the social sciences", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 136 (nota 19).

Mundo de experiência pré-reflexiva tomada como certa e inquestionável, o estudo dos seus encontros e interacções quotidianas, da sua linguagem específica, das práticas e comportamentos aí produzidos, constitui o estudo de um particular *mundo da vida* nas suas mais directas, simples e genuínas manifestações. A importância concedida por Schütz ao estudo das práticas e comportamentos dos indivíduos em situação de interacção viria, aliás, a influenciar decisivamente o desenvolvimento dos estudos sobre o quotidiano nas décadas subsequentes.

As considerações acabadas de tecer contribuem para evidenciar a especificidade do *mundo da vida quotidiana* como "mundo intersubjectivo de cultura"[254]. Mundo intersubjectivo porque "vivemos nele como homens entre outros homens"[255]; mundo de cultura porque constitui um universo de significação comummente apreendido e partilhado, uma "construção de sentido"[256] instituída através da acção dos homens no mundo e da sua relação com os outros[257]. O *mundo da vida quotidiana* apresenta-se-nos, pois, como um mundo dotado de sentido, "tanto dos sentidos subjectivos construídos pelos sujeitos para dar conta dos seus actos, como dos sentidos objectivos que os sujeitos constróem para interpretar os actos dos outros"[258]. Estamos, por conseguinte, perante considerações centradas na acção social[259], noção weberiana fundamental resgatada à sua sociologia compreensiva por Schütz que reafirma que o único sentido que uma acção pode ter é o sentido subjectivamente atribuído pelo actor que produz essa acção; esse sentido está, contudo, ligado de

---

[254] Alfred Schütz, "Phenomenology and the social sciences", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 134.

[255] Alfred Schütz, "Phenomenology and the social sciences", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 134.

[256] Alfred Schütz, "Phenomenology and the social sciences", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 134.

[257] Outros autores posicionam-se desta forma sobre questões inerentes aos patamares da cultura fazendo incidir a sua abordagem na construção social da realidade, que sendo quotidiana, contempla um processo de atribuição de sentido, significação e dotação simbólica à acção social. Ver, por exemplo, Augusto Santos Silva, *Tempos Cruzados: Um Estudo Interpretativo da Cultura Popular*, Porto, Afrontamento, 1994, nomeadamente pp. 15-37.

[258] Mary Rogers, "Alfred Schütz", in George Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, Malden, Blackwell Publishers, 2000, p. 367.

[259] Por "acção", Weber entende "um comportamento humano (quer consista num fazer externo ou interno, quer num omitir ou permitir), sempre que os agentes lhe associem um *sentido* subjectivo". "Acção social" é, por seu turno, "aquela em que o sentido intentado pelo agente ou pelos agentes está referido ao comportamento de *outros* e por ele se orienta no seu decurso". Max Weber, *Conceitos Sociológicos Fundamentais*, Lisboa, Edições 70, 1997, p. 21. (Os parêntesis e os itálicos são do autor). Mais à frente na mesma obra, Weber acrescenta: "A acção social (inclusive a omissão ou tolerância) pode orientar-se pelo comportamento passado, presente ou esperado como futuro dos outros (...). Os «outros» podem ser indivíduos e conhecidos ou indeterminadamente muitos e de todo desconhecidos (...)", p. 43. As aspas e os itálicos são do autor. A acção social pode ser de tipo "racional" ("*em ordem a fins*" ou "*quanto a valores*"), "emocional" ou "tradicional" (cf. pp. 45-47). Note-se, porém, que "só rarissimamente está [a acção social] orientada por um *ou* outro destes tipos", p. 48. (O itálico é do autor). O livro que acabamos de citar reproduz o primeiro capítulo da emblemática obra de Max Weber, *Economia y Sociedad I*, México, Fondo de Cultura Economica, 1944.

forma indelével aos outros com os quais o actor interage. Desta feita, o sentido é sempre um fenómeno intersubjectivo. Vivemos "com" os outros e "para" os outros, orientando as nossas acções e a produção de sentido de acordo com as suas próprias acções e experiências construindo, assim, dialecticamente, a realidade da vida de todos os dias. Em relação a esta questão, Schütz não podia ser mais explícito ao considerar que "devemos assumir que tudo o que tem sentido para nós tem sentido para os outros que partilham connosco, como parceiros, contemporâneos, predecessores ou sucessores, o mesmo mundo da vida. (...) Conhecemos as perspectivas dos outros e os seus horizontes de familiaridade e estranheza; sabemos que pertencem ao nosso mundo da vida e que eles sabem que pertencemos ao mundo da vida deles. (...) Actuamos na expectativa de que os outros interpretarão o sentido dos nossos actos e agimos de acordo com o seu esquema de interpretação".[260]

A noção de *intersubjectividade*, resgatada por Schütz à fenomenologia husserliana, ocupava aqui já um lugar central, enquanto categoria ontológica basilar da existência humana. Recorde-se, a este propósito, que Husserl: "experiment[a] o mundo não como o [s]eu mundo privado, mas como um mundo intersubjectivo, um mundo que é dado a todos os seres e que contém objectos acessíveis a todos. Nele, os outros existem enquanto outros, e uns para os outros, como estando lá para todos"[261]. A um nível mais sofisticado, Husserl apela para a importância da noção de "empatia", recurso através do qual se torna possível aceder às mentes dos outros e às suas experiências do mundo comum[262]. A referência à noção de "empatia", também ela recuperada anos mais tarde por Schütz, torna ainda mais nítida a filiação das perspectivas de raiz fenomenológica na sociologia compreensiva de Weber. Para este sociólogo, a grande tarefa da sociologia passa por "compreender interpretativamente as acções orientadas por um sentido"[263]. É o que supostamente acontece ao sentido atribuído a uma acção

---

[260] Alfred Schütz, "Phenomenology and the social sciences", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., pp. 136-137.Não nos determos neste momento nos casos em que a linearidade aqui presente no que respeita à dotação de sentido se apresente distorcida, uma vez que a partilha do mesmo mundo de vida não assegura, por outrem, a devida interpretação do sentido atribuído, por *ego*, à acção.

[261] Edmund Husserl, *The Paris Lectures*, The Hague, Martinus Nijhoff, 1964, p. 34.

[262] Edmund Husserl, *The Paris Lectures*, cit., pp. 34 e segs.

[263] [263] Max Weber, *Conceitos Sociológicos Fundamentais*, cit., p. 25. A evidência da compreensão pode ser de dois tipos: ou "racional" ou "de carácter empaticamente revivente (emocional, receptivo-artística)". "No domínio da acção é racionalmente evidente sobretudo o que, na sua conexão significativa intentada, se compreende *intelectualmente* de um modo exaustivo e diáfano. Evidente de um modo empático na acção é o plenamente revivido na sua *conexão*

radicada no consumo de vinhos num qualquer espaço semi-público, por sujeitos sociais demarcados em termos accionais, desse tipo de espaços semi-públicos. Objectivando a ideia, referimo-nos ao sentido conferido por uns à frequência de outros de uma qualquer taberna para consumo vínico. De todo, a presença de diferentes *mundos de vida* põem em causa a compreensão empática acima referida. Em contrapartida, o *mundo de vida* partilhado entre pares visibiliza essa vivência empática.

É neste sentido que concedemos pertinência à variável gregaridade, admitindo que o consumo do vinho em local semi-público se articula à característica gregária dos agentes sociais e pontua-se na procura explícita de convívio. É defensável, então, esperar-se que determinados espaços favoreçam determinado tipo de relações e relacionamentos sociais – interacção, interconhecimento, sociabilidade e que se oponham às desenvolvidas em outros espaços com características estruturais diferentes. Àqueles, não será alheio um conjunto de representações que favoreçam (im)possibilidades de concretização real. E porque a partilha do *mundo da vida* não será alheia ao lugar de classe e trajectória social do protagonista, apresenta-se-nos uma possibilidade articulada às anteriores: o equacionamento das (im)possibilidades de concretização real conta com o Lugar de Classe de Origem (LCO), o Lugar de Classe de Família (LCF) e consequentemente com a trajectória social intergeracional (TSI) do frequentador-consumidor que (des)favorecem interacções e sociabilidades nos micro-espaços, nos tempos inscritos e nos próprios estabelecimentos seleccionados.

---

emocional que foi objecto de vivência". *In* Max Weber, *Conceitos Sociológicos Fundamentais*, cit., p. 22 (Itálicos do autor).

2.1.1. Partilhas, rupturas, tipificações, linguagens

A consciência de que uns e outros partilham um mundo comum permite, portanto, o estabelecimento de relações de reciprocidade entre sujeitos e de partilha empática de sentimentos e experiências. Uns e outros funcionam, reciprocamente, como espelhos uns dos outros, nos quais podem ver reflectidos os modos de constituição das suas experiências[264]. A *reciprocidade de perspectivas* constitui, de resto, a base do carácter previsível e rotineiro do quotidiano, sem o qual a vida de todos os dias seria absolutamente insustentável. Torna-se, então, quase imperativo equacionar-se, nestes meandros, os grupos de amigos, nos quais se partilham, entre outras coisas, práticas, rotinas, enfim, o próprio quotidiano. Neste contexto, e procedendo a uma articulação com o tema desta investigação, ocorre-nos que grupos de amigos reforçam práticas vínicas inscritas na estrutura de lazer. Daqui decorre, então, que grupos de amigos potenciam/acentuam hábitos de frequência de determinados espaços semi-públicos; a assiduidade dos frequentadores-consumidores num determinado espaço semi-público acentua a reciprocidade de expectativas e reforça sociabilidades internas; nos espaços semi-públicos, as sociabilidades em acção entre os frequentadores-consumidores contribuem para a sua integração; uma maior integração por parte dos frequentadores-consumidores contribui para uma assiduidade mais acentuada.

Como realça Peter Berger, não sem uma ponta de ironia, "a História é baseada na rotina e na trivialidade"[265], características que fornecem a *segurança ontológica* que permite aos indivíduos lidar cabalmente com os eventos da vida quotidiana, impedindo-os de resvalar para uma atitude de desconfiança e permanente dúvida face a tudo o que os rodeia, atitude essa que, a prazo, simplesmente esgotaria todas as suas energias. Sendo certo que, em muitos casos, é ténue a linha que separa a "ordem" do "caos", a "certeza" da "perplexidade", a "segurança" do "risco", não deixa de ser verdade que só através desta atitude natural de confiança que caracteriza a experiência do

[264] Cf. Mary Rogers, "Alfred Schütz", in George Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, cit., pp. 370-371.
[265] Peter Berger, "The problem of multiple realities", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 347.

quotidiano "é possível conservar a energia necessária para enfrentar possíveis acontecimentos extraordinários"[266].

Constituindo a "multiplicidade" uma característica intrínseca à realidade social – "multiplicidade de formas e estruturas, multiplicidade de mundos de experiência, multiplicidade de membros cobrindo o passado (predecessores), o presente (contemporâneos anónimos e parceiros de interacção) e o futuro (sucessores)"[267] – é perfeitamente normal que a qualquer momento surjam eventos capazes de provocar rupturas na rotina quotidiana e brechas na atitude natural de confiança com que habitualmente ela é encarada. Ora, tendo-se por certo que ainda nos dias de hoje o consumo do vinho corrente em determinados espaços semi-públicos prende-se a uma forte dominância masculina, admite-se que essa dominância masculina se ligue a simbolismos associados à virilidade, masculinidade, força física e saúde do corpo, (ou seja, aos processos de construção social da masculinidade na óptica da sociologia do género) e que a menor frequência do género feminino em alguns dos espaços semi-públicos seleccionados se ligue a simbolismos associados a convenções sociais. Assim sendo, e tendo em conta o que ficou dito anteriormente, caberia aqui uma referência à nossa experiência-contacto com a empíria no que respeita a um exemplo de ruptura quotidiana: A introdução de um "elemento estranho" – uma mulher ou, mais "estranho" do que isso, uma mulher *e* cientista social – no mundo da vida partilhado pelos frequentadores de espaços semi-públicos onde prevalece uma cultura fortemente masculinizada constitui um exemplo acabado de uma ruptura deste tipo e de como se abrem brechas na atitude natural de confiança com que a rotina quotidiana é encarada.

Em situação de interacção, existe sempre uma margem mais ou menos ampla de imprevisibilidade, por muito comuns que sejam os universos de significação partilhados pelos parceiros. Percebe-se, por isso, "a necessidade de conseguir de algum modo prever e prevenir a acção de outrem. (...) Para responder a esta exigência, os sujeitos servem-se habitualmente, e quase

---

[266] Lucia Demartis, *Compêndio de Sociologia*, Lisboa, Edições 70, 2002, p. 62.
[267] Mary Rogers, "Alfred Schütz", in George Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, cit., p. 367.

sempre de modo inconsciente, das tipificações que a experiência social lhes fornece"[268].

As tipificações construídas pelos actores a partir das suas experiências sociais prévias são alvo de especial atenção por parte da sociologia schützíana. Segundo Schütz, o nosso conhecimento do *mundo da vida* é sempre um conhecimento da *tipicidade* dos seus objectos e eventos[269]. Esta tipicidade resulta, por seu turno, das exigências de definição de situações antes problemáticas com as quais houve necessidade de se aprender a lidar. Como refere Schütz, "toda a tipificação é relativa a algum problema: não há nenhum tipo em sentido amplo, mas apenas tipos que trazem consigo um *índex* referente a um problema"[270]. As tipificações constituem, no fundo, cristalizações de modos de previsão e acção sobre o mundo que nos rodeia, que tomam como pontos de referência os objectos da nossa experiência prévia. Do nosso ponto de vista, é precisamente isso que permite traçarem-se mapeamentos de actuação, nossos e dos outros, com uma acuidade tanto maior quanto maior for a sua cristalização. Sendo "sedimentadas a partir das nossas experiências passadas, estas retenções (expectativas construídas a partir das experiências de cada um) são elas próprias tipificadas, ou nomeadas como este ou aquele tipo de pessoa ou coisa"[271]. Os processos de tipificação estão, pois, intimamente ligados à *generalização* e ao *anonimato*. Retomando o legado de Schütz, Berger e Luckmann recuperam e desenvolvem a reflexão em torno dos processos de tipificação, realçando a sua importância no surgimento e consolidação das instituições que fazem da realidade social uma realidade *objectiva*.[272] Sobre isto, posicionamo-nos de forma concordante. Não fosse a importância social da tipificação, do rótulo, e os grupos de referência não adquiririam, seguramente, o papel social que pulveriza a dinâmica social[273]. Tudo leva a crer ser a percepção de tipos – inerentes a

---

[268] Lucia Demartis, *Compêndio de Sociologia*, cit., p. 64.
[269] Cf. Alfred Schütz, "Some structures of the life-world", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., pp. 268-269.
[270] Alfred Schütz, "Some structures of the life-world", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 269 (Itálico do autor).
[271] Mary Rogers, "Alfred Schütz", in George Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, cit., p. 373.
[272] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade. Um livro sobre sociologia do conhecimento*, Lisboa, Dinalivro, 1999, onde, e a este propósito escrevem os autores que "A institucionalização ocorre sempre que há uma tipificação recíproca, por tipos de actores, de acções tornadas hábitos. Dito de maneira diferente, qualquer uma dessas tipificações é uma instituição" (p. 66). Cf. Também pp. 67-71. Mais à frente, teremos oportunidade de reflectir de forma aprofundada sobre o contributo de Berger e Luckmann para a análise desta e de outras questões.
[273] Para aprofundar a problemática sobre grupos de referência, no que toca não só a conceitos afins mas, no que toca

práticas em geral – que fomenta a aspiração a um rótulo diferente, e, por consequência, à integração (legitimada ou legitimável) num tipo novo. Aqui, faz sentido considerar a possibilidade de grupos de referência potenciarem a construção de novos hábitos e novos gostos no que respeita à frequência de determinados espaços semi-públicos (estabelecimentos de bebidas e/ou de bebidas e restauração). Se assim for, porque não admitir-se que, subjacente à frequência de novos espaços semi-públicos por inerência de grupos tidos por referentes, se encontrem estratégias que possam ser de penetração num grupo social diferente do da origem, de aceitação pelos novos pares e/ou de legitimação do novo lugar de classe ocupado?

Um percurso desta natureza aproxima significativamente as noções de processo de tipificação e de processo de socialização. Se recuperarmos a seguinte hipótese já traçada, mas em outro contexto teórico, - os grupos de referência orientam práticas inovadoras, tornadas produções quotidianas – perceberemos o quanto a orientação de práticas inovadoras assenta, forçosamente, em nomeações diferentes, logo, em tipificações diferentes. Ora, a sua re-cristalização remete de novo para a questão lata, pertinente e expressiva da socialização. Contudo, e porque estamos perante um processo social não linear, integrado ou pelo menos enquadrado num outro inerente à construção social da realidade, teremos que enfrentar uma outra possibilidade – a não transmutação forçosa de grupos de referência em grupos de amigos por um lado, e por outro, o facto de que grupos de amigos e grupos de conhecidos não se recobrem forçosamente nos actores sociais frequentadores-consumidores dos estabelecimentos seleccionados.

Na tipificação, a *linguagem* assume um papel central. Enquanto "armazém de tipos"[274], ela é a chave da produção de sentido pelos actores e o garante da inteligibilidade do *mundo da vida quotidiana*. Segundo Schütz, "A linguagem, não é um substrato de considerações filosóficas ou gramaticais (...), mas um meio de expressar as (...) intenções [do próprio actor social] ou de

---

também às questões das práticas sociais e sua articulação com as questões inerentes mobilidade e dinamismos sociais, vale a pena consultar Robert K. Merton, *Sociologia, Teoria e Estrutura*, São Paulo, Mestre Jou, 1968, pp. 305-478.

[274] Metáfora utilizada por Mary Rogers, "Alfred Schütz", in George Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, cit., p. 373.

compreender as intenções dos Outros"[275]. Neste sentido, a linguagem constitui o meio de objectivar aquilo que é subjectivo, compondo a matéria-prima da construção social do quotidiano, à qual tipos e processos de tipificação não são, de todo, alheios.

À medida que constróem, através das suas vivências do quotidiano e de sucessivos processos de tipificação, "complexos mundos de experiência"[276], os indivíduos vão armazenando os conhecimentos que lhes permitem lidar com os acontecimentos da vida de todos os dias. Este "stock de conhecimento" – baseado precisamente na linguagem – serve os propósitos práticos dos sujeitos sociais, tornando o mundo que os rodeia um mundo familiar e não problemático. A todo o momento se é chamado a interpretar e resolver as mais diversas situações, razão pela qual se faz apelo ao respectivo *stock de conhecimento*. Neste sentido, Schütz torna-se elucidativo ao afirmar que "se os elementos do nosso stock de conhecimento (...) forem suficientes para a definição da situação, então essa definição tem lugar de forma natural, surgindo como um dado inquestionável" e isso acontece nos chamados "assuntos de rotina"[277]. Nos casos em que tal não é possível, novo conhecimento acerca da situação deve ser obtido, através da sua análise e questionamento. Uma vez adquirido conhecimento suficiente sobre o facto até então ininteligível, poder-se-á considerar o problema resolvido, assumindo-o como um elemento agora inquestionável do respectivo *mundo da vida*. O que se acabou de afirmar destaca o carácter *dinâmico*, *cumulativo* e *criador* do *stock de conhecimento* individual, permanentemente aberto ao *novo* e capaz de fazer face aos elementos inesperados do quotidiano, com os quais se renova e reforça[278]. Ponderando em tudo isto, faz sentido defender que o *stock de conhecimento* de que fala Schütz remete, em certa medida, para a noção de

---

[275] Alfred Schütz, "Phenomenology and the social sciences", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 135. (Maiúsculas no original).

[276] Expressão utilizada por Mary Rogers, "Alfred Schütz", in George Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, cit., p. 367.

[277] Alfred Schütz, "Some structures of the life-world", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 265. O stock de conhecimento de que fala Schütz remete, em certa medida, para a noção de "sentido prático" ou "sentido de jogo" que, de acordo com Pierre Bourdieu, permite ao actores "jogar o jogo social" de forma bem sucedida.

[278] Constituindo o *stock de conhecimento* uma noção diferente da noção bourdiana de *habitus*, perante algumas interpretações, poderia superar algumas das limitações apontadas a esta última, nomeadamente no que concerne à questão da incorporação do *novo*.

"sentido prático" ou "sentido de jogo" que, de acordo com Pierre Bourdieu, permite ao actores "jogar o jogo social" de forma bem sucedida.

A existência de *ilhas*, ainda por desbravar, feitas de experiências e acontecimentos estranhos a essa realidade, no *oceano* aproblemático da vida quotidiana dos actores sociais, ameaça a *normalidade* da sua existência, já que, a qualquer momento, se pode *aportar* num mundo até então insondado. Uma viagem entre "múltiplas realidades" ou "províncias finitas de sentido"[279] implica a abertura de brechas na atitude natural de confiança com que o universo inquestionável do quotidiano é encarado e, consequentemente, a entrada em mundos alternativos onde prevalece uma particular experiência ontológica, linguística e cognitiva. Cada um destes mundos pressupõe, por seu turno, a sua própria atitude natural de suspensão de dúvida, sem a qual tais mundos estariam ameaçados do mesmo tipo de insustentabilidade que ameaçava o mundo da vida quotidiana.[280]

Implicando, é certo, um específico nível de "choque" e esforço adaptativo[281], a viagem entre *ilhas finitas de sentido* faz-se geralmente sem particular ansiedade ou incómodo. O indivíduo comum sabe que o *mundo da vida quotidiana* permanece como a realidade suprema tida como inquestionável à qual pode voltar a qualquer momento, como quem regressa de uma "excursão"[282]. "Não é a «descontinuidade», mas sim a «continuidade» que marca a experiência dos sujeitos – as suas experiências vividas estão ligadas umas às outras pelo facto de serem suas. Esta continuidade experiencial constitui aquilo a que Schütz chama uma «unidade primordial»"[283].

---

[279] Optámos por colocar os termos entre aspas por pertencerem ao universo linguístico de Schütz.
[280] Mais acrescenta Peter Berger: "na medida em que a nova realidade se encontra fora das massivas confirmações de realidade da vida de todos os dias, ela é *mais* susceptível de se desintegrar do que esta última, necessitando, portanto, *mais* de uma determinada suspensão de dúvida". *In* Peter Berger, "The problem of multiple realities", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 357 (Itálicos do autor).
[281] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade. Um livro sobre sociologia do conhecimento*, cit., p. 33.
[282] Imagem utilizada por Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade. Um livro sobre sociologia do conhecimento*, cit., p. 37.
[283] Mary Rogers, "Alfred Schütz", in George Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, cit., p. 370. A autora remete para a obra de Alfred Schütz, *The Phenomenology of the Social World*, Evanston, Northwestern University Press, 1967.

A análise da realidade social deve, pois, reportar-se sempre a este *mundo da vida quotidiana*, ordem fundamental da existência sobre a qual se fundam todas as outras ordens, incluindo as da arte, da ciência, da religião ou da política. A sociologia de Schütz parte necessariamente da observação das práticas e comportamentos quotidianos dos indivíduos, particularmente dos produzidos em situações de interacção. Inevitavelmente, no nosso trabalho, a observação de práticas e comportamentos dos indivíduos em situação de interacção foi um forte e central foco de interesse. A observação *in loco*, da qual partiu a implementação metodológica, centrou-se, precisamente, no quotidiano vivido em estabelecimentos de bebidas e/ou bebidas e restauração específicos[284]. São fulcrais, tudo o sugere, linguagens, tanto verbais como não verbais, que atravessam, culminam e sustentam situações de interacção.

Neste panorama, será útil ter em conta que o estudo do mundo intersubjectivo de cultura que a vida quotidiana traduz, mundo no qual a linguagem ocupa lugar central é, portanto, uma das prioridades em termos de pesquisa empírica. Ao debruçar-se sobre a linguagem e sobre os significados subjectivos que ela objectifica, a sociologia procura aceder ao sentido que os actores efectivamente atribuem à sua acção, materializando assim os princípios fundamentais de uma "sociologia compreensiva" tal como foi definida por Weber[285]. Mais até do que a linguagem verbal, centro imperioso de interesse mas nem sempre facilmente acedido[286], a linguagem não verbal incorpora realmente significados que, contextualizados, traduzem sentido(s) apreendido(s) com propriedade no respectivo *mundo da vida quotidiana* onde emerge.

Uma orientação epistemológica como a que Schütz propõe abre um caminho alternativo à pesquisa sociológica, na medida em que aponta para "uma clara aproximação aos esquemas cognitivos e mentais do senso comum, às realidades tidas como adquiridas (*taken for granted*), ao pensamento que não se

---

[284] Um desenvolvimento detalhado sobre o nosso percurso e sobre a pertinência do accionamento desta técnica poderá ser seguido no capítulo 3.

[285] Segundo Schütz, "o fundamento do sentido em qualquer ciência é o mundo da vida pré-científico, que é o único e unitário mundo da vida para mim, para ti e para todos nós". Alfred Schütz, "Phenomenology and the social sciences", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 121. Para aceder aos traços fundamentais da "sociologia compreensiva" proposta por Weber, sobre os quais, aliás, tivemos oportunidade de nos debruçar anteriormente, vd. Max Weber, *Conceitos Sociológicos Fundamentais*, cit., particularmente as pp. 21-41.

[286] Especificamente num dos nossos contextos empíricos, o acesso às produções linguísticas como um todo, inclusive e basicamente o(s) seu(s) sentido(s), tornou-se dificultado senão mesmo impossibilitado pelas condições físicas e sociais do mesmo.

pensa"[287]. O princípio de valorização do senso comum que Schütz introduz – e que Garfinkel e a etnometodologia tão proficuamente aprofundarão anos mais tarde – retira preponderância à ciência entendida na sua concepção racionalista tradicional, agora encarada apenas como mais uma ilha finita de sentido. Eventualmente, poder-se-á viajar até ela – e viajar-se-á seguramente –, mas o regresso a "casa", ao *mundo da vida quotidiana*, acabará inevitavelmente por acontecer, mais tarde ou mais cedo. Aron Gurwitsch segue de perto Schütz quando afirma que "toda a ciência e conhecimento, todo o empreendimento cognitivo, se referem essencialmente e se orientam em respeito a este mundo perceptível, uma vez que ele é a meta e alvo do conhecimento científico para o estabelecimento da verdade no que concerne à realidade"[288]. Num outro lugar, o mesmo autor acrescenta que "apesar das outras ordens de existência para além do mundo da vida preservarem a sua natureza específica e também a sua autonomia em relação a esse mundo, elas só podem ser compreendidas tendo como base este último. Para dar conta de tais realidades, é necessário partir do mundo da vida"[289]. O *mundo da vida* é, portanto, o fundamento de todo o sentido, como de resto havíamos já afirmado.

A concepção de sociologia proposta por Schütz segue de perto a proposta interpretativa de Max Weber e está na base de toda uma metodologia de índole eminentemente qualitativa desenvolvida de forma aprofundada nas décadas subsequentes. Encerra também, como facilmente se concluirá, uma crítica acérrima ao objectivismo/positivismo da concepção de ciência então vigente: para Schütz, a análise e salvaguarda dos pontos de vista subjectivos constituem a única garantia suficiente de que a realidade social não será substituída por um mundo ficcional construído pelo cientista.

Quanto a nós, consideramos que, constituindo o estudo sociológico um produto, para não se cair numa construção amorfa, algo análogo ao mundo ficcional advertido por Schütz, deverá o cientista social estabelecer um vaivém que, partindo da realidade conhecida, valorize o senso comum, ensaiando sempre

---

[287] João Teixeira Lopes, "Itinerário teórico em torno da produção dos fenómenos simbólicos", in *Sociologia – Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, n.º 10, 2000, p. 45. (Itálicos e parêntesis do autor).

[288] Aron Gurwitsch, "The phenomenological and the psychological approach to consciousness", in Maurice Natanson (ed.), *Essays in Phenomenology*, The Hague, Martinus Nijhoff, 1966, p. 48.

[289] Aron Gurwitsch, "The problem of existence in constitutive phenomenology", in Aron Gurwitsch, *Studies in Phenomenology and Psychology*, cit., p. 121.

um exercício de objectivação do subjectivismo. É isto que, do nosso ponto de vista, atribui legitimidade à observação enquanto técnica metodológica, evitando uma *queda sem pára-quedas* na ficção pura. Em boa medida, os cientistas sociais devem agir como os actores do senso comum – uma vez mais, a tónica é colocada na "compreensão", em sentido weberiano, das práticas e comportamentos individuais, nomeadamente, numa compreensão de tipo "empático". Os etnometodólogos seguem de perto esta preocupação da sociologia schütziana. O ponto de partida deve ser sempre a vida de todos os dias, logo, o quotidiano vivido de facto. Mesmo que procurem manter-se como observadores externos, "estranhos" se quisermos, os cientistas sociais não deixarão de estar envolvidos na realidade que se propõem a estudar, uma vez que nunca conseguirão libertar-se totalmente dos laços que os prendem ao *mundo da vida*. Como refere Mary Rogers, "ao experimentar alguma familiaridade, partilhar a linguagem, reconhecer alguns dos tipos de pessoas e acções que constituem o mundo das suas observações (senão mesmo todos), o cientista social beneficia dos recursos que a própria pesquisa deveria iluminar"[290]. Os dados do investigador são os sentidos já constituídos dos participantes no mundo social a investigar. É para estes dados que os conceitos científicos se devem orientar, de forma interpretativa[291]. A ciência aparece, assim, como uma *construção de segundo grau*, edificada sobre a construção prévia que os actores sociais fazem do seu mundo e dos múltiplos sentidos que lhe atribuem. Schütz alerta de forma explícita para o perigo da substituição do conhecimento do *mundo da vida* pelas "ficções" construídas pelas ciências sociais.[292]

---

[290] Mary Rogers, "Alfred Schütz", in George Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, cit., p. 382.

[291] Mary Rogers acrescenta, em relação a esta questão, que "os cientistas perseguem *reflexivamente* o que é tipicamente pré-reflexivo entre os agentes do senso comum, e essa diferença é significativa. Ainda assim, os dois tipos de actores tipificam os outros com base nos mesmos canais. No final, por exemplo, os cientistas sociais só podem aceder às pessoas na sua vida quotidiana enquanto ideais-tipo, e não como indivíduos dotados de características únicas e distintivas, tal como os actores do senso comum só podem compreender os seus contemporâneos como tipos aos quais falta uma situação biográfica distintiva e corpos únicos". Mary Rogers, "Alfred Schütz", in George Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, cit., p. 382. Eventualmente, tais processos de tipificação comportam o risco de proceder à "ficcionalização" dos outros e da realidade que estes habitam.

[292] "O conhecimento profundo deste nexo fundacional [que o mundo da vida constitui] pode perder-se no curso do desenvolvimento de uma ciência ao longo dos séculos. Deve, porém, ser capaz de ser trazido de volta à luz do dia, através da colocação em evidência da transformação de sentido que este mundo da vida sofreu durante o constante processo de idealização e formalização que a essência do desenvolvimento científico compreende." Cf. Alfred Schütz, "Phenomenology and the social sciences", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., p. 121. Schütz acrescenta ainda: "Se esta clarificação não acontece, ou se ocorre num grau insuficiente, e se os ideais criados pela ciência se substituem directa e ingenuamente ao mundo da vida, então esses problemas de fundação e esses paradoxos aparecem, numa fase posterior do desenvolvimento da ciência, naquilo que todas as ciências positivas estão a sofrer hoje; têm de ser remediadas por uma crítica do conhecimento *ex post facto* que chega muito tarde" (p. 121).

As raízes da concepção schützíana de ciência mergulham bem fundo na fenomenologia de Husserl, como deixámos antever anteriormente. Através do método fenomenológico, que Husserl procurava afirmar como método científico, a verdade científica é obtida única e exclusivamente por referência à estrutura da experiência na forma precisa com a qual esta se nos apresenta. Aceder à sua *essência* implica, contudo, uma particular atitude. A "atitude fenomenológica", baseada na "*epoché*" ou "suspensão"[293] da atitude natural de confiança que quotidianamente assumimos face ao *mundo da vida* que nos rodeia, consiste, nas palavras de Husserl, "no facto de *eu atingir a perspectiva cognitiva e experiencial última e pensável. Nela, torno-me o espectador desinteressado do meu ego natural e mundano e da sua vida*"[294]. A *epoché* fenomenológica corresponde a colocar entre parênteses as concepções que possuímos sobre a nossa experiência, a suspender todas as apreciações e juízos de valor, no sentido de aceder à essência dos fenómenos anterior a qualquer interpretação ou crença a eles associadas. As semelhanças entre o método fenomenológico de Husserl e o método de dúvida permanente de Descartes são inegáveis. A ideia é a de um descentramento face aos fenómenos a estudar, uma desinserção dos seus contextos cognitivos, como se nos colocássemos ao mesmo tempo "dentro e fora" da experiência sobre a qual procuramos reflectir cientificamente[295]. De resto, é neste equilíbrio permanentemente ameaçado de colapso que se desenvolve a sociologia do quotidiano, enquanto busca incessante dos fundamentos mais ou menos ocultos da produção social da vida de todos os dias.

A concepção teórico-epistemológica proposta por Schütz veio a influenciar de forma decisiva o desenvolvimento da sociologia, designadamente na sua vertente de análise do quotidiano. Schütz não conseguiu, contudo, evitar algumas críticas à sua sociologia fenomenológica. Corcuff destaca, por um lado, "o risco de um centramento demasiado exclusivo no actor individual, na sua consciência e

[293] Aspas e itálicos referentes ao universo linguítico de Husserl.
[294] Edmund Husserl, *The Paris Lectures*, cit, p. 15 (Itálico do autor).
[295] Na introdução às *Pariser Vorträge*, Peter Koestenbaum ilustra de forma particularmente simples as principais implicações do método fenomenológico: "A diferença entre assistir e apreciar um filme e, por outro lado, analisar os seus aspectos e implicações sociológicas, técnicas e estéticas pode ajudar a compreender a distinção entre uma atitude natural e empenhada e uma atitude que coloca a experiência entre parênteses. Quando assisto a um filme e o aprecio, sinto-me ligado a ele; estou empenhado e envolvido nele. Quando, posteriormente, o analiso, distancio-me dessa experiência empenhada do filme; observo-o de forma independente do meu envolvimento emocional e da minha identificação com ele. (...) Enquanto me encontro envolvido no filme, penso nos seus eventos como reais: vejo-os como acontecendo à minha volta e a mim. Quando distanciado, vejo o filme naquilo que ele é: uma ilusão." Edmund Husserl, *The Paris Lectures*, cit., pp. xxi e xxii.

nos seus projectos, para a interpretação do mundo social"[296], negligenciando-se, desse modo, a análise institucional; por outro lado, sublinha "a tentação de reduzir todo o campo das ciências sociais a uma construção de segundo grau"[297], o que constitui uma visão redutora e, porventura, ingénua da produção de conhecimento científico, na medida em que olvida os perigos de uma ciência social exclusivamente centrada no mundo subjectivo dos actores. A este assunto voltaremos mais à frente, quando nos referirmos às críticas dirigidas por Pierre Bourdieu às perspectivas sociológicas de raiz fenomenológica.

2.1.2. A construção social de situações quotidianas: um contributo central para a sua análise

No tocante a um quotidiano produzido socialmente, Peter Berger e Thomas Luckmann são referências obrigatórias. Recordemos que contribuíram decisivamente para redescobrir e conceder renovada importância a Alfred Schütz e à sua sociologia fenomenológica. Partilhando com este autor uma verdadeira preocupação e interesses face à importância do conhecimento de senso comum, esse conhecimento pré-reflexivo mobilizado pelos actores sociais no desempenho dos seus papéis quotidianos, Berger e Luckmann procuraram desenvolver uma concepção alternativa à sociologia proposta por Schütz, valorizando o senso comum como matéria-prima fundamental do processo de produção de conhecimento científico sobre a realidade social e rejeitando a exagerada importância concedida à teorização abstracta e não ancorada na realidade frequentemente proposta pelas ciências sociais em geral e por uma parte significativa da reflexão sociológica.

Atrevemo-nos a dizer que perante o actual estado da ciência social, a valorização do senso comum é inegável. Vamos mesmo mais longe na nossa ousadia: seria absurdo supor-se o contrário, tendo em conta a pertinência crescente das metodologias qualitativas. Sem esgotar o assunto, pense-se apenas no valor epistemológico das observações e das entrevistas, cujo conteúdo trabalhado de forma científica contribui assazmente para o avanço do

[296] Philippe Corcuff, *As Novas Sociologias*, Sintra, VRAL, 1997, p. 69.
[297] Philippe Corcuff, *As Novas Sociologias*, cit., p. 69.

conhecimento do quotidiano, da realidade social, enfim, das produções de sentido atribuídas aos diversos *mundos da vida* que, no quotidiano, acolhem os agentes de meios sociais diferentes que, por sua vez, e eventualmente, são passíveis de os reconstruir vivendo-os. É pactuando com os autores nessa valorização que traçámos os primeiros passos técnico-metodológicos no nosso percurso empírico, tal como será evidenciado no próximo capítulo.

Berger e Luckmann concebem uma sociologia do conhecimento radicalmente diferente da proposta até então[298], assente que está no estudo de "*tudo aquilo que é considerado «conhecimento» na sociedade*"[299] e não apenas na reflexão teórico-abstracta produzida pelos "especialistas". Segundo Berger e Luckmann, a sociologia do conhecimento "deve, antes de mais, ocupar-se com o que os homens "conhecem" como "realidade", na sua vida quotidiana, vida não teórica ou pré-teórica. Por outras palavras, o "conhecimento" com bom senso, mais do que as "ideias", deve ser o foco central da sociologia do conhecimento. É este "conhecimento" que constitui o tecido de significados sem o qual nenhuma sociedade poderia existir."[300]

Entendendo a *realidade* como "uma qualidade pertencente a fenómenos que reconhecemos terem um ser independente da nossa própria volição"[301] e o *conhecimento* como "a certeza de que os fenómenos sociais são reais e possuem características específicas"[302], os autores defendem uma sociologia que parta da análise da realidade social tal qual esta se apresenta ao senso comum dos seus membros. Ora, é precisamente a *realidade da vida quotidiana* aquela que se destaca pelo seu carácter vívido, evidente, *real*, na medida em que "a sua posição privilegiada confere-lhe o direito à designação de realidade predominante"[303], algo que, de resto, Schütz havia já enunciado.

---

[298] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade. Um livro sobre sociologia do conhecimento*, Lisboa, Dinalivro, 1999. De notar ser este o seu mais emblemático trabalho.
[299] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade. Um livro sobre sociologia do conhecimento*, Lisboa, Dinalivro, 1999, p. 26 (Itálico do autor).
[300] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., pp. 26-27.
[301] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 13.
[302] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 13.
[303] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 33. Na mesma página, Berger e Luckmann acrescentam: "A tensão da consciência chega ao máximo na vida quotidiana, isto é, esta última impõe-se à consciência da maneira mais sólida, urgente e intensa. É impossível ignorar e até difícil diminuir a sua imperiosa presença. Por consequência, força-me a dar-lhe a mais completa atenção".

Mundo intersubjectivo de cultura, a realidade da vida quotidiana "é admitida como sendo *a* realidade. Não exige qualquer verificação, para além da sua simples presença. Está *aí*, como factualidade evidente e compulsiva. *Sei* que é real".[304] Apesar destas características, ela não deixa de constituir um universo dotado de sentido, assentando em actividades que exprimem sempre significados subjectivos. Nestes parâmetros, consideram os autores que "a questão central da teoria sociológica pode, por conseguinte, ser enunciada desta maneira: como é possível que significados subjectivos se *tornem* factualidades objectivas? Ou (...): como é possível que a actividade humana (...) produza um mundo de coisas?"[305]. São questões que, pela sua pertinência, alicerçam bem o caminho e posicionamento teóricos seguidos pelos autores.

A sociologia do conhecimento de Berger e Luckmann corporifica aquilo que Philippe Corcuff designa por "construtivismo fenomenológico"[306], uma perspectiva que, partindo da análise do quotidiano, dos indivíduos e seus universos de significação, das situações de interacção e dos encontros sociais, procura colmatar as lacunas da sociologia fenomenológica de Alfred Schütz, introduzindo na análise a dimensão institucional dos processos de construção social da realidade. E esta, admitimos, é (re)construída todos os dias. Uma opção (quase) automática que dia após dia dirige os passos do agente social para um local determinado não só traduz significado(s) concedidos à acção, mas também atribui um sentido a essa acção e sedimenta a realidade vivida, construída ela própria pelo caminho palmilhado com a frequência que o quotidiano impôs. E ao falarmos em um qualquer local temos subjacente uma taberna, um tasco, um café ou mesmo um bar de luxo, onde a realidade que se construiu incorpora o social em torno de um *copo*, passando pela interacção. Ora, assim envolvidos, os actores objectivam interacções, tornando-as *a* realidade, porque se trata do seu próprio mundo vivido. Daí, então, a realidade ser entendida como *facto objectivo* pelos autores aqui em questão.

---

[304] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 35. (Os itálicos são do autor).
[305] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., pp. 29-30. (Os itálicos são do autor).
[306] Cf. Philippe Corcuff, *As Novas Sociologias*, cit., pp. 66 e segs. (Os itálicos são do autor).

E ao conceberem a realidade social como "factualidade objectiva"[307] – e não apenas como somatório de significados subjectivos construídos pelos actores envolvidos em processos de interacção social –, Berger e Luckmann contribuíram decisivamente para a superação de algumas das limitações das perspectivas sociológicas de raiz fenomenológica e hermenêutica, sobretudo através da chamada de atenção para os constrangimentos que são colocados à acção individual e colectiva pelas estruturas sociais. Sendo verdade que tais estruturas são construções sociais, não é menos correcta a constatação de que elas adquirem uma existência *real* que transcende os indivíduos, enquadrando e condicionando a sua acção. A reflexão de Berger e Luckmann em torno deste tema enquadra-se, pois, numa perspectiva de "racionalismo relacional"[308], perspectiva essa que, buscando "o sistema de relações objectivas que enquadram os fenómenos sociais"[309], permite superar uma certa *miopia analítica*[310] das análises de raiz fenomenológica, "designadamente na falta de ligação às dimensões estruturais da vida social: [nas análises deste tipo,] as pertenças classistas, as hierarquias sociais, a distribuição assimétrica de recursos, competências e poderes são frequentemente ignoradas ou remetidas ao estatuto de variáveis dependentes (produto da interacção, da interpretação subjectiva ou da atribuição de sentido)"[311].

O "construtivismo fenomenológico" de Berger e Luckmann afasta-se, contudo, do "construtivismo estruturalista" reivindicado por Pierre Bourdieu e seus colaboradores, no qual é conferida uma prioridade "cronológica" e "teórica" às dimensões objectivas da realidade social[312]. Para Berger e Luckmann, a produção do social como realidade objectiva encontra-se intimamente relacionada com os processos de tipificação protagonizados pelos actores sociais nas situações comuns da vida de todos os dias, particularmente nas interacções face a face. Na situação de interacção face a face, "protótipo da interacção social"[313], a

[307] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 29.
[308] Expressão utilizada por João Teixeira Lopes, "Itinerário teórico em torno da produção dos fenómenos simbólicos", cit., p. 56.
[309] João Teixeira Lopes, "Itinerário teórico em torno da produção dos fenómenos simbólicos", cit., p. 56.
[310] Importámos este termo de um aluno da licenciatura de Sociologia, João Pedro Queirós, num dos muitos momentos lectivos partilhados.
[311] João Teixeira Lopes, "Itinerário teórico em torno da produção dos fenómenos simbólicos", cit., p. 57.
[312] Para aceder aos traços fundamentais do *construtivismo estruturalista* de Pierre Bourdieu, vd. Philippe Corcuff, *As Novas Sociologias*, cit., pp. 37 e segs.
[313] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 40.

subjectividade do(s) nosso(s) parceiro(s) torna-se-nos acessível, o que contribui para reforçar a nossa percepção do carácter inquestionavelmente dado, tangível e *real* do mundo que nos rodeia. A flexibilidade das situações de interacção obriga, contudo, à produção de "esquemas tipificadores"[314], através dos quais somos capazes de apreender e lidar com os outros. Estes esquemas são, como é óbvio, "recíprocos", estando sujeitos a permanente confronto e "negociação"[315].

Como tivemos oportunidade de afirmar aquando da análise da sociologia fenomenológica de Schütz, as *tipificações* contribuem não só para moldar o modo como apreendemos e interpretamos a realidade social, mas também para orientar a nossa acção na vida de todos os dias. Epítetos dados aos frequentadores de estabelecimentos de bebidas podem ilustrar a força de tal molde, que pode, inclusivamente, funcionar como um estigma, ou como uma fronteira social, demarcante, face à interacção com frequentadores de outro tipo de estabelecimento. Veja-se a importância social das representações a este nível. E, num certo sentido, legítimo se torna considerar que as tipificações são representações. É assim que os *tipos* relativos aos frequentadores duma taberna são representados, por exemplo, como *bêbados*. E esta tipificação adquire contornos reais, tornando-se ela própria, a própria realidade, e, portanto, uma "factualidade objectiva".

À medida que se distanciam do *aqui e agora* das situações de interacção face a face, as tipificações vão adquirindo um carácter progressivamente mais anónimo e menos contingente[316]. Note-se que, segundo Berger e Luckmann "a estrutura social é o somatório dessas tipificações e dos recorrentes padrões de interacção estabelecidos pelo seu intermédio. Enquanto tal, a estrutura social é um elemento essencial da realidade da vida quotidiana"[317]. As tipificações assumem, pois, um papel central na "objectivação" dos sentidos subjectivamente construídos pelos actores sociais a propósito das suas experiências, o que entronca directamente nos princípios fundamentais do estudo schütziano do *mundo da vida quotidiana*[318]. A linguagem ocupa, também aqui, uma importância

[314] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., pp. 42 e segs.
[315] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 43.
[316] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., pp. 43-45.
[317] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 45.
[318] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., pp. 45-46.

fulcral. Enquanto sistema de sinais – "o mais importante sistema de sinais da sociedade humana"[319] –, a linguagem funciona como índice dos processos subjectivos dos actores sociais, possibilitando a sua objectivação. Neste contexto, Berger e Luckmann consideram que "as objectivações comuns da vida quotidiana são mantidas de modo predominante pela significação linguística. (...) A compreensão da linguagem é, por isso, essencial para a compreensão da realidade quotidiana"[320]. É a linguagem que possibilita a objectivação da expressividade humana, tornando "acessível" o que é subjectivo e intrínseco aos actores e permitindo a acumulação de todo um "património social disponível de conhecimento"[321] utilizável pelo indivíduo nas situações do seu dia a dia, tal como acontece, segundo pudemos observar nos quotidianos tabernais a propósito das produções sociais vínicas ali vividas.

O que acabámos de afirmar, não é, contudo, incompatível com a ordem social. Como explicar, então, o incontestável carácter de estabilidade das estruturas sociais? Para Berger e Luckmann, "a ordem social existe *apenas* como produto da actividade humana"[322]. A "exteriorização" da subjectividade dos actores sociais em actividades profundamente diversificadas é a base do processo de institucionalização que faz da realidade social uma realidade objectiva e coactiva. Trata-se de um processo que se encontra indissociavelmente ligado ao estabelecimento de padrões de comportamento estabilizados, à rotina, à habituação, ligado mesmo, como dissemos já no capítulo anterior e como veremos já de seguida, a um processo de aprendizagem que decorre do próprio processo de socialização. Sobre aquele propósito dizem os autores que "a institucionalização ocorre sempre que há uma tipificação recíproca, por tipos de actores, de acções tornadas hábitos. (...) As tipificações das acções tornadas hábitos, que constituem as instituições, são sempre partilhadas"[323]. O carácter de *historicidade* das instituições transforma-as em dados objectivos, sendo "vivenciadas por cima e para além dos indivíduos que «acontecem» corporizá-las

[319] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 48.
[320] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 48.
[321] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., pp. 53-57. Schütz chamava-lhe, como já tivemos oportunidade de conferir, "stock de conhecimento".
[322] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 64 (Itálico do autor).
[323] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 66.

nesse momento"[324]. A objectividade da ordem institucional é conseguida precisamente através daquilo que Berger e Luckmann designam por "objectivação"; o carácter objectivo das instituições não deve, contudo, fazer esquecer que se está perante algo socialmente produzido. Como realçam os autores, "apesar da objectividade que marca o mundo social na experiência humana, ele não adquire por isso um estatuto ontológico desligado da actividade humana que o produziu"[325].

A *exteriorização* e a *objectivação* de que falam Berger e Luckmann são dois dos três momentos fundamentais do "processo dialéctico contínuo"[326] de construção social da realidade. O terceiro desses momentos é a *interiorização*, através da qual "o mundo social objectivado é reintroduzido na consciência [dos actores], no decurso da socialização"[327]. A noção de "interiorização" remete inevitavelmente para a de "papel". É através da incorporação e desempenho dos mais variados papéis que os actores interiorizam a ordem institucional, participando de um mundo social entretanto tornado *real* de modo subjectivo. Ao representarem a ordem institucional, os papéis participam do processo de legitimação das instituições e funcionam como instrumentos de controlo social, contribuindo dessa forma para acentuar a objectividade do mundo social e o seu incontornável carácter de coercibilidade[328].

Assim sendo, a interiorização constitui a base, por um lado, "da compreensão dos nossos semelhantes" e, por outro, "da apreensão do mundo como realidade significativa e social"[329]. Interiorizar corresponde, então, a "assumir" e "compreender"[330]; veja-se que através da interiorização, não só o mundo em redor é assumido como sendo do actor social, como realidade sobre a qual se pode intervir, como também se compreende a intersubjectividade que

---

[324] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 70.
[325] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 72.
[326] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 72.
[327] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 72. A referência a "três momentos" do processo de construção social da realidade não deve ser entendida como uma adesão, da parte dos autores, a uma perspectiva linear e etapista do processo; como Berger e Luckmann fazem questão de frisar, trata-se de um "processo dialéctico contínuo" e, acrescentaríamos nós, *circular*, não havendo, portanto, um "princípio", um "meio" e um "fim".
[328] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 85.
[329] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 138. Um pouco antes, Berger e Luckmann haviam definido o processo de interiorização como "a apreensão ou interpretação imediata de um acontecimento objectivo como exprimindo sentido, isto é, como manifestação de processos subjectivos de outrem que assim se torna, em termos subjectivos, significativo para mim" (p. 137).
[330] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 138.

caracteriza o mundo social e que faz com que o mundo dos outros seja também o próprio mundo (do actor social) e vice-versa. Assim, "só depois de ter alcançado esse grau de interiorização é que o indivíduo se torna membro da sociedade"[331].

A interiorização está, pois, indissociavelmente ligada à *socialização*, definida aqui como "a completa e consistente introdução de um indivíduo no mundo objectivo de uma sociedade ou de um sector da mesma"[332]. Berger e Luckmann conferem particular importância à análise dos processos de socialização. Assim, partindo da noção de "outros significativos" desenvolvida por G. H. Mead[333], os autores reflectem sobre os processos de formação identitária dos actores, através dos quais lhes são propostas como objectivas determinadas formas de definição das situações sociais e através dos quais lhes são atribuídos lugares específicos na estrutura social[334]. À medida que a criança procede à abstracção e generalização dos papéis e atitudes dos outros significativos, estes transformam-se naquilo que Mead chama o "outro generalizado"[335]. Explanando a ideia, Berger e Luckmann consideram que a socialização primária termina precisamente no momento em que a noção do outro generalizado é imprimida de forma perene na consciência dos actores.[336] Diríamos, contudo, que precisar esse momento, torna-se realmente impreciso no tempo. E também aqui, é defensável tratar-se de um processo circular, de um "processo dialéctico contínuo", tal como diriam os autores. A socialização secundária, por seu turno, corresponde à "interiorização de «submundos» institucionais ou baseados em instituições".[337] Através da socialização secundária, os actores adquirem "conhecimento de funções específicas, funções com raiz directa ou indirecta na divisão do trabalho".[338]

---

[331] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 138.
[332] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 138. Na mesma página, Berger e Luckmann operam uma distinção conceptual entre *socialização primária* e *socialização secundária*: "A socialização primária é a primeira socialização que o indivíduo experimenta na infância e em virtude da qual se torna membro da sociedade. A socialização secundária é qualquer processo subsequente que introduz um indivíduo, já socializado, em novos sectores do mundo objectivo da sua sociedade". Sobre a socialização tivemos já oportunidade de nos debruçarmos no primeiro capítulo e daí avançar para a *naturalização* da introdução do *Novo*. O conhecimento da realidade passa obrigatoriamente por aqui, ainda que seja este processo equacionado segundo pilares teóricos, quiçá diferentes.
[333] Em relação à teoria meadiana da ontogénese do *eu*, vd. o trabalho de G. H. Mead, *Mind, Self and Society*, Chicago, University of Chicago Press, 1934.
[334] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., pp. 139-140.
[335] Cf. G. H. Mead, *Mind, Self and Society*, cit.
[336] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 141.
[337] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 145.
[338] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 146.

Constituindo a socialização um processo sempre inacabado, importa à sociedade desenvolver os mecanismos e procedimentos necessários à promoção de um equilíbrio mais ou menos estável e duradouro entre a realidade objectiva e a realidade subjectiva. A adequação entre os dois mundos – objectivo e subjectivo – constitui um dos aspectos centrais da conservação e reprodução da realidade social. O *mundo da vida quotidiana* não só se conserva e reproduz por se encontrar, como vimos, baseado na rotina e na habituação, mas essencialmente porque os seus traços distintivos são permanentemente reafirmados através dos processos de interacção. Sobre este assunto consideram os autores que "os outros significantes na vida do indivíduo são os agentes principais da conservação da sua realidade subjectiva"[339]. Em todo este processo de conservação da realidade, a linguagem – traduzível num aparelho de conversação contínuo e coerente – assume, uma vez mais, um papel fulcral: "o facto fundamental conservador da realidade é o uso contínuo da mesma língua para objectivar a experiência biográfica que se vai processando. Em sentido mais lato, todos os que empregam a mesma língua são outros tantos conservadores da realidade"[340]. Dir-se-ia que aqui, o que adquire acuidade primordial é a leitura que da realidade se faz e o uso a que se presta essa leitura – plataforma comum de decifração e simultaneamente de reafirmação da realidade.

O que acabámos de afirmar não significa que a realidade subjectiva não possa sofrer transformações. Berger e Luckmann insistem, aliás, nesta questão, fazendo incidir a sua análise sobre os casos em que o grau de tais transformações é mais profundo. A estes casos chamam os autores "alternâncias"[341]. A *alternância* – transformação da realidade subjectiva do actor apreendida como total ou quase total – exige o desencadeamento de processos de ressocialização, processos esses que, aproximando-se dos processos ocorridos durante a socialização primária, se orientam não para a produção e interiorização de uma realidade subjectiva *ex nihilo*, mas para a desintegração e reconversão da realidade subjectiva entretanto incorporada, no sentido da constituição de um

[339] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 158.
[340] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 160. Com a expressão "língua comum", os autores designam a partilha de um qualquer universo de sentido comum e não apenas uma comunidade nacional definida em termos da língua utilizada.
[341] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 163.

novo "mundo interior"[342]. Uma alternância bem sucedida implica uma "estrutura efectiva de plausibilidade"[343], ou seja, uma base social para a ocorrência da transformação, proporcionada pelos indivíduos com os quais o actor em processo de alternância pretende identificar-se. Esses indivíduos constituem, por conseguinte, referentes, constituindo os chamados grupos de referência. Veja-se que, segundo Berger e Luckmann, esses indivíduos constituem "guias para a nova realidade. Representam a estrutura de plausibilidade nos papéis que desempenham *vis à vis* o indivíduo (...) e medeiam o novo mundo para o indivíduo"[344]. A alternância está inevitavelmente associada à mudança de estrutura linguística, semântica e cognitiva, implicando a reorganização do aparelho de conversação e a alteração dos quadros de interacção e dos participantes da conversa significativa. Dessa forma, a realidade subjectiva é transformada[345]. Ao mesmo tempo, a nova estrutura de plausibilidade proporcionará ao indivíduo em processo de alternância um conjunto de instrumentos necessários à superação das tendências para a "recaída"[346].

Anteriormente já admitimos a potencialidade de reconstrução de gostos e fazeres, contando esta, não raro, com grupo(s) de referência. Estenderíamos, então, neste momento, essa plausibilidade à frequência de novos espaços semi-públicos, isto é, de novos estabelecimentos de bebidas e/ou de bebidas e restauração. Um dos contextos empíricos seleccionados – bar de luxo – mostrará ou não essa possibilidade de alternância. Quer-se com isto dizer que inerente a essa nova estrutura organizativa de pedaços de vida pode não estar, forçosamente, uma substituição total de vivências como exige um processo de alternância, ficando-se, apenas, por um acumular de experiências e, neste caso, de novos espaços frequentados. Ora, a presença da cumulatividade de fazeres evitará, por certo, a tendência para a "recaída" equacionada teoricamente pelos autores, uma vez que não está em causa a substituição do primeiro fazer por um novo fazer; está sim uma adição; assim, não poderá ser retomado, e muito menos em termos de "recaída", o que nunca terá deixado de existir. Senão

[342] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 164.
[343] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 164.
[344] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 164.
[345] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 165.
[346] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 166.

vejamos, e tendo como palco o tipo de contextos empíricos seleccionados para pesquisa: se admitirmos que a (pré)disposição para um determinado consumo alcoólico é afim à oferta verificada no(s) estabelecimento(s) frequentado(s) em tempos específicos e que consoante os perfis sociais dos frequentadores-consumidores, assim se vão delineando os tempos específicos (ocasiões) e os próprios espaços semi-públicos habitualmente utilizados para o(s) consumo(s) vínico(s), então poderá daqui ocorrer a possibilidade de actores sociais integrarem nas suas rotinas a frequência de outros espaços e diferentes dos iniciais, não limitando as suas opções a uma estrutura determinada mas acumulando possibilidades reais de espaços frequentados.

O processo de transformação radical da realidade subjectiva que a alternância constitui não deve, porém, ser confundido com as transformações parciais operadas através da experiência de processos de socialização secundária; por muito significativas que tais transformações possam ser – como acontece frequentemente em casos de acentuada mobilidade social –, elas não chegam a materializar um processo de ressocialização ou alternância nos moldes definidos por Berger e Luckmann. Reforçando a ideia, os autores sublinham que "a ressocialização é um corte do nó górdio do problema da coerência, com a renúncia à busca de coerência e reconstrução da realidade *de novo*"[347]. A socialização secundária, por seu turno, promove a incorporação de esquemas interpretativos que "asseguram a continuidade biográfica e suavizam as incoerências à medida que [estas] vão surgindo"[348].

Uma descrição do processo de construção social da realidade nos moldes que acabámos de enunciar – baseado numa dialéctica contínua de *exteriorização-objectivação-interiorização* – confere uma imagem de integração e *circularidade* ao posicionamento teórico de Berger e Luckmann, circularidade essa bem evidente na forma lapidar como os autores sintetizam o seu raciocínio: "*A*

[347] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 168 (itálico do autor).
[348] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 169. Sobre a diferença entre os processos de ressocialização e a socialização secundária, Berger e Luckmann acrescentam: "Na ressocialização, o passado é reinterpretado para que se harmonize com a realidade presente, com tendência a retroprojectar no passado vários elementos que de modo subjectivo não eram acessíveis naquela época. Na socialização secundária, o presente é interpretado de modo a manter-se numa relação contínua com o passado, com tendência a minimizar as transformações ocorridas. Por outras palavras, a base da realidade para a ressocialização é o presente, para a socialização secundária é o passado" (p. 169).

sociedade é um produto humano. A sociedade é uma realidade objectiva. O Homem é um produto social"[349].

A visão integrada e rigorosa de Berger e Luckmann tem o mérito de procurar superar – tarefa em grande medida alcançada – as proverbiais oposições entre *sujeito* e *objecto* ou, se preferirmos, entre *estrutura* e *acção*, contribuindo não só para colmatar as lacunas das perspectivas de raiz fenomenológica e hermenêutica, mas também para abrir novos trilhos à compreensão sociológica das relações entre a análise microssociológica das interacções e dos encontros sociais quotidianos e a apreensão macrossociológica das suas dimensões estruturais. A apresentação da sociedade como realidade simultaneamente *objectiva* e *subjectiva* – produtora e produzida – representa um "avanço em direcção à complexidade"[350] e uma superação de oposições caducas, abrindo novas possibilidades ao estudo do quotidiano, tantas vezes tratado de forma marginal pelas correntes sociológicas mais "duras" – como mero epifenómeno das estruturas sociais – ou, noutros casos, de forma ingénua e desligada dos seus cenários institucionais – como acontece no caso das perspectivas eminentemente subjectivistas.

Em boa medida, Berger e Luckmann contribuem para superar a oposição entre as perspectivas estruturalista e fenomenológica de abordagem do quotidiano, conciliando os olhares sociológicos antagónicos dos "janeleiros" e dos "arruadeiros" de que nos fala José Machado Pais[351]. Contra o olhar que, *da janela*, enquadra institucionalmente a realidade quotidiana e julga compreender *à distância* todas as suas idiossincrasias, Berger e Luckmann propõem a valorização do senso comum e da importância dos actores na produção do mundo institucional enquanto realidade objectiva. Contra o olhar que, *na rua*, observa a

---

[349] Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., p. 72 (Os itálicos são dos autores). Mais à frente no mesmo livro, Berger e Luckmann desenvolvem esta ideia: "O homem está predestinado, ao nível biológico, a construir e habitar um mundo com outros. Este mundo torna-se para ele a realidade dominante e definitiva. Os seus limites são estabelecidos pela natureza, mas, uma vez construído, este mundo reage sobre a natureza. Na dialéctica entre a natureza e o mundo social construído, o próprio organismo humano é transformado. Nessa mesma dialéctica, o homem produz realidade e assim se produz a si mesmo" (p. 188). A noção de actor social que deste corolário lógico resulta é a de um actor que experiência, ao mesmo tempo, a sua situação enquanto *sujeito* e enquanto *objecto*. Sobre o processo de "construção dos actores sociais", veja-se, por exemplo, o artigo de Burkart Holzner, "The construction of social actors: an essay on social identities", in Thomas Luckmann (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, cit., pp. 291-310.

[350] Expressão utilizada por José Madureira Pinto. Vd. José Madureira Pinto, *Propostas para o Ensino das Ciências Sociais*, Porto, Edições Afrontamento, 1994, particularmente as pp. 197-200.

[351] Cf. José Machado Pais, *Sociologia da Vida Quotidiana*, Lisboa, ICS, 2002, pp. 112 e segs.

interacção quotidiana na sua aparente espontaneidade e voluntariedade, os autores sublinham o carácter coercivo das estruturas, interiorizadas e reproduzidas pelos actores até na mais anódina das situações sociais. Machado Pais, sobre esta polémica comenta o seguinte: "A análise da vida quotidiana pode e deve contribuir para despertar a sociologia de um prolongado sono, ora excessivamente empiricista, ora excessivamente estruturalista. Eis como se pode configurar a sociologia da vida quotidiana: espécie de lançadeira de tear, de um lado para o outro, num movimento pendular, cerzindo no universo social as micro e as macroestruturas."[352] A perspectiva de Berger e Luckmann pode, sem dúvida – assim o cremos –, constituir um ponto de partida ideal para tal cerzidura.

2.2. A produção social do carácter estável e ordenado das situações quotidianas

Tal como Berger e Luckmann, também Harold Garfinkel procurou recuperar e reconfigurar alguns dos temas fundamentais da sociologia fenomenológica de Alfred Schütz. Afastando-se, porém, das principais metas traçadas por aqueles autores, Garfinkel, procurou inscrever a *sua* etnometodologia[353] numa tradição sociológica preocupada com uma descrição do social livre de pressupostos construtivistas, na linha directa da fenomenologia husserliana e do projecto de Schütz, centrando-se fundamentalmente no estudo dos métodos quotidianos comuns mobilizados pelos actores – os *etnométodos* – para a produção do carácter ordenado das situações sociais.[354]

Mas a definição das características e propósitos fundamentais da etnometodologia afigura-se, contudo, uma tarefa mais complexa do que aquilo que, numa primeira análise, seria de supor, facto que se reflecte na nebulosidade que continua a caracterizar a disciplina. Garfinkel, aliás, nem

---

[352] José Machado Pais, *Sociologia da Vida Quotidiana*, cit., p. 121. Para um aprofundamento da reflexão em torno deste tema, vd., por exemplo, Karin D. Knorr-Certina, "The micro-sociological challenge of macro-sociology. Towards a reconstruction of social theory and methodology", in K. Knorr-Certina e A. V. Cicourel (eds.), *Advances in Social Theory and Methodology. Towards an integration of micro and macro-sociologies*, Londres, Routledge & Kegan Paul, 1981.

[353] Os seus eixos teóricos perfilam-se na etnometodologia

[354] De tal modo que a etnometodologia chega a ser considerada a "tradução empírica da *démarche* filosófica"[354] de Shütz. Cf. Rodney Watson, "Continuité et transformation de l' ethnométhodologie", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, Paris, Editions La Découverte, 2001, p. 17.

sempre contribui para um esclarecimento preciso; a dada altura, quando confrontado com uma insistente exigência de definição do objecto de estudo da etnometodologia, este sociólogo optou por responder, não sem uma ponta de ironia, que a disciplina tratava de "problemas absurdos" [*preposterous problems*][355].

Garfinkel considera, contudo, que os estudos etnometodológicos "analisam as actividades quotidianas como métodos dos membros para fazer dessas actividades visivelmente-racionais-e-transponíveis-para-quaisquer-propósitos-práticos [*visibly-rational-and-reportable-for-all-practical-purposes*], i. e., descritíveis [*accountable*], como organizações de actividades quotidianas comuns. A reflexividade do fenómeno é um traço singular destas acções práticas, das circunstâncias práticas, do conhecimento de senso comum das estruturas sociais e da razão sociológica prática".[356]

A tónica fundamental é colocada na ideia de que o carácter estável, ordenado e padronizado da vida social resulta de um trabalho permanentemente actualizado dos membros de uma sociedade ou grupo social, trabalho esse que é assegurado pela mobilização reflexiva de métodos específicos comummente partilhados. Como nota Luc Van Campenhoudt, "a etnometodologia é a corrente que mais longe levou a ideia de construção social da realidade"[357]. Longe de sofrerem passivamente os constrangimentos de uma realidade sócio-institucional

---

[355] Harold Garfinkel, "Le programme de l' ethnométhodologie", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L' Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 31. A propósito desta questão, Machado Pais faz questão de sublinhar o manifesto desinteresse de Garfinkel pelos "rótulos" geralmente associados aos seus trabalhos; cf. José Machado Pais, *Sociologia da Vida Quotidiana*, cit., pp. 99 e 100. Porém, anteriormente, aquando dos seus *Studies in Ethnomethodology* – aquela que é considerada a "bíblia" da etnometodologia –, Garfinkel havia já adoptado um registo mais técnico: "Uso o termo «etnometodologia» para me referir à investigação das propriedades racionais das expressões indexicais [*indexical expressions*] e de outras[355] Os seus eixos teóricos perfilam-se na etnometodologia

[355] De tal modo que a etnometodologia chega a ser considerada a "tradução empírica da *démarche* filosófica"[355] de Shütz. Cf. Rodney Watson, "Continuité et transformation de l' ethnométhodologie", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L' Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, Paris, Editions La Découverte, 2001, p. 17.

[355] Harold Garfinkel, "Le programme de l' ethnométhodologie", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L' Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 31. A propósito desta questão, Machado Pais faz questão de sublinhar o manifesto desinteresse de Garfinkel pelos "rótulos" geralmente associados aos seus trabalhos; cf. José Machado Pais, *Sociologia da Vida Quotidiana*, cit., pp. 99 e 100. Porém, anteriormente, aquando dos seus *Studies in Ethnomethodology* – aquela que é considerada a "bíblia" da etnometodologia –, Garfinkel havia já adoptado um registo mais técnico: "Uso o termo «etnometodologia» para me referir à investigação das propriedades racionais acções práticas como realizações contingentes em curso das práticas organizadas e industriosas da vida de todos os dias". In Harold Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, New Jersey, Prentice-Hall, 1967, p. 11. Num outro local, Garfinkel esclarece: "O fenómeno fundamental sobre o qual se foca a etnometodologia é a produção, local e endógena, das coisas mais ordinárias da vida social; procedentes de um trabalho de organização, estas coisas são observáveis (com a ajuda de instruções), e podemos dar conta delas na sua linguagem natural e do ponto de vista do senso comum". In Rodney Watson, "Continuité et transformation de l' ethnométhodologie", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L' Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 34.

[356] Harold Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, cit., p. vii.

[357] Luc Van Campenhoudt, *Introdução à Análise dos Fenómenos Sociais*, Lisboa, Gradiva, 2003, p. 104.

extrínseca e inalterável, os actores aparecem, aos olhos da etnometodologia, como indivíduos dotados de reflexividade e iniciativa, capazes de descrever e interpretar as suas experiências quotidianas e de dotar de sentido as suas acções e as acções dos outros. Ao desenvolverem este trabalho constante de descrição e interpretação do mundo social, os actores reconstituem permanentemente a realidade, actualizando-a em cada um dos seus momentos.

Sublinha ainda Campenhoudt que "o motor de uma situação" "não deve, pois, ser procurado nos constrangimentos exteriores que a determinariam, mas na própria situação, que mais não é do que uma concretização prática [das estruturas sociais]"[358]. Por essa razão, os estudos etnometodológicos incidem sobre os fenómenos da vida de todos os dias, pois é nesses contextos locais – mesmo nos aparentemente mais anódinos – que é produzida a ordem social, tal como admitimos acontecer nos contextos empíricos presentes neste estudo. E Garfinkel faz questão de realçar esta ideia.[359]

Assim sendo, também o nosso estudo se deixa atravessar por laivos etnometodológicos, senão veja-se: a frequência assídua a um determinado estabelecimento de bebidas e/ou bebidas e restauração *é* um fenómeno da vida de todos os dias para os agentes sociais que pactuam com este hábito tornando-o quotidiano. Mais: os gestos, já demasiado automáticos na sua repetição do dia-a-dia, a quase sequência dos detalhes manifestamente vividos em torno de um copo nesses contextos específicos, a própria *realidade* aí produzida, estão, decerto, na base da própria produção da ordem social que aí é vivida. O nosso conhecimento do terreno empírico assim nos leva a equacionar esta questão.

Na mesma linha de Garfinkel, Eric Livingston, outro dos nomes fortes da etnometodologia, define a disciplina como o "estudo da produção da ordem social"[360], sendo essa produção frequentemente involuntária e desprovida de qualquer motivação extrínseca. O objectivo dos estudos etnometodológicos deve, por conseguinte, centrar-se na análise das "actividades ordinárias

---

[358] Luc Van Campenhoudt, *Introdução à Análise dos Fenómenos Sociais*, cit., p. 105-106.

[359] Cf. Harold Garfinkel, "Le programme de l' ethnométhodologie", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L' Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., pp. 40-41, onde o autor refere que "O que é propriamente etnometodológico nos estudos de etnometodologia é que, qualquer que seja o evento social real, eles mostram precisamente como, em cada caso concreto, os membros, que dispõem de uma competência comum, coordenam as suas actividades de forma a produzir, manifestar, estabelecer, nos detalhes incarnados da sua vida colectiva, fenómenos de ordem, dos quais podem dar conta local e naturalmente (...)".

[360] Eric Livingston, *Making Sense of Ethnomethodology*, London, Routledge & Kegan Paul, 1987, p. 12.

naturalmente organizadas", actividades que vão dos simples "apertos de mão e saudações" às "deliberações de um júri", passando pelas "conversas normais"[361] ou – acrescentaríamos nós – pelos mornentos de *convívio vínico*. Estas actividades são "reflexivas, auto-organizadas e organizadas inteiramente *in situ*, localmente"[362]. Neste contexto, ocorre a possibilidade de que o consumo de vinhos em espaços semi-públicos seja pretexto para forjar e/ou fortalecer sociabilidades, daqui derivando uma outra possibilidade: produções relacionais, emergindo no próprio local e diferentes consoante o tipo de espaço semi-público de acolhimento, isto é, consoante o *tipo de organização* da produção relacional – interconhecimento, relacionamentos, interacções, sociabilidades – adquirem laivos específicos, estando presente, certamente, para além da organização local, a reflexividade referida pelo autor.

O tema da *reflexividade* assume aqui uma importância fulcral.[363] Sendo verdade que os actores sociais não se encontram permanentemente embrenhados na produção de descrições e apreciações sobre as suas actividades quotidianas, é também incontestável o carácter descritível dos fenómenos sociais, sobre os quais os membros de uma sociedade ou grupo social podem, a qualquer momento, debruçar-se reflexivamente. Garfinkel é particularmente veemente na defesa desta posição: "A elaboração de relatos e apreciações é algo inerente à produção e gestão das actividades quotidianas dos membros da sociedade. Essas actividades são observáveis-e-reportáveis, isto é, disponíveis para os membros como práticas situadas de ver-e-contar"[364]. Mais à frente, Garfinkel acrescenta que "não só os membros (...) tomam essa reflexividade como um dado adquirido, mas reconhecem, demonstram e tornam observável para todos e cada um o carácter racional das suas práticas reais (...), respeitando ao mesmo tempo essa reflexividade como uma condição inalterável e inevitável das suas inquirições"[365].

Uma perspectiva como a que acabámos de descrever filia-se directamente na tradição fenomenológica e abriga uma forte crítica a todas as formas de

[361] Cf. Eric Livingston, *Making Sense of Ethnomethodology*, cit., p. 10.
[362] Eric Livingston, *Making Sense of Ethnomethodology*, cit., p. 10. (Itálico do autor).
[363] Lembramos, sobre este assunto, a proximidade face a Giddens; Cf. Anthony Giddens, *A dualidade da Estrutura*, Oeiras, Celta, 2000.
[364] Harold Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, cit., p. 1.
[365] Harold Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, cit., p. 8.

análise objectivista do mundo social. A reflexividade aparece aqui como uma característica inerente às actividades situadas dos actores sociais, constituindo o "princípio da sua dinâmica imanente de auto-constituição, auto-figuração e auto-regulação"[366]. E a reforçar a importância basilar dessa reflexividade e interpretação do real a que o actor social submete o seu quotidiano accional, Garfinkel contesta com particular acuidade as perspectivas sociológicas que, implícita ou explicitamente, apresentam os actores como "idiotas culturais" [*cultural dopes*], optando por um modo de acesso aos processos sociais que, mesmo privilegiando uma explicação normativa da acção humana – numa linha de revisão crítica da sociologia parsoniana –, coloca a tónica na capacidade dos indivíduos para submeter as normas sociais que estruturam as actividades quotidianas a permanente interpretação[367]. Não se trata, sublinhe-se, de um desinteresse face à estrutura; trata-se antes de um interesse por ela "enquanto fenómeno de ordem realizado"[368], ou seja, enquanto realidade objectiva produzida localmente pelos actores no desempenho das suas rotinas. E aqui está, precisamente, o busílis da questão. Num certo sentido, a rotina é passível de adquirir contornos ritualistas, sem que isto se confunda com cerimonial. Sendo a rotina produzida socialmente sob alicerces que se podem considerar estáveis, adequado se torna remetê-la teoricamente para os parâmetros inerentes à ordem. Assim, se se constróem e alimentam rotinas quotidianas direccionadas a estabelecimentos semi-públicos de bebidas, é legítimo admitir que os consumos que lá se efectuam – mormente consumos vínicos – se prestam a ritualizações específicas e concordantes com cada um dos tipos de vinho em questão. Porém, é de crer, pelo que acima ficou dito, que em meios sociais diferentes emergem rituais, ritualizações e cerimoniais vínicos diferentes entre si, independentemente do tipo de vinho. Mais: Cada tipo de cerimonial vínico contará com uma simbólica própria que exige iniciação, conhecimento prévio, organização e reflexividade por parte dos actores sociais. A confirmarem-se estas hipóteses fica patente a produção da ordem nas rotinas desempenhadas, inscritas que estão tanto no quotidiano ordinário como na produção do extraordinário no quotidiano real.

---

[366] Daniel Cefaï e Nathalie Depraz, "De la méthode phénoménologique dans la démarche ethnométhodologique. Garfinkel à la lumière de Husserl et Schütz", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L' Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 108.

[367] Cf. Harold Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, cit., concretamente as pp. 66-75 (Capítulo 2: "Studies of the routine grounds of everyday activities").

[368] Harold Garfinkel, "Le programme de l' ethnométhodologie", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L' Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 33.

Ora, uma situação extraordinária, não sendo por si só vivida enquanto cerimónia, pode, contudo e não raro, adquirir contornos cerimoniais; e tendo em conta o nosso panorama empírico, esses contornos são passíveis de se adequarem a algum tipo de vinho, vinho do Porto particularmente, quando cruzado com um tipo específico de estabelecimento para o seu consumo. Assim, poderíamos admitir que a máxima expressão do cerimonial ritualista vínico encontra-se associado ao vinho do Porto de elevada gama. Neste caso, quanto mais distante se apresentar o cerimonial face ao habitual, mais próximo estará de um ritual distintivo e, neste caso, de uma situação extraordinária do quotidiano, vivida no entanto segundo parâmetros ordenados.

O interesse pelo problema da produção da *ordem social* é transversal a todos os estudos etnometodológicos, constituindo uma preocupação omnipresente e quase *obsessiva* no conjunto das pesquisas de Harold Garfinkel, para quem "a chave [do problema] reside em estudos detalhados das práticas comuns essenciais à produção de ordens locais"[369]. Numa fila para a bilheteira de um cinema, num engarrafamento, nos corredores de um supermercado, ao balcão de uma "tasca", na mesa de um bar de luxo ou em qualquer outra actividade quotidiana ordenada, as pessoas juntam-se, organizam, controlam e monitorizam as suas acções e as acções dos outros, o que remete para a componente normativa da acção humana e para o carácter moral e constrangedor da ordem social. As acções são diferentes como diferentes serão os contextos locais tal como os constrangimentos inerentes *in situ*. Eric Livingston fornece-nos, a propósito deste tema, um exemplo particularmente evidente do que acabámos de afirmar; o autor nota, pois, que "uma pessoa sente estes constrangimentos e esta moralidade [da ordem social localmente produzida] quando tenta evitar ter de esperar na fila metendo-se à frente de alguém ou indo directamente para o balcão de serviço".[370] Tudo se apresenta, então, como se a ordem social estivesse inscrita e naturalizada nas vivências quotidianas.

---

[369] Anne Rawls, "Harold Garfinkel", in George Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, cit., p. 553.
[370] Eric Livingston, *Making Sense of Ethnomethodology*, cit., p. 13.

Neste sentido, é compreensível que o ponto de partida das investigações etnometodológicas seja, na maior parte dos casos, a procura daquilo que deve ser feito para "criar problemas" [*make trouble*] nos cenários em que se desenrolam as actividades quotidianas dos membros de uma sociedade ou grupo social[371]. Através da produção e manutenção de momentos de desorientação e perplexidade, confusão e consternação, ansiedade e indignação, e da deliberada desorganização dos quadros de interacção e do seu carácter ordenado, os actores/etnometodólogos contribuem para tornar inoperantes as "expectativas de fundo" em que assentam os esquemas de interpretação e acção mobilizados pelos actores no desempenho dos seus papéis e das suas actividades rotineiras[372]. "Nestas alturas", acrescenta João Teixeira Lopes, "quando a ordem convencional é subvertida, o senso comum trai-se, revelando os pressupostos raramente pensados sob os quais repousa a sua actividade. O senso comum, aliás, pode ser definido como o pensamento em acção nas rotinas diárias; um pensamento que raramente reflecte nos seus alicerces mais profundos porque está em situação de permanente *performance*".[373] Ao levarem a cabo "experiências fracturantes"[374], Garfinkel e os seus discípulos procuravam não só colocar em destaque os procedimentos práticos utilizados pelos indivíduos na definição e organização das situações ordinárias e extraordinárias do quotidiano, mas também sublinhar o carácter reflexivo da acção humana, através da "suspensão" da "atitude natural" de que falavam Husserl e Schütz, tarefa indispensável à revelação das bases rotineiras e eminentemente normativas das actividades quotidianas; ora, essas bases geralmente não são percebidas quando o que prevalece é a atitude natural de confiança característica do *mundo da vida*.

A busca dos significados implícitos da acção humana que, "apesar de surgirem como «naturais»" se revestem dum marcado processo de socialização

---

[371] Sobre esta questão, cf. Harold Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, cit., pp. 37-38. Mais uma vez, poderíamos dizer que a presença de uma investigadora social num espaço semi-público onde prevalece uma cultura fortemente masculinizada – como é o caso dos espaços em análise – constitui, em si, uma forma de desencadear "problemas" à ordem da interacção prevalecente em tais espaços, contribuindo para pôr a nu algumas das suas bases morais e normativas.

[372] Cf. Harold Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, cit., pp. 36-39.

[373] João Teixeira Lopes, "Itinerário teórico em torno da produção dos fenómenos simbólicos", cit., p. 48. (Itálico do autor).

[374] Cf. Harold Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, cit., p. 54.

inerente à vertente cultural vivida e actualizada no quotidiano[375], reflecte a preocupação da etnometodologia com a dimensão social do constrangimento moral e com os elementos normativos da acção, o que nos remete necessariamente para a análise das relações entre os estudos etnometodológicos e os legados da sociologia de Durkheim e Parsons.

2.2.1. O mundo das "coisas" e dos factos sociais: uma realidade objectiva

Sendo inegável que a etnometodologia procurou submeter a sociologia clássica – apelidada por Garfinkel de "análise formal"[376] – a uma crítica radical, não deixa de ser verdade que a disciplina estabelece com os legados de Durkheim e Parsons não tanto uma relação de *oposição*, mas antes uma relação de *continuidade* e *desenvolvimento crítico*[377].

Garfinkel propõe-se, aliás, recuperar o "legado esquecido de Durkheim", através de um regresso à premissa durkheimiana fundamental segundo a qual os factos sociais constituem uma realidade objectiva, devendo ser tratados como "coisas"[378]. As investigações etnometodológicas, sublinha Garfinkel, "encontram as suas fontes, as suas finalidades, as suas orientações, as suas estratégias, os seus métodos, os seus precedentes legítimos, os seus clientes e as suas consequências no trabalho real e material, naturalmente observável e descritível, de produção das «coisas» de que falava Durkheim."[379] Assim, a etnometodologia tenta contribuir não só para a descoberta dessas "coisas" como também para evidenciar a sua presença na ordem do social[380].

---

[375] Cf. João Teixeira Lopes, "Itinerário teórico em torno da produção dos fenómenos simbólicos", cit., p. 47.

[376] Vd., por exemplo, o que nos diz o autor em "L' ethnométhodologie et le legs oublié de Durkheim", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., pp. 439-444.

[377] Cf. Rodney Watson, "Continuité et transformation de l' ethnométhodologie", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 18.

[378] Cf. Harold Garfinkel, "L' ethnométhodologie et le legs oublié de Durkheim", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., pp. 439 a 444. Para Durkheim, a primeira e mais fundamental regra do "método sociológico" consiste em considerar os factos sociais como coisas: "os fenómenos sociais são coisas e devem ser tratados como coisas. Para demonstrar esta proposição não é necessário filosofar sobre a sua natureza nem discutir as analogias que apresentam com os fenómenos dos reinos inferiores. Basta verificar que eles são o único *datum* oferecido ao sociólogo. É coisa, com efeito, tudo o que é dado, tudo o que se oferece, ou antes, se impõe à observação. Tratar fenómenos como coisas é tratá-los na qualidade de *data* que constituem o ponto de partida da ciência. Os fenómenos sociais apresentam incontestavelmente esta característica". Cf. Émile Durkheim, *As Regras do Método Sociológico*, Lisboa, Editorial Presença, 1998, pp. 51-52. (Itálicos do autor).

[379] Harold Garfinkel, "L' ethnométhodologie et le legs oublié de Durkheim", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 440.

[380] Cf. Harold Garfinkel, "L' ethnométhodologie et le legs oublié de Durkheim", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 440. Na mesma página o autor acrescenta ainda que, ao proceder dessa forma, a etnometodologia "visa reformar a razão técnica (...) e apresentar as ciências sociais e

A etnometodologia retoma e reelabora a ideia segundo a qual o princípio fundamental da sociologia é a análise da realidade objectiva dos factos sociais. A lógica subjacente a esta análise é, porém, radicalmente diferente da lógica estruturalista defendida por Émile Durkheim. Contra a reificação da realidade social inerente à sociologia durkheimiana, a etnometodologia defende o carácter permanentemente contingente e construído das estruturas sociais, procurando apreender a realidade objectiva dos factos sociais como "uma realização prática contínua de cada sociedade, procedente única e inteiramente, sempre e em todo o lado, do trabalho dos seus membros, uma realização naturalmente organizada e naturalmente descritível, sem descanso e sem possibilidade de evasão, dissimulação, fuga, adiamento ou desinteresse"[381].

O que está aqui em causa é não apenas uma revisão teórica e epistemológica do "método sociológico", mas todo um programa de reforma das ciências sociais, no sentido de uma revalorização do papel dos indivíduos e dos seus esquemas de interpretação comum do mundo na produção da realidade e na produção de relatos e apreciações sobre essa mesma realidade. Não serão as entrevistas e o valor a elas concedido, um exemplo certeiro de nova forma de fazer nas ciências sociais? Está nelas presente, por certo, a valorização de interpretações, concepções do mundo, significados e sentidos atribuídos pelos agentes, pelos indivíduos, subjacentes que sejam, às acções e à própria realidade, cuja produção se vai cerzindo no social. Àquele assunto voltaremos mais à frente.

No tratamento da questão da *acção humana*, os etnometodólogos colocam, portanto, a tónica na reflexividade e iniciativa dos actores sociais, facto que conduz a disciplina no sentido de um desenvolvimento crítico não só do "legado esquecido de Durkheim", mas também da sociologia parsoniana[382]. Como explicar, questionam os etnometodólogos, a emergência e manutenção de uma ordem social e moral, apesar de todas as divisões que separam os membros de

---

as ciências naturais como ciências da acção e da razão prática, descritíveis na linguagem natural".

[381] Harold Garfinkel, "L' ethnométhodologie et le legs oublié de Durkheim", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 443.

[382] No que concerne à análise das relações entre a etnometodologia e a sociologia da acção de Talcott Parsons, optamos aqui por seguir de perto a exposição de Ruwen Ogien, "L' idiot de Garfinkel", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., pp. 57-74.

uma sociedade? Na resposta a esta pergunta, os etnometodólogos tendem a inclinar-se para uma definição parsoniana do problema. Rejeitando as teorias do *agente racional*, reputadas de "formalistas" e "utilitaristas"[383], a etnometodologia associa-se às teorias do *agente normativo*, fundadas na ideia de que existe um conjunto de valores e normas comuns transversais à sociedade que assegura a produção e, acima de tudo, a reprodução da ordem social. Aqui, a tónica é colocada nos processos de socialização, através dos quais são interiorizados valores, normas e padrões de conduta dominantes.

Além de constituir uma "formalização fecunda da nossa sociologia ordinária", a explicação da ordem social ou moral pelas normas e valores "propõe um quadro de condutas sociais que não se apoia exclusivamente na existência de constrangimentos exteriores"[384]. A partilha de valores, normas e padrões de conduta poderá explicar, até certo ponto, por que razão a interacção quotidiana em espaços semi-públicos de consumo vínico se processa geralmente sem imprevistos de maior, mesmo quando se desenrola entre indivíduos com origens sociais e pertenças de classe diversas. Tudo leva a crer, serem esses espaços atravessados por uma particular moralidade, que vai sendo progressivamente interiorizada pelos actores sociais à medida que vão aprofundando o seu contacto com o universo de normas e valores local.

Tudo indica a possibilidade de estarmos perante uma perspectiva que parece constituir uma visão eminentemente consensualista da acção humana, ignorando largamente o conflito inerente aos relacionamentos sociais inter e intraclassistas. Neste sentido, a explicação pelas normas e valores serve os propósitos da reprodução social, ao promover uma ilusória *homogeneização* dos actores, dos seus interesses, motivações e objectivos. Garfinkel evoca mesmo, e claramente, o universo teórico da sociologia parsoniana[385], optando, porém, por apresentar uma visão mais sofisticada do problema, assente na defesa da reflexividade inerente às actividades quotidianas dos actores sociais, como forma

[383] Cf. Ruwen Ogien, "L' idiot de Garfinkel", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., pp. 59-65.
[384] Ruwen Ogien, "L' idiot de Garfinkel", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 60. Uma perspectiva como a que acabámos de enunciar tem ainda o mérito de, no dizer do próprio autor, "evitar os inconvenientes do *behaviorismo* e do *utilitarismo*", isto é, "a doutrina segundo a qual o objectivo mais credível para a acção humana é o interesse pessoal" (p. 61).
[385] Cf. Harold Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, cit.

de, simultaneamente, evitar os perigos das concepções *culturalistas* da acção sem, no entanto, resvalar para o utilitarismo. Garfinkel afirma de forma peremptória, que os actores não são "idiotas culturais", ao contrário do que muitos estudos culturalistas parecem fazer crer. Longe de aceitarem passivamente os valores, normas e padrões de conduta dominantes, os actores submetem esse património a permanente revisão e interpretação, dando assim sentido ao mundo social.

Concordando, muito embora com o autor, não podemos deixar de fazer, novamente, uma brevíssima referência à questão da socialização, para alertar para o facto de que essa sujeição a que alude Garfinkel é atravessada por eixos socializantes que, inevitavelmente, vão sendo inculcados desde logo – referimo-nos à primeira socialização, cujos pilares engendradores duma concepção do mundo ficam patentes. Contudo, e como já foi dito no capítulo precedente, o agente social não vive compartimentado de outros agentes sociais; fica, então, e cada vez mais nitidamente, criada uma possibilidade real de contacto com outros valores, normas e padrões de conduta menos dominantes ou mesmo dominados. Daqui decorre, então, maiores combinações (re)interpretativas cujos (novos) sentidos se vão delineando. Daqui às acções, às práticas vai a distância de uma face à outra na mesma moeda.

Importaria ainda referir que o enfoque na reflexividade dos actores sociais, considerados aqui como os verdadeiros *construtores das estruturas*, traz para o centro do debate a importância do sujeito e das suas competências; com a etnometodologia, "o homem «vulgar» ganhou dignidade epistemológica, bem como o seu discurso, as suas posturas corporais, os seus pequenos gestos, as suas múltiplas formas de comunicar e, de alguma forma, de reproduzir e construir a realidade envolvente"[386]. Mas, ao contrário do que frequentemente é veiculado, Garfinkel não produziu uma sociologia individualista *micro*; o seu principal objectivo consiste em olhar a realidade de modo diferente – através dos olhos do actor. E neste contexto sublinha Machado Pais que "o importante para a etnometodologia" "não é partir de categorias de valores pré-constituídos em

[386] João Teixeira Lopes, "Itinerário teórico em torno da produção dos fenómenos simbólicos", cit., p. 58. (Aspas do autor).

relação à realidade da vida quotidiana, mas o descobrimento do universo categorial dessa própria realidade por meio de métodos tão elementares como a própria linguagem do senso comum".[387]

2.2.2. A revalorização dos saberes comuns: (in)suficiências para um saber científico

A etnometodologia afirma-se, por conseguinte, como uma sociologia da acção e da razão prática. Rejeitando liminarmente os princípios da "análise formal", que descreve o funcionamento ordenado do quotidiano segundo "uma argumentação (...) que restitui os fenómenos recorrentes das actividades quotidianas sob a forma de detalhes analíticos formais"[388], a etnometodologia propõe uma visão praxeológica do mundo social, fortemente ancorada na análise da realidade de todos os dias, palco da produção local e situada da ordem social. Reduzida frequentemente a uma microssociologia pertinente apenas na análise de um número limitado de questões subalternas, a etnometodologia incorpora, porém, todo um programa teórico e metodológico multifacetado e inovador, a que não podíamos deixar de fazer referência dado o nosso objecto de estudo. Sobre isso Garfinkel é peremptório: "os métodos e estudos etnometodológicos *não* são exercícios de ironia sociológica; igualmente *não* podem constituir meros suplementos dos procedimentos sociológicos típicos e tradicionais, nem podem tentar formular um remédio para as acções práticas"[389].

Os etnometodólogos recorrem geralmente a métodos que requerem uma total imersão na situação a estudar e uma inteira dedicação aos pormenores dos fenómenos sociais. Em vez de uma tecnologia de pesquisa descontextualizada, Garfinkel defende uma "adequação específica"[390] do observador aos contextos em estudo: o observador deverá tornar-se um praticante competente dos modos de agir próprios desses contextos, de modo a produzir uma visão *a partir de dentro*

---

[387] José Machado Pais, *Sociologia da Vida Quotidiana*, cit., p. 100.
[388] Harold Garfinkel, "L' ethnométhodologie et le legs oublié de Durkheim", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 439.
[389] Harold Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, cit., p. viii (Itálicos do autor).
[390] Noção introduzida por Garfinkel nos anos 80 do século passado. Cf. Rodney Watson, "Continuité et transformation de l' ethnométhodologie", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 21. Sobre as propostas metodológicas de Harold Garfinkel, vd. o capítulo 3 de *Studies in Ethnomethodology*, cit., particularmente as pp. 96-103.

do "precisamente-isto" [*just-thisness*] das práticas metódicas que compõem o aqui e o agora das situações de interacção[391]. Ora, daqui se vislumbra e percebe que "o único objecto sobre o qual pode o sociólogo debruçar-se com pertinência é a interacção concreta, pois só ela é observável"[392].

Chegados que somos a este ponto, forçoso se torna alertar para a importância e para o uso recorrente da observação nos nossos contextos empíricos, centralizada sempre em interacções sociais; porém, pelas características do projecto que está na base deste estudo, dos seus objecto e objectivos e ainda pela opção técnico-metodológica implementada – como se poderá adiante perceber – e ainda pelo conjunto teórico adoptado e tido como comando na acção de pesquisa, não poderemos enquadrar este trabalho exclusivamente nos meandros etnometodológicos. Até porque, acreditamos, a riqueza científica surge duma tentativa (bem conseguida tanto quanto possível) de articulação entre olhares teóricos e espistemológicos ao nosso dispor e ao nosso alcance. Mas dar-se-á sequência a esta explanação no próximo capítulo.

Aproximando-se de Durkheim e de Wittgenstein[393], Garfinkel e a etnometodologia recusam a substituição do estudo dos detalhes concretos das práticas locais e situadas de produção da ordem social por descrições abstractas e generalizantes. A etnometodologia, reitera Garfinkel, "não é um empreendimento interpretativo. (...) Os detalhes recorrentes das actividades ordinárias constituem a sua própria realidade. Estas actividades devem ser estudadas nos seus detalhes imediatos e não como signos, índices ou indicadores"[394]. Deste modo, a etnometodologia visa superar um grave problema epistemológico já detectado por Wittgenstein e que consiste na substituição da análise da realidade pela análise daquilo que se julga que a realidade representa. A etnometodologia procura, assim, lançar as bases de uma forma de estar sociológica inovadora, assente na revalorização dos saberes comuns e na importância da razão prática dos

[391] Cf. Rodney Watson, "Continuité et transformation de l' ethnométhodologie", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., pp. 21-22.
[392] Jean-Louis Fabiani, "L' expérimentation improbable. Remarques sur la sociologie française dans ses rapports avec l' ethnométhodologie", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L' Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 285.
[393] Vd., a propósito desta questão, Émile Durkheim, *As Regras do Método Sociológico*, cit., pp. 45 e segs., e Ludwig Wittgenstein, *Philosophical Investigations*, Oxford, Basil Blackwell, 1963.
[394] Harold Garfinkel, "Le programme de l' ethnométhodologie", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L' Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 36.

"sociólogos leigos"[395] que todos os actores têm dentro de si. Na linha directa da sociologia fenomenológica de Alfred Schütz, a etnometodologia concede um estatuto de renovada importância ao conhecimento de senso comum, tornado realidade e palco de estabilidade para os que dele partilham[396].

É, pois, toda uma concepção renovada de ciência sociológica que Garfinkel e a etnometodologia propõem e que, começando por se afirmar apenas de forma *marginal*, veio a conhecer um relativo sucesso académico e institucional. Não há hoje um manual de sociologia que não lhe dedique pelo menos um ou dois capítulos. A concepção teórico-metodológica proposta pela etnometodologia não está, porém, isenta de críticas. Desde logo, pela ingenuidade com que encara o conhecimento de senso comum, ignorando o carácter muitas vezes ilusório e até potencialmente perverso das atribuições de sentido produzidas pelos actores no desempenho dos seus papéis quotidianos. Por outro lado, a etnometodologia trata de modo negligente as questões da dominação e do conflito, algo frequente na sociologia norte-americana – eminentemente consensualista – e que tende a contribuir para a manutenção do *status quo*, ao ignorar as implicações da distribuição desigual de poder na definição das situações de interacção e na produção local da ordem social. E porque não nos podemos desligar desta situação, admitimos que em cada espaço semi-público para consumos vínicos, e ao nível das relações sociais, exista algum tipo de relação de poder verificado internamente. Esmiuçando relações de interacção, quer-se com isto dizer que essas relações de poder podem ser exercidas por uns frequentadores-consumidores sobre outros e ficam a dever-se à antiguidade e/ou à assiduidade de frequência desses frequentadores-consumidores. Para além disso, e ainda no mesmo contexto, admite-se também que um maior interconhecimento estabelecido com o proprietário favoreça relações de poder de uns sobre outros bem como a emergência de protagonismos sociais mais visíveis por parte de alguns frequentadores-consumidores.

---

[395] Expressão utilizada de forma recorrente por Harold Garfinkel; cf. *Studies in Ethnomethodology*, cit.

[396] Cf. Harold Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, cit., pp. 53-54, onde se pode ler que "Não só o conhecimento de senso comum desenha uma sociedade real para os seus membros, mas, tal como uma profecia que se auto-cumpre, os traços da sociedade real são produzidos pela adesão motivada das pessoas a estas expectativas de fundo. Daí que a estabilidade das acções concertadas varie directamente com as condições reais da organização social – quaisquer que elas sejam –, que garantem a adesão motivada das pessoas a esta textura de relevâncias de fundo como uma ordem de crenças legítima acerca da vida da sociedade vista «de dentro» da sociedade". Garfinkel dedica, aliás, todo um capítulo do livro à análise do "conhecimento de senso comum das estruturas sociais"(cf. pp. 76-103).

No estado actual de cautelas e posicionamentos críticos, emerge Campenhoudt que destaca os perigos da "subestimação" do peso das estruturas sociais, característica da visão eminentemente *subjectivista* da etnometodologia. Ao assimilarem os fenómenos sociais à consciência e às intenções dos actores, os estudos etnometodológicos ignoram a importância das condições objectivas na produção dessa consciência e dessas intenções. Veja-se que, a este propósito, o autor considera que "os actores produzem as estruturas, mas isso acontece num dado sistema, ele próprio já pré-estruturado e onde já são socializados de uma certa maneira. Práticas significantes e estruturas produzem-se reciprocamente, de tal modo que o sociólogo e historiador alemão Max Weber pôde considerar a sociologia como o estudo das relações de causalidade recíprocas entre as estruturas e as práticas sociais".[397]

Ao defender a ideia de que todas as explicações para os fenómenos sociais são contingentes e devem ser procuradas nos detalhes concretos de cada situação, a etnometodologia impede ainda qualquer tipo de generalização e, em última instância, torna vão o conceito de ciência social, na medida em que só é possível desenvolver uma sociologia de cada caso concreto.

Pierre Bourdieu é particularmente contundente nas suas críticas à etnometodologia. Apesar de esta corrente sociológica atacar um dos principais *inimigos* de Bourdieu – o estruturo-funcionalismo –, o sociólogo francês acusa os estudos etnometodológicos de reduzirem a estrutura objectiva da relação entre os indivíduos em interacção à estrutura conjuntural da sua interacção numa determinada situação ou grupo particular, facto que justifica que se veja a etnometodologia como uma concepção sociológica contaminada por uma *ilusão ocasionalista* que des-historiciza os fenómenos sociais, ocultando as suas raízes profundas[398]. A estas críticas teremos oportunidade de voltar mais à frente.

---

[397] Luc Van Campenhoudt, *Introdução à Análise dos Fenómenos Sociais*, cit., p. 107.
[398] Cf. Pierre Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática, Precedido de Três Estudos de Etnologia Cabila*, Oeiras, Celta Editora, 2002, pp. 145 e segs.

2.3. Para uma "sociologia das circunstâncias": encontros e interacções quotidianas

Tratando-se este capítulo do *Quotidiano* e de *Produção Social*, inevitável se torna estendê-lo a um outro autor que tem vindo a constituir referência obrigatória nestes meandros – referimo-nos a Erving Goffman.
Ainda que possa ser acusado de alguma dispersão e falta de sistematicidade[399], o legado de Erving Goffman constitui hoje um marco incontornável no estudo sociológico dos encontros e situações de interacção quotidiana. Complexa, plurifacetada e repleta de ilustrações empíricas, a teoria goffmaniana representa seguramente uma das mais poderosas e heurísticas propostas de análise da realidade social, facto que, em larga medida, explica o crescente interesse nas pesquisas deste sociólogo, concretamente quando o que está em causa é o estudo da produção social da vida quotidiana.

Contrariamente, porém, ao que seria esperado, nem sempre este interesse tem sido acompanhado de uma correcta interpretação do alcance e objectivos das propostas teóricas do autor, algo que se reflecte no tratamento superficial a que muitas vezes é submetido o seu legado, frequentemente remetido – inclusivamente pelo próprio autor, o que contribui para acentuar a confusão[400] – para o campo das *microssociologias*. Apesar de Goffman ter evitado, de forma mais ou menos explícita, as preocupações com as estruturas sociais e o longo prazo, a verdade é que o seu trabalho diz-nos mais sobre estas questões do que, à partida, seríamos levados a pensar. Goffman compreende que o estudo da interacção social, mesmo das suas formas aparentemente mais inócuas, é da maior importância para uma perspectivação sociológica sofisticada da realidade social. Além de permitir a compreensão do modo como se desenrolam as práticas, o estudo das situações de interacção quotidiana possibilita a interpretação do modo como se estruturam sistemas e instituições sociais mais amplos, cuja

[399] Cf. Anthony Giddens, "Goffman as a systematic social theorist", in Paul Drew e Anthony Wooton (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, Cambridge, Polity Press, 1988, pp. 275-276.
[400] Giddens nota, a propósito desta questão, que Goffman frequentemente rotulou os seus trabalhos de "microssociológicos", parecendo satisfeito com tal designação (cf. Anthony Giddens, "Goffman as a systematic social theorist", in Paul Drew e Anthony Wooton (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, cit., p. 252). Por outro lado, o sociólogo canadiano afirmou também que desconhecia o significado do termo "interaccionismo" (cf. José Machado Pais, *Sociologia da Vida Quotidiana*, cit., p. 100). A confusão em torno das classificações está lançada...

produção e reprodução assenta nos padrões de interacção em que nos envolvemos no decorrer das nossas vidas quotidianas.

O desafio goffmaniano passa por estabelecer o domínio da *interacção face-a-face* como um domínio específico e analiticamente credível da sociologia. Consciente de que o estudo das interacções face a face não havia sido ainda desenvolvido de forma adequada, Goffman procura desenvolver uma "sociologia das circunstâncias", onde o tema da organização social ocupa lugar de destaque, ainda que a "matéria organizada" a estudar seja feita de "conjunções e de interacções temporárias". O principal objectivo deste estudo é, porventura, o de revelar a ordem normativa subjacente a estas situações sociais, ou seja, "a ordem comportamental que existe em todo o lugar frequentado, público, semi-público ou privado, quer esteja sob os auspícios de uma manifestação social elaborada ou sob os constrangimentos mais banais de um quadro social rotineiro"[401].

E isto enquadra, numa certa perspectiva, o nosso próprio estudo. Tal como já aludimos através das nossas preocupações anteriormente esboçadas, os espaços semi-públicos constituintes dos nossos contextos empíricos gozam do que se pode denominar *ordem comportamental*, cuja rotina interaccional decerto faculta. Veja-se que, no que toca à inserção dos consumos vínicos no quotidiano, admitimos que entre o espaço semi-público e o espaço doméstico os frequentadores-consumidores de vinhos preferem o primeiro, estabelecendo rotinas quiçá transmutadas em rotinas ritualistas. Ainda que se revista do circunstancial, como será o caso de uma ida extraordinária a um bar de luxo, ainda que estejamos, nestes casos, na presença de interacções temporárias tendo em conta agentes e contexto, ainda assim, admitimos que, num quadro quotidiano mais lato, a ordem estará presente. Nestes contextos, a gramática comportamental poderá, ela própria, estar sujeita a constrangimentos advindos do quadro social e sua rotina, o que, por sua vez, contribuirá para garantir a ordem referida.

[401] Cf. Erving Goffman, *Les Rites d' Interaction*, Paris, Les Editions de Minuit, 1974, pp. 7-8.

A preocupação com a ordem normativa subjacente à organização das situações de interacção quotidiana e com o quadro de estruturação onde estas mesmas situações se inscrevem leva-nos a afirmar que Goffman consegue ir mais longe do que os fenomenólogos e os etnometodólogos, uma vez que a sua análise incorpora elementos vincadamente estruturais e, como tal, extrínsecos à interacção[402]. Com a sociologia fenomenológica de Schütz e a etnometodologia de Garfinkel, Goffman partilha sobretudo a preocupação com o estudo do "homem na sua vida quotidiana e no incessante trabalho de produção simbólica e cultural."[403] Neste sentido é realçada a importância social das regras e dos valores que circunscrevem o actor social que por sua vez se complementa com a eventual produção social de novas referências.

2.3.1. A dramaturgia na interacção quotidiana: desempenhos em co-presença

A importância concedida por Goffman ao modo como as interacções quotidianas produzem as situações sociais levam-no a desenvolver uma abordagem "dramatúrgica" da vida social, centrada na análise do modo como o indivíduo "se apresenta a si próprio e à sua actividade perante os outros, [d]as maneiras como orienta e controla a impressão que os outros formam dele, [d]as diferentes coisas que poderá fazer ou não fazer enquanto desempenha perante os outros o seu papel"[404]. Considerado o "sociólogo da co-presença"[405], Goffman toma principalmente em conta a análise da interacção face a face, entendida em traços gerais como "a influência recíproca dos indivíduos sobre as acções uns dos outros numa situação de presença física imediata"[406]. A definição das situações de co-presença está, pois, dependente das *performances* dos actores, sendo que "habitualmente as definições da situação projectadas pelos diversos participantes sintonizam-se o suficiente para que não ocorram contradições manifestas"[407]. A

---

[402] Esta posição vai ao encontro do que nos diz João Teixeira Lopes, "Itinerário teórico em torno da produção dos fenómenos simbólicos", cit., p. 51.
[403] João Teixeira Lopes, "Itinerário teórico em torno da produção dos fenómenos simbólicos", cit., p. 52. Sobre mudança/alteração do quadro de referência, tenha-se em conta o nosso posicionamento anteriormente tomado a propósito da incorporação do novo.
[404] Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, Lisboa, Relógio D' Água, 1993, p. 9.
[405] Anthony Giddens, "Goffman as a systematic social theorist", in Paul Drew e Anthony Wooton (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, cit., p. 255.
[406] Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 26.
[407] Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 20.

este "acordo efectivo sobre a conveniência de evitar qualquer conflito aberto sobre as definições da situação" Goffman chama "consenso operacional"[408], elemento que permite aos actores reproduzir o normal curso da interacção e, em última instância, da vida social.

A definição de uma situação de interacção está sempre dependente da qualidade e quantidade de informação disponível sobre os actores em co-presença. Essa informação prévia permite traçar-se um conjunto de expectativas que estão na base duma melhor actuação dos indivíduos.[409] Da mesma forma, será da maior importância que o indivíduo que se apresenta perante outros controle a informação transmitida, de modo a poder influenciar a definição da situação que os outros formulam, veiculando a impressão que ao indivíduo interessa veicular[410]. O "jogo da informação" aparece, então, como "um ciclo potencialmente indefinido de simulação, descoberta, falsas revelações e redescobertas"[411], em que a "arte de gerir as impressões"[412] – sobretudo as "primeiras impressões"[413] – assume lugar de destaque Neste contexto, Goffman sublinha que "quando um indivíduo se apresenta perante outros", "terá numerosos motivos para tentar controlar a impressão que estes recebem da situação"[414]. O estudo goffmaniano da interacção face a face centra-se, pois, na análise do desempenho dos actores em co-presença, desempenho esse entendido pelo autor como "toda a actividade de um determinado participante num dado momento, que tem como efeito influenciar seja de que maneira for algum dos outros participantes"[415].

Num convívio vínico a impressão/imagem causada a propósito dos consumos vínicos poderá ser de renovada importância; e tanto mais assim será quanto esse convívio vínico se aproximar de um cerimonial ou mesmo de um ritual distintivo. Aqui, o desempenho dos actores em co-presença pode mesmo assumir contornos de jogo no que refere a uma estratégia social. Ao equacionarmos a pertinência do desempenho nestes moldes, temos presente que

---

[408] Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 21.
[409] Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 11.
[410] Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 14.
[411] Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 19.
[412] Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., pp. 245 e segs.
[413] Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., pp. 22-23.
[414] Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 26.
[415] Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 27.

convívios vínicos acarretam apropriações vínicas. Assim, a apropriação de vectores inerentes ao cerimonial vínico, por parte de agentes sociais não iniciados precocemente nestas artes, pode simbolizar estratégia de ascensão social e/ou de legitimação de ascensão social.

Numa situação de interacção face a face, os actores farão tudo o que está ao seu alcance para "evitar cenas", isto é, cada um tenderá a conduzir os seus desempenhos "de modo a conservar tanto a sua própria face como a face dos outros participantes"[416]. Esta "aceitação mútua" parece constituir um "traço estrutural" das interacções quotidianas. Trata-se de uma aceitação "de conveniência" e não de uma aceitação "real", assumindo-se como um elemento "conservador" dos encontros sociais[417].

O grande objectivo dos actores em situação de interacção passa por gerir os seus desempenhos e as impressões transmitidas de modo a "conservar a face": "Um indivíduo *conserva a face*", diz-nos Goffman, "quando a linha de acção que segue manifesta uma imagem consistente de si mesmo, ou seja, apoiada pelos julgamentos e indicações provenientes dos outros participantes e confirmada pelo que revelam os elementos impessoais da situação"[418]. "Perder a face" significa, por seu turno, fazer "má figura": um actor fará má figura se não possuir uma linha de acção adequada à situação de interacção ou se esta for palco de eventos que contradigam ou ponham em dúvida a linha de acção seguida. Quando consegue conservar a face, a reacção do actor é geralmente de confiança e segurança; quando perde a face, o actor tende a sentir-se envergonhado e humilhado, sentindo em risco a sua capacidade para participar nos encontros sociais[419].

Daí que possa ser essencial, por parte dos actores, a impressão *correcta* que se pretende causar, ou seja, a adequação comportamental a contextos

---

[416] Erving Goffman, *Les Rites d' Interaction*, cit., p. 14. Goffman define o termo "face" como sendo "o valor social positivo que uma pessoa reivindica efectivamente através da linha de acção que os outros supõem que ela adoptou no decurso de um contacto particular. A face é uma imagem do eu delineada segundo certos atributos sociais aprovados, e todavia partilháveis, que permite que, por exemplo, possamos dar uma boa imagem da nossa profissão ou confissão, dando, simultaneamente, uma boa imagem de nós mesmos". *In* Erving Goffman, *Les Rites d' Interaction*, cit., p. 9.

[417] Cf. Erving Goffman, *Les Rites d' Interaction*, cit., p. 14. Esclareça-se que, aqui, o uso das aspas justifica-se por se tratar do universo semântico do autor.

[418] Erving Goffman, *Les Rites d' Interaction*, cit., p. 10.

[419] Cf. Erving Goffman, *Les Rites d' Interaction*, cit., pp. 11-12. Cf. ainda Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., pp. 23-24.

específicos. Ora, tudo leva a crer que esta preocupação, esta cautela acrescida, toma outra acuidade quando o actor se encontra perante um contexto cuja familiaridade não procede à socialização de origem, ou seja, quando está perante a integração do *Novo* face a hábitos alicerçados no lugar de classe de origem. Aqui torna-se, por conseguinte, imperativo, um olhar à trajectória social, porque subjacente estará o desempenho do actor a nível de práticas sociais consonantes ou dissonantes com a sua classe social de origem e com a sua classe social de pertença. Senão vejamos: considerando, por um lado, que o consumo de determinado tipo de vinho em determinado tipo de espaço traduz uma prática legítima subjacente à classe social de origem e de pertença sempre que se tratar de casos evidentes de reprodução social e por outro que o consumo de determinado tipo de vinho em determinado tipo de espaço traduz uma prática em legitimação social dada a ascensão social – real ou virtual - subjacente à classe de pertença, teremos como corolário último que, neste último caso, a aspiração à concretização do reconhecimento social incide estrategicamente na prática vínica escolhida, ou resultará de factores ressocializantes ou afins a uma socialização secundária, concordantes com um projecto de vida radicado em trajectos sociais móveis, ascendentes por excelência, ou interiorizados como tal. Daí a pertinência do desempenho a que alude Goffman, ou num outro contexto teórico, a estratégia do jogo valorizada no panorama teórico bourdiano.

Continuando com a explicitação goffmaniana, acrescentaríamos que ao conjunto de acções que o actor desenvolve para que o seu desempenho não faça perder a face a ninguém – incluindo a si próprio – Goffman chama "figuração" [*face-work*]. A figuração serve para impedir e contornar os "incidentes", ou seja, "os acontecimentos cujas implicações simbólicas sejam efectivamente um perigo para a face"[420]. Goffman nota que a acção dos indivíduos se orienta sempre segundo duas preocupações fundamentais: defesa da sua própria face e protecção da face dos outros. Isto porque, intencionais ou não, são constantes as acções que colocam em perigo a face dos actores; a relação destes com o perigo

[420] Erving Goffman, *Les Rites d' Interaction*, cit., p. 15. A propósito desta questão, Goffman sublinha que uma grande parte da actividade interna dos encontros mais não é do que um esforço dos seus participantes para superar todos os acontecimentos imprevistos que poderiam pôr em causa a própria realização do encontro. Um bom exemplo deste esforço são as "pequenas cerimónias" que as "saudações" e os "adeus" representam: "As primeiras servem para mostrar que a relação, em geral relativamente isenta de hostilidade, não mudou depois do último encontro. Os adeus resumem o efeito do encontro sobre as relações e indicam uma possível evolução". Erving Goffman, *Les Rites d' Interaction*, cit., pp. 38-39.

é, aliás, bastante próxima, contingente e raramente previsível, o que se reflecte no amplo repertório de práticas figurativas tendentes à superação dos incidentes. Os principais tipos de figuração são o "evitamento" e a "reparação"[421]. No primeiro caso, as práticas figurativas orientam-se para a evasão dos encontros onde o perigo se pode manifestar e para uma certa "desatenção calculada" que finge que não existe perigo; no segundo caso, os incidentes são reconhecidos e, portanto, as práticas figurativas visam essencialmente reparar os seus efeitos e assim restabelecer um "estado ritual satisfatório"[422].

Assim, os casos de ascensão social nítida reflectem um *cálculo* mais acentuado relativamente às próprias práticas exteriorizadas, uma vez que o sentido a elas atribuído poderá, por ser acutilante, ter um resultado social devastador. Consideramos, e em simples palavras, que *figuras* – boas ou más – e *faces* – perdidas ou conservadas – mais não são do que vertentes da avaliação social que pinta ou salpica o quotidiano dos actores sociais. Daí o investimento feito nestes meandros, que tocam, inclusive, a apresentação e a representação de si próprio no dia-a-dia.

O "tacto" com que enfrentamos as situações de interacção quotidiana prova que existe uma "cooperação tácita" que governa o curso dos encontros da vida de todos os dias; no fundo, tudo o que é pedido aos parceiros de interacção são ajudas de tipo vaivém de forma a que a ordem social subjacente aos contextos interactivos seja preservada[423]. A tónica colocada na figuração e no consenso gerado entre os actores durante as situações de interacção face a face remete para a importância concedida por Goffman à estrutura normativa subjacente à produção social da vida quotidiana. Ao reflectir sobre o conjunto partilhado de regras que está na base da definição das situações de interacção

---

[421] Cf. Erving Goffman, *Les Rites d' Interaction*, cit., pp. 17 e segs.

[422] Cf. Erving Goffman, *Les Rites d' Interaction*, cit., p. 21. Sublinhe-se que o embaraço, a confusão e o mal-estar constituem ameaças permanentes ao normal curso das situações de interacção, o que explica a prudência com que os actores geralmente gerem os seus desempenhos, de modo a evitar a agitação e os problemas. Quando, porém, os actores não conseguem evitar as situações embaraçosas, são geralmente accionados comportamentos típicos: o "sorriso crispado", o "sorriso amarelo", o "olhar baixo", a "agitação das mãos". "Todos estes gestos são como écrans atrás dos quais tentamos recuperar o ritmo a fim de podermos reentrar em cena", prontos a avançar com algum tipo de "actividade reparadora" que permita retomar a normalidade da situação de interacção e repor uma definição satisfatória de nós mesmos. Cf. Erving Goffman, *Les Rites d' Interaction*, cit., p. 91. Para um aprofundamento desta questão em concreto, vd. Erving Goffman, *La Mise en Scène de La Vie Quotidienne. Les relations en public*, Paris, Les Editions de Minuit, 1973, pp. 113 e segs.

[423] Cf. Erving Goffman, *Les Rites d' Interaction*, cit., pp. 29-30. Sobre esta questão em particular, vd. ainda Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., pp. 269 e segs.

por parte dos actores, Goffman sublinha também a importância dos processos de socialização para a preservação da ordem social, tendo em conta a "sua aceitação das regras fundamentais da interacção social".[424]

Guias para a acção, as "regras de conduta" que ordenam os encontros sociais são seguidas não por serem agradáveis, fáceis ou eficazes, mas porque são vistas como "convenientes" e "justas". Impõem-se aos actores de duas formas: directamente, como "obrigações" – constrangimentos morais que nos levam a agir de um determinado modo –, ou indirectamente, como "expectativas" sobre o que os outros devem fazer em relação a nós. Escusado será dizer que, em situação de interacção, as obrigações de um actor são geralmente as expectativas do outro[425].

O que acabamos de afirmar não significa que devamos observar o actor goffmaniano como um "idiota cultural"[426] que se limita a reproduzir uma ordem social imposta do exterior. Goffman faz questão, aliás, de sublinhar o carácter reflexivo e até calculista com que frequentemente os actores abordam as situações de interacção. Sobre isto gostaríamos de reforçar a ideia de que estando presente nos desempenhos generalizados dos actores sociais, o carácter reflexivo e calculista sublinhado por Goffman torna-se mais agudo, acrescentaríamos nós, por parte dos actores cujo percurso de vida é pautado pela ascensão social. Tudo indica que a sua aceitação pelos novos pares a isso obrigará. Mas o autor estende o desempenho dos actores à crença em si próprio, no sentido em que a crença do actor na realidade do seu próprio desempenho varia ao longo de um *continuum* que vai do extremo da "sinceridade" ao extremo do "cinismo"[427].

---

[424] A este propósito especifica o autor: "O modo como uma pessoa cumpre a sua parte da figuração e ajuda os outros a cumprir a deles representa o nível da sua aceitação das regras fundamentais da interacção social. É a pedra de toque da sua socialização enquanto interagente. Se não fôssemos todos socializados desta maneira, a interacção, na maior parte das sociedades e das situações, seria um perigo bem maior para a sensibilidade e para a face de cada um. A expressão simbólica dos julgamentos de valor tornar-se-ia impossível e os sentimentos impraticáveis; dito de outro modo, já ninguém seria um objecto ritual delicado." *In* Erving Goffman, *Les Rites d'Interaction*, cit., p. 30.

[425] Cf. Erving Goffman, *Les Rites d'Interaction*, cit., pp. 44-45. "O carácter constrangedor das obrigações", acrescenta Goffman, "faz-nos imaginá-las frequentemente como penosas ou irritantes, causadoras de rangeres de dentes em quem tem de as cumprir. Na verdade, elas são cumpridas na maior parte dos casos sem que pensemos nisso, e a pessoa, quando interrogada sobre a questão, dirá que agiu «sem razão especial» ou porque «lhe apeteceu». Só quando a rotina é bloqueada é que ela pode descobrir que não parou de se conformar às propriedades do seu grupo, e que a sua colocação em causa pode ser uma fonte de vergonha e de humilhação" (p. 45). As críticas de "subjectivismo" apontadas a Goffman encontram uma forte oposição em afirmações como a que acabamos de transcrever.

[426] Expressão filiada em Garfinkel, como atrás pudemos constatar.

[427] Repare-se na interessante forma como o autor define indivíduos cínicos e indivíduos sinceros: "Quando o indivíduo

Por muito cínico que seja o seu desempenho, o actor deve, porém, procurar agir da forma mais natural possível, de modo a evitar as rupturas no curso da interacção. "Agir naturalmente" é um dos requisitos fundamentais da relação de interacção face a face, o que não significa que os indivíduos não possam "fingir" que estão a agir naturalmente[428]. Desde logo, porque o desempenho dos actores apresenta geralmente uma imagem a todos os títulos "idealizada" da situação, na medida em que num frente a frente o indivíduo procurará revelar os valores vigentes e legitimamente reconhecidos, ainda que o seu comportamento global fique aquém deste procedimento[429]. Por outro lado, porque existe sempre a possibilidade de nos depararmos com "falsas representações" e, nestes casos, "é claro que numerosos actores têm larga capacidade e motivo para representar falsamente os factos; só a vergonha, a culpabilidade ou o medo os impedem de o fazer"[430]. Por exemplo, os indivíduos que apresentam um desempenho falso, apresentam-no enquanto discrepância existente entre a impressão visada e a realidade. Saltam, então, à vista os limites que se colocam à falsa representação[431]. A qualquer momento do seu desempenho "pode acontecer alguma coisa que o desmascare e desminta abertamente aquilo que declarou, valendo-lhe uma humilhação imediata e, por vezes, uma perda permanente em termos de reputação"[432]. Então, o não saber agir, o comportamento socialmente incorrecto, a dissonância, são rotuladas no palco social, cuja avaliação sanciona, ostracizando ou mesmo estigmatizando por vezes. Tal como os desempenhos "sinceros", as falsas representações exigem dedicação e cuidado a fim de que a impressão visada seja defendida. A "coerência da fachada"[433] apresentada e a "manutenção do controlo expressivo" diante de

---

não acredita na sua própria representação nem tem um interesse essencial na convicção da sua audiência, poderemos chamar-lhe cínico, reservando o termo «sincero» para o indivíduo que acredita na impressão que o seu desempenho visa causar". *In* Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 30.

[428] Cf. Erving Goffman, *La Mise en Scène de La Vie Quotidienne. Les relations en public*, cit., pp. 253 e segs.

[429] Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., pp. 49-50.

[430] Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 75.

[431] Veja-se que "o actor que assume um papel muito distante do das personagens «reais» que ele poderia ser não escapará por muito tempo até ser detectado." *In* Erving Goffman, *La Mise en Scène de La Vie Quotidienne. Les relations en public*, cit., p. 254.

[432] Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 75.

[433] A "fachada" é aqui entendida como "essa parte do desempenho do indivíduo que funciona regularmente de maneira genérica e fixa a fim de definir a situação para os que observam o desempenho"; "é o equipamento expressivo de tipo padronizado, empregue intencional ou inconscientemente pelo indivíduo durante o seu desempenho". Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 34. Cf. ainda as pp. 35-38.

acontecimentos imprevistos constituem elementos fundamentais da "coerência expressiva" necessária ao normal funcionamento das situações de interacção[434].

Ora, se admitirmos que o desempenho mais não é do que uma exteriorização e que esta está forçosamente interligada a uma (re)socialização, emerge daqui, então, que mais do que *sinceridade* ou *falsidade* no acto social, o busílis da questão poderá remeter para as aspirações sociais, que quando encontram terreno fértil propulsionam ou implementam uma certa (acentuada em alguns casos) dinâmica social. De acordo com as aspirações traçadas face a um projecto de vida que se pretende ascendente, a predisposição do actor para a mudança poderá ser susceptível de catalogar os seus gestos sociais de falsos, incoerentes, desatentos, quando o(s) *Novo(s)* elemento(s) ainda não está consolidado no seu agir quotidiano. Ora, somos de opinião que esta situação, sendo muito embora penalizada socialmente é passível de acontecer com maior incidência em contexto social de mudança; ora, quanto mais generalizada e mesmo *naturalizada* estiver a possibilidade de mudança no contexto social global, maior será também uma certa complacência social que culmina, de certa forma, na minimização da sanção social. Contudo, a penetração indevida em terreno social alheio, propensa a contextos sociais com determinadas características é um facto. E nestes casos, concordamos inteiramente com a avaliação da representação goffmaniana, a qual encontrará aqui maior aplicabilidade quanto à figuração, sendo útil para a aplicação aos nossos contextos empíricos.

2.3.2. Pluralidade de desempenhos - fachadas e bastidores: consonância *versus* dissonância

A possibilidade que o actor tem de desempenhar uma pluralidade de papéis distintos traz consigo uma complexidade suplementar. Quando o *eu* projectado numa determinada situação de interacção se vê de alguma forma confrontado com um outro *eu* que, sendo válido noutras situações, não é compatível com o primeiro, o desempenho do actor pode ser posto em causa, colocando-se em perigo a continuação da situação interactiva. Num quadro como o que acabámos de descrever, ganha particular relevância a questão da

[434] Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., pp. 67-74. A este propósito, vd. também Erving Goffman, *La Mise en Scène de La Vie Quotidienne. Les relations en public*, cit., pp. 290 e segs.

"separação dos papéis" e da "segregação das audiências"; aqui reside a salvaguarda da contradição, compatível que é com desempenhos de personagens múltiplas face a indivíduos diferentes.[435]

Assistimos já, no capítulo anterior, ao que António Firmino da Costa apelida de xadrez em dois tabuleiros. E sobre isso já aludimos à *performance* do indivíduo que desempenha os seus papéis de actor social de acordo com o espaço de acolhimento. Assim, uma interacção face a face numa taberna, será forçosamente diferente de outra num bar de luxo, mesmo se protagonizada pelo mesmo indivíduo. E, não raro, as audiências demarcar-se-ão, sendo a sua segregação (quase) garantida pela fronteira física dos espaços e quiçá pela fronteira social interposta. Estamos, por conseguinte, perante gramáticas comportamentais diferentes, cujas simbólicas, mal ou bem, são alvo de avaliação quotidiana exigindo-se, ainda que dentro de parâmetros informais, uma contextualização socialmente correcta.

A questão da segregação das audiências remete-nos, em grande medida, para outro dos temas fundamentais do modelo dramatúrgico proposto por Goffman: o do carácter *regionalizado* das situações de interacção. É conhecida a distinção estabelecida pelo autor entre "regiões de fachada" e "regiões de traseiras" ou "bastidores". Por "região" Goffman entende "todo o lugar de algum modo limitado por barreiras à percepção"[436]. As paredes de uma casa, os vidros espessos e foscos de uma taberna ou as suas portas de tipo vaivém constituem barreiras à percepção que separam regiões distintas, palcos autónomos onde se desenrolam situações de interacção independentes. No contexto de uma dada interacção, a "região de fachada" constitui "o lugar onde o desempenho [de um determinado actor ou conjunto de actores] é representado"[437]. Aí, alguns aspectos do desempenho dos actores serão deliberadamente acentuados, ao passo que outros, susceptíveis de comprometer a impressão visada, serão ocultados. Os aspectos ocultados reaparecerão provavelmente na "região de traseiras" ou "bastidores", lugar ligado a um certo desempenho "onde as

[435] Cf. Erving Goffman, *Les Rites d'Interaction*, cit., pp. 96-97. Cf. ainda Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., pp. 64 e 164-167.
[436] Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 129.
[437] Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 130.

impressões visadas (...) são contrariadas conscientemente com toda a naturalidade"[438].

A região de bastidores possui diversas funções: é aí que os desempenhos são preparados, é aí que as impressões visadas são "fabricadas", é aí que os "acessórios de cena" e os "elementos da fachada pessoal" são guardados, é aí que os actores se descontraem, abandonando por momentos a sua fachada, ou se preparam para a "reentrada em cena"[439]. Situada geralmente "nos confins do lugar onde o desempenho é representado", num lugar onde o actor sabe que a audiência não poderá aceder, a região de bastidores encontra-se separada do cenário por algum tipo de barreira e por vias de acesso reservado[440]. Os avisos que proíbem a entrada de "pessoas estranhas ao serviço" ou as cortinas ou portas duplas que, numa taberna, frequentemente separam a cozinha do espaço de consumo público constituem exemplos da separação física – e, claro, também simbólica - estabelecida entre regiões de bastidores e regiões de fachada. Ou ainda a separação física, garantida quer por paredes, portadas ou cortinas, que na taberna existe entre o espaço de consumo público aberto a todos e o espaço *de trás*, uma sala ou um pátio onde se ensaiam cenários outros, ilegais mesmo, como será o caso de reuniões políticas (antes do 25 de Abril de 1974) ou de jogos clandestinos a dinheiro. Sublinhe-se, todavia, que a distinção entre uma região de fachada e uma região de bastidores deve ser feita no quadro da análise de uma situação de interacção concreta. A tendência para identificar uma dada região como fachada ou como bastidores em função do desempenho geralmente associado a essa região não implica que ela não possa mudar de estatuto, funcionando numas alturas como fachada e noutras como bastidores[441].

Ora, tudo isto encontra-se, de facto, numa taberna ou num espaço de consumo afim. Senão vejamos: dentro de uma taberna existe, como vimos, uma separação entre uma região de fachada e uma região de bastidores. Numa perspectiva mais alargada, poderíamos encarar as portas duplas que dão acesso à taberna como a barreira entre duas outras regiões: o "mundo exterior" – entendido como região de fachada – e o espaço da taberna – entendido como região de bastidores. Ao entrarem na taberna, os actores suspendem muitas

[438] Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 135.
[439] Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., pp. 135-136.
[440] Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 137.
[441] Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., pp. 151-153.

vezes os desempenhos que projectam no exterior, mudando de registo e inclusivamente de linguagem comportamental. A taberna aparece, à luz do que acabamos de afirmar, como lugar de descontracção e informalidade, enfim, como *bastidor* do mundo "normal" do trabalho e das relações pessoais formais.

A introdução do tema das regiões e dos comportamentos regionais na análise das situações de interacção traduz a importância concedida por Goffman não só aos factores contextuais que estruturam tais situações, mas também às coordenadas espaciais de organização da vida social. A análise da dimensão espacial da situação de interacção – do espaço físico, mas também do espaço social, relacional e simbólico – é da maior importância para uma correcta definição do contexto em que a interacção se processa. As diferenças entre a linguagem comportamental característica das regiões de fachada e a linguagem comportamental característica das regiões de bastidores constituem um óptimo exemplo das relações intensas entre a organização do espaço e a organização dos comportamentos e dos quadros de interacção. Não resistimos a sublinhar o que a este propósito escreve o autor: "A linguagem dos bastidores inclui um tratamento recíproco pelo primeiro nome, a tomada colectiva de decisões, a irreverência, alusões sexuais manifestas, as queixas claramente formuladas, a possibilidade de fumar, um traje informal, a utilização de uma gíria ou modo de falar «ordinário», a descontracção da postura sentada ou erecta, as brincadeiras agressivas ou trocistas, a desconsideração do parceiro em pequenos gestos dotados, contudo, de certo alcance simbólico, certos comportamentos marginais como zumbir, assobiar, mascar pastilha elástica, mordiscar, arrotar ou emitir gases. A linguagem da encenação da fachada poderá definir-se pela ausência de (e em certo sentido contraste em relação a) tudo isto".[442]

Para além de sublinhar a conformidade entre espaços física, social e simbolicamente delimitados e modos específicos de apresentação, postura e comportamento, a extensa lista de elementos comportamentais característicos das regiões de bastidores – naturalmente intoleráveis nas regiões de fachada – remete, uma vez mais, para a importância da gestão das impressões para a

[442] Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 154.

manutenção de um certo grau de coerência expressiva capaz de possibilitar o normal desenvolvimento das situações de interacção. O "controlo da região de fachada", enquanto medida de segregação da audiência, assume aqui particular relevância; caso contrário, o actor perderá a noção da personagem a adoptar, custando-lhe tal lacuna o insucesso dramático e consequente menor valia social.[443] É de toda a utilidade que o actor consiga excluir da sua audiência os indivíduos que assistiram a desempenhos inconsistentes ou contraditórios com o seu desempenho actual. Quando a segregação da audiência falha e um dos espectadores tem acesso a um desempenho que não foi concebido para si, surgem problemas no que toca à gestão das impressões e a situação de interacção fica bloqueada, aguardando que algum tipo de actividade reparadora possibilite o regresso à normalidade[444].

2.3.3. Implicações sociológicas do modelo goffmaniano

Discutidos que estão os principais traços do modelo dramatúrgico de análise da vida social proposto por Goffman, é altura de reflectir sobre as implicações sociológicas de um tal modelo. À primeira vista, o que Goffman parece apresentar-nos é um universo social povoado de *performers* cínicos e calculistas e mentirosos descarados apostados em enganarem-se uns aos outros e em fazerem valer os seus interesses pessoais através da apresentação de uma imagem falsa de si e da construção hipócrita e manipuladora de situações desprovidas de verdade. Aparentemente, estes actores vivem e interagem no seio de uma cultura onde a aparência é tudo e onde o que realmente importa é a transmissão de uma imagem de à-vontade, segurança e respeito pela ordem social vigente, mesmo que, para tal, tenham de ser construídos quadros de interacção sem qualquer fundo de realidade[445]. Contudo, encarar a teoria goffmaniana deste modo constitui um modo altamente redutor de ver as coisas. Na verdade, e ao invés de construir um mundo amoral onde todos procuram transmitir uma determinada imagem (falsa) de si de forma a manipular os outros, Goffman descreve-nos um mundo onde as relações sociais são atravessadas por

[443] Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., p. 164.
[444] Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., pp. 164-167.
[445] Cf. Anthony Giddens, "Goffman as a systematic social theorist", in Paul Drew e Anthony Wooton (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, cit., pp. 254 e segs.

uma profunda *moralidade*. Giddens faz questão de sublinhar esta ideia: "A confiança e o tacto são características manifestamente mais importantes e decisivas da interacção social do que a cínica manipulação das aparências. Assim, as pessoas rotineiramente tecem ou «reparam» o tecido moral da interacção, ao mostrarem tacto naquilo que fazem ou dizem, ao envolverem-se em práticas «reparadoras» e ao ajudarem os outros a salvar a face. Se a vida social quotidiana é um jogo que, por vezes, pode ser dominado por um dos participantes, a verdade é que é um jogo no qual todos confiamos e no qual a colaboração é fundamental."[446]

Além disso – e como bem repara Peter Berger –, uma visão *cínica* da realidade social não é de todo incompatível com a lucidez[447]. O que importa, porém, realçar é que a representação de papéis e os processos de construção identitária são frequentemente levados a cabo de forma irreflectida e quase automática, de forma a cumprir necessidades psicológicas e sociais de coerência da auto-imagem e das situações de interacção. Segundo Berger, "a fraude deliberada exige um grau de autocontrole psicológico de que poucas pessoas são capazes. É por isso que a insinceridade é um fenómeno relativamente raro. (...) A sinceridade é a consciência do homem que se empolga com a sua própria representação"[448].

O que realmente sobressai de tudo isto é o facto de o trabalho de Goffman parecer ter – para recorrer à imagem de P. M. Strong – "duas faces": uma "maquiavélica", interessada nos actores e nas suas *performances*, na "apresentação do eu" e no delicado equilíbrio das situações de interacção, e outra "durkheimiana", preocupada com a ordem ritual subjacente aos quadros de interacção e com os valores sociais amplos e partilhados em que essa ordem ritual se funda[449].

---

[446] Anthony Giddens, "Goffman as a systematic social theorist", in Paul Drew e Anthony Wooton (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, cit., p. 254.
[447] Peter Berger, *Perspectivas Sociológicas. Uma visão humanística*, Petrópolis, Editora Vozes, 1983, p. 58.
[448] Peter Berger, *Perspectivas Sociológicas. Uma visão humanística*, cit., p. 123.
[449] Cf. P. M. Strong, "Minor courtesies and macro structures", in Paul Drew e Anthony Wooton (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, cit. 232 e segs.

As "duas faces" da teoria goffmaniana parecem, por seu turno, indelevelmente ligadas à concepção ontológica particularmente polémica proposta pelo próprio Goffman. O "eu" apresentado pelo autor é um eu fragmentado, fraccionado, dividido entre o cinismo e a autenticidade, a manipulação e a moralidade. De um lado, temos o actor público que gere as impressões a transmitir através da sua *performance*, procurando concretizar a ordem ritual da interacção e assim manter o equilíbrio e a harmonia dos encontros sociais; do outro, temos o manipulador cínico escondido por detrás de uma "máscara" cuidadosamente elaborada. Esta *concepção bipartida do eu* valerá à teoria goffmaniana acusações de cinismo e maquiavelismo. No entanto, Goffman faz questão de frisar que os actores se enquadram em mundos sociais governados por fortes constrangimentos normativos que se reflectem na ordem da interacção seguida. Esta abordagem, de raiz porventura durkheimiana, aproxima-se, em certa medida, da perspectiva de Pierre Bourdieu, uma vez que o actor goffmaniano apresenta um claro "sentido de jogo" ou, se preferirmos, um "sentido prático" que o impele a agir de acordo com a ordem da interacção vigente, sem que, contudo, se assista a um mero processo de reprodução social[450]. Note-se que "o «eu» é a máscara que o indivíduo usa nas situações sociais, mas é também o ser humano por detrás da máscara que decide que máscara usar"[451].

O que realmente vale a pena reter é que o "eu" de Goffman é encarado não de um ponto de vista essencialista, mas enquanto "produto social"[452]. Não só é um produto das *performances* quotidianas dos actores em situação de interacção, mas também é um produto dos constrangimentos sociais; veja-se que, apesar de deterem um papel activo importante na produção das suas *performances*, os indivíduos são geralmente compelidos a apresentar imagens de si próprios "que possam ser suportadas no contexto de uma dada hierarquia de status. Assim, o eu é um produto social na medida em que [também] depende da

[450] Cf. Gary Alan Fine e Philip Manning, "Erving Goffman", in George Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, cit., p. 469.
[451] Charles Lemert e Ann Branaman (eds.), *The Goffman Reader*, Malden e Oxford, Blackwell Publishers, 1997, p. xlviii.
[452] Cf. Charles Lemert e Ann Branaman (eds.), *The Goffman Reader*, cit., pp. xlvi e segs.

validação concedida de acordo com as normas de uma sociedade estratificada"[453]. E quanto a isto explicitamos o nosso consenso.

A *manipulação* e a *moralidade*, a *agência* (no sentido do agente manipulador) e a *estrutura*, porque não dizê-lo, caminham lado a lado na teoria goffmaniana, como, de resto, Charles Lemert e Ann Branaman fazem questão de frisar[454].

Perante tudo o que acabámos de afirmar, vale a pena reiterar a questão colocada por Giddens a propósito da concepção do "eu" proposta por Goffman: "haverá um «eu» por detrás da diversidade de papéis que qualquer indivíduo desempenha?"[455] Goffman acredita que sim; segundo Giddens, o eu aparece em Goffman como "a consciência de identidade que simultaneamente transcende os papéis específicos desempenhados e que providencia meios integrados de relacionar esses papéis como uma biografia pessoal"[456]. Esta concepção está ligada, em grande medida, com a ontologia subjacente aos trabalhos do sociólogo canadiano e com a análise que o autor faz da "natureza humana". Para Goffman, os homens, debaixo das suas diferenças culturais, são "semelhantes". Esta natureza humana universal não deve, porém, ser procurada nas pessoas em si mesmas; ao pensarmos em "natureza humana", devemos pensar nos comportamentos elementares que as pessoas incorporam através da socialização e que fazem delas actores aptos a participar de forma verosímil em situações de interacção. Goffman conclui esta ideia dizendo que a pessoa ao adquirir a sua realidade/natureza humana "torna-se uma espécie de construção, que não se

---

[453] Charles Lemert e Ann Branaman (eds.), *The Goffman Reader*, cit., p. xlvi. Os autores acrescentam: "(...) Goffman sugere que os indivíduos não são inteiramente determinados pela sociedade, uma vez que são capazes de manipular estrategicamente a situação social e as impressões transmitidas aos outros, de um modo semelhante ao dos actores de uma peça de teatro. No entanto, por outro lado, Goffman enfatiza que os indivíduos não escolhem livremente as suas auto-imagens, mas são antes constrangidos a definirem-se em congruência com os status, os papéis e as relações que a ordem social lhes estabelece" (p. xlvii). Quanto a nós, a manipulação poder-se-á apresentar estratégica precisamente na procura desta congruência com a estratificação social tendo em vista o lugar ocupado ou visado.

[454] Segundo os autores, "a ênfase de Goffman no planeamento estratégico das performances, os cálculos – como num jogo – que subjazem às decisões acerca da perda ou do ganho da face nas situações sociais e o controlo e manipulação da informação na tentativa de ganhar a supremacia na interacção competitiva sugerem de forma bem visível que o autor vê os aspectos manipulativos da vida social. Por outro lado, Goffman apresenta uma visão da vida social como reino em que a moralidade é afirmada através dos rituais de interacção da vida quotidiana. As nossas performances na vida social não são, de acordo com esta perspectiva, orientadas primariamente para o ganho pessoal, mas antes para a afirmação do respeito pela ordem social. Apesar das imagens contraditórias, Goffman descreve a vida social de uma forma que revela a interpenetração da manipulação e da moralidade." *In* harles Lemert e Ann Branaman (eds.), *The Goffman Reader*, cit., p. lxiv.

[455] Anthony Giddens, "Goffman as a systematic social theorist", in Paul Drew e Anthony Wooton (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, cit., pp. 258-259.

[456] Anthony Giddens, "Goffman as a systematic social theorist", in Paul Drew e Anthony Wooton (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, cit., p. 259.

desenvolve sobre tendências psíquicas interiores, mas é elaborada a partir de regras que lhe são imprimidas a partir do exterior (...)."[457]

A articulação entre *agência* e *estrutura* aparece aqui definida de forma particularmente evidente: o que caracteriza a *natureza humana* – com tudo o que a noção tem de discutível – é não só a capacidade para interiorizar os elementos definidores da ordem social, capacidade essa que se traduz na aptidão para participar com sucesso em situações de interacção – das mais triviais às mais complexas –, mas sobretudo a capacidade para interpretar esses elementos, concedendo-lhes "um tom e uma combinação particulares"[458] consoante os contextos em que os actores se movam, a sua posição social, os seus interesses conjunturais, os seus desejos, aspirações e motivações, o que aproxima Goffman de Giddens.

Contrariamente ao que muitas vezes é veiculado, Goffman revela uma preocupação analítica intensa não apenas com o nível *micro* das situações de interacção particulares, mas também com o nível *macro* das estruturas sociais e normativas. Goffman não só conseguiu produzir uma reflexão poderosa acerca dos contextos de interacção face a face, afirmando-os como um domínio de análise sociológica relevante em si mesmo, como ainda desenvolveu aprofundadamente a análise em torno das articulações entre este domínio e o domínio da estrutura social como um todo. Sobre isto "ele concedeu-nos uma expressão particularmente clara da ideia de que os participantes podem envolver-se em acções no âmbito de situações de interacção para *salvar o sistema* com o qual se comprometeram, e não necessariamente porque têm algo para expressar"[459].

A articulação analítica entre os níveis micro e macrossociológicos constitui, de resto, uma preocupação permanente de Goffman. Ao tratar da *Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, o autor pretende, aliás, afirmar a "abordagem

---

[457] Erving Goffman, *Les Rites d' Interaction*, cit., pp. 42-43. Para aprofundar o conhecimento acerca desta questão, vd. também Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., pp. 294-296.
[458] Erving Goffman, *Les Rites d' Interaction*, cit., p. 43.
[459] Adam Kendon, "Goffman's approach to face-to-face interaction", in Paul Drew e Anthony Wooton (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, cit. p. 38. O itálico é nosso.

dramatúrgica" como mais um modelo de análise da organização social, a juntar aos modelos técnico, político, estrutural e cultural tradicionais. A relevância de um tal modelo seria particularmente forte no estudo das organizações sociais enquanto sistemas relativamente fechados[460]. As ligações que estabelece entre microssituações e macroestruturas são, pois, de tipo particular: as questões estruturais não são necessariamente negligenciadas, mas são antes analisadas sob uma luz alternativa, lançada mais *de baixo para cima* do que propriamente *de cima para baixo*. Num dos seus últimos trabalhos[461], Goffman procura desenvolver esta concepção, integrando na sua análise o tema dos limites colocados à interacção pelos "quadros de experiência", ou seja, pela relação entre os princípios organizadores das situações sociais e os comportamentos subjectivos[462].

Em todo o caso, parece faltar ao modelo teórico de Erving Goffman uma maior integração de questões tão importantes como, por exemplo, as que estão relacionadas com a posição e origem social dos actores ou com a desigual distribuição do poder. Como nota Machado Pais, "não custa conceber o *interaccionismo* como expressão de uma nova cultura feita de vibrações, contactos *face to face*, uma nova cultura reivindicando que tudo se passa agora, tudo se passa aqui, tudo se passa em ti: *just feel it*"[463]. A afirmação crescente de uma cultura que valoriza predominantemente a estética, o efémero, a afirmação pessoal e identitária, a auto-realização e, de resto, todos os elementos que coloquem a tónica no sujeito contribui decisivamente para a revalorização das propostas sociológicas que se centram no estudo das situações de interacção e das *performances* dos actores. A defesa de que a génese das práticas sociais deve ser explicada essencialmente por recurso à interpretação dos mundos subjectivos e dos contextos interactivos tende, porém, a secundarizar a importância de dimensões macrossociológicas tão relevantes como a história, as classes sociais ou o poder[464]. Sobre este último tema, Giddens confirma a sua ausência do campo das preocupações goffmanianas. Na maior parte dos

---

[460] Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., pp. 280-283.
[461] Erving Goffman, *Frame Analysis. An essay on the organization of experience*, New York, Harper & Row, 1974.
[462] Cf. Erving Goffman, *Frame Analysis. An essay on the organization of experience*, New York, Harper & Row, 1974. Vd. também, a este propósito, o que nos diz Philippe Corcuff, *As Novas* Sociologias, cit., pp. 115-119.
[463] José Machado Pais, *Sociologia da Vida Quotidiana*, cit., p. 99. Os itálicos são do autor.
[464] Cf. José Machado Pais, *Sociologia da Vida Quotidiana*, cit., p. 98.

exemplos com que trabalha, Goffman escolhe situações onde não há uma óbvia disparidade de poder ou onde os poderosos estão ausentes. Ao fazê-lo, este sociólogo está a ignorar as implicações da distribuição desigual de poder no curso e resultado das situações de interacção[465].

De acordo com Giddens, a abordagem dramatúrgica de Erving Goffman é também algo "vazia" no que concerne à questão das motivações dos actores nas suas actividades quotidianas. À sua proposta falta a "verticalidade" analítica resultante de uma reflexão mais exaustiva sobre as instituições sociais e sobre as raízes das motivações dos actores. Realmente, Goffman afirma que há um conjunto vasto de motivos que levam os indivíduos a conformarem-se à ordem da interacção, mas não concretiza as suas afirmações como seria desejável[466].

O tema da reprodução social é outro dos aspectos que passa incólume a qualquer reflexão crítica da parte de Goffman. É inegável que os comportamentos dos actores em situação de interacção – mesmo os mais insignificantes – contribuem para a reprodução das instituições no tempo e no espaço. Goffman, porém, limita-se a remeter esta questão para o plano da ordem normativa subjacente aos quadros de interacção, apresentando, de forma implícita, uma visão da realidade social eminentemente durkheimiana e, portanto, conservadora. Ao cumprirem a "ordem da interacção", os actores estão também a reproduzir a estrutura social, contribuindo activamente para a manutenção do *status quo*. Giddens acrescenta ainda que Goffman negligencia claramente a análise do modo como as regras da interacção são produzidas, deixando assim de fora da sua análise a questão da ruptura com essas regras e o tema mais geral da mudança social[467]. Limitações semelhantes são feitas por Pierre Bourdieu, como veremos de seguida.

---

[465] Anthony Giddens, "Goffman as a systematic social theorist", in Paul Drew e Anthony Wooton (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, cit., p. 275.
[466] Cf. Anthony Giddens, "Goffman as a systematic social theorist", in Paul Drew e Anthony Wooton (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, cit., pp. 276-277.
[467] Cf. Anthony Giddens, "Goffman as a systematic social theorist", in Paul Drew e Anthony Wooton (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, cit., pp. 277-278.

2.4. Um breve regresso a Bourdieu: críticas, apropriações e conciliações

O desenvolvimento de uma reflexão teórico-empírica sintética capaz de superar as velhas oposições entre *agência* e *estrutura* ou, se preferirmos, entre *subjectivismo* e *objectivismo*, constitui uma das preocupações fundamentais da sociologia de Pierre Bourdieu. Encarada como "a mais fundamental e a mais ruinosa" de todas as oposições que dividem a ciência social[468], a oposição que se estabelece entre subjectivismo e objectivismo é alvo de uma crítica teórica e epistemológica intensa da parte deste sociólogo.

É no quadro deste debate que Bourdieu geralmente se refere às correntes sociológicas de inspiração fenomenológica e hermenêutica, correntes cuja análise ocupa, de resto, um lugar claramente residual no conjunto dos seus trabalhos. Encaradas como géneros particulares de um dos três modos de conhecimento teórico por ele definidos – o modo de conhecimento fenomenológico[469] –, as propostas da sociologia fenomenológica, da etnometodologia e do interaccionismo são remetidas para o campo do subjectivismo, acusadas de reduzir a estrutura objectiva da relação entre indivíduos à estrutura conjuntural da sua interacção numa determinada situação particular. A crítica é contundente: "Ingenuidade constitutiva e negligência das condições históricas da interacção caracterizam todas as sociologias de inspiração fenomenológica"[470].

Na perspectiva bourdiana, ao excluir a reflexão sobre as condições sociais e históricas subjacentes à organização das situações de interacção e da experiência vivida do mundo social, o modo de conhecimento fenomenológico não consegue ir além de uma mera descrição daquilo que caracteriza em concreto essas situações e essa particular experiência do mundo social, caindo numa "ilusão ocasionalista" que contribui para que se perca de vista a historicidade do

---

[468] Cf. Pierre Bourdieu, *Le Sens Pratique*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1980, p. 43.

[469] Cf. Pierre Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática, Precedido de Três Estudos de Etnologia Cabila*, cit., pp. 145 e segs. O três modos de conhecimento teórico apresentados por Bourdieu são o "fenomenológico", o "objectivista" e o "praxeológico".

[470] Jean-Louis Fabiani, "L' expérimentation improbable. Remarques sur la sociologie française dans ses rapports avec l' ethnométhodologie", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L' Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 281. Como se pôde ir constatando no decurso do que atrás ficou dito, estamos perante um posicionamento de certa forma radical e, com o qual resistimos a pactuar inteiramente.

quotidiano. Assim, uma qualquer relação interpessoal reside, apenas aparentemente, numa relação pessoa a pessoa, não se esgotando, por conseguinte, aí. Pelo contrário, "distâncias e hierarquias", "posição relativa no espaço dos participantes ou a natureza dos canais utilizados" estão presentes numa interacção. No fundo, equaciona-se nesta problemática a pertinência quer da "*estrutura objectiva*" quer da "*estrutura conjuntural*" presentes nas relações entre indivíduos[471].

Se é preciso condenar veementemente o objectivismo mecanicista que nos apresenta uma realidade feita de regularidades objectivas produzidas independentemente da vontade e participação dos agentes, não é menos importante rejeitar o "marginalismo social"[472] em que caem as perspectivas de inspiração fenomenológica, que reduzem a ordem social a uma "classificação colectiva" obtida através da soma das classificações produzidas pelos agentes em situação de interacção ou, dito de outro modo, através da "agregação das representações (mentais) que uns fazem das representações (teatrais) que apresentam aos outros e das representações (mentais) que estes últimos fazem das representações dos primeiros"[473].

Partilhando com o modo de conhecimento fenomenológico a rejeição do efeito de reificação do social produzido pelo objectivismo, Bourdieu rejeita também que o mundo social possa ser encarado como mero produto de acções individuais concertadas. Ao assumir "implicitamente a teoria espontânea da acção que faz do agente ou das suas representações o princípio último de estratégias capazes de produzirem e de transformarem o mundo social (o que equivale a tornar numa teoria do mundo social a visão pequeno-burguesa das relações sociais como qualquer coisa que fazemos e que nos fazemos)"[474], a visão

---

[471] Cf. Pierre Bourdieu, *Le Sens Pratique*, cit., p. 98 (nota 9, itálicos do autor).
[472] Pierre Bourdieu, *Le Sens Pratique*, cit., p. 234.
[473] Pierre Bourdieu, *Le Sens Pratique*, cit., p. 234. (Parêntesis do autor). Mais à frente, Bourdieu acrescenta: "Se é preciso manifestar, contra o objectivismo mecanicista, que as formas simbólicas possuem uma lógica e uma eficácia próprias que lhes conferem uma autonomia relativa em relação às condições objectivas apreendidas nas distribuições, é preciso também lembrar, contra o subjectivismo marginalista, que a ordem social não é formada, como o resultado de um voto ou de um preço de mercado, pela simples soma mecânica das ordens individuais. Na determinação da classificação colectiva e da hierarquia de valores fiduciários atribuídos aos indivíduos e aos grupos, todos os julgamentos têm pesos diferentes, e os dominantes estão em condições de impor a escala de preferências mais favorável aos seus produtos (...). Por outro lado, a representação que os agentes fazem da sua própria posição e da posição dos outros no espaço social (...) é o produto de um sistema de sistemas de percepção e apreciação que é ele mesmo produto de uma condição (isto é, de uma posição determinada nas distribuições das propriedades materiais e do capital simbólico) e que se apoia não só nos índices de julgamento colectivo, mas também nos indicadores objectivos da posição realmente ocupada nas distribuições que este julgamento colectivo toma já em conta" (p. 241).
[474] Pierre Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática, Precedido de Três Estudos de Etnologia Cabila*, cit., p. 148.

fenomenológica transforma-se num poderoso obstáculo à compreensão efectiva das práticas sociais, pelo facto de ser "totalmente a-histórica ou até mesmo antigenética"[475]. A solução passa, pois, em historicizar a análise relativa à construção social do mundo, da realidade, entrando em linha de conta com as estruturas e com os esquemas construídos e postos em acção para tal por parte dos agentes sociais[476].

Ora, como se poderá compreender, não partilhamos inteiramente de tal avaliação. A fenomenologia, longe de obstaculizar o conhecimento e a compreensão das práticas sociais, antes o complementa, enriquecendo-o. Não conseguimos perceber porque motivo a interpretação bourdiana à fenomenologia des-historiza a acção, a interacção no quotidiano; se a prática social, seja ela qual for, é implementada por um indivíduo, quer se queira quer não, este é um produto social porque inserido num contexto extremamente rico e vasto, cruzamento complexo de dimensões várias, que comporta predisposições e disposições de facto. Assim, a interacção, ao ser estudada, passa por um corte nessa mesma panóplia social, o que não significa deixar de lado ou rejeitar ou não ter em conta "distâncias e hierarquias"[477], posições, lugares ou trajectos sociais. Aliás, consideramos que a interacção, seja ela qual for e entre que actores se processe, *emerge* sempre dum palco, que por social, tem incorporada a própria estrutura que a torna possível.

A alternativa às limitações quer do modo de conhecimento fenomenológico, quer do modo de conhecimento objectivista, não pode ser alcançada senão através de uma leitura da realidade que se situe ao nível da relação dialéctica entre estruturas objectivas e construções subjectivas, rejeitando as antinomias entre objectivismo e subjectivismo, estruturalismo e construtivismo, liberdade e constrangimento. É este o nosso posicionamento, motivo pelo qual nos questionamos se no fundo, não estaremos nós a assistir a um debate cujos

---

(Parêntesis do autor).

[475] Pierre Bourdieu, *Meditações Pascalianas*, Oeiras, Celta Editora, 1998, p. 129.

[476] Cf. Pierre Bourdieu, *Meditações Pascalianas*, cit., p. 129. Num outro local, Bourdieu afirma: "se o mundo social, com as suas divisões, é qualquer coisa que os agentes sociais têm a fazer, a construir, individual e sobretudo *colectivamente*, na cooperação e no conflito, resta que tais construções se não operam no vazio social, como parecem acreditar certos etnometodólogos: a posição ocupada no espaço social, quer dizer, na estrutura da distribuição das diferentes espécies de capital, que são também armas, governa as representações desse espaço e as tomadas de posição nas lutas que visam conservá-lo ou transformá-lo". Cf. Pierre Bourdieu, *Razões Práticas. Sobre a teoria da acção*, Oeiras, Celta Editora, 2001, p. 13 (itálico do autor).

[477] Pierre Bourdieu, *Le Sens Pratique*, cit., p. 98 (nota 9, itálicos no original).

argumentos por não inteiramente explícitos, em vez de se excluírem, antes se completam uns aos outros? Ora, a visão *praxeológica* proposta por Bourdieu tem por objecto "não só o sistema das relações objectivas que o modo de conhecimento objectivista constrói, mas também as relações *dialécticas* entre essas estruturas objectivas e as *disposições* estruturadas nas quais elas se actualizam e que tendem a reproduzi-las, ou seja, o duplo processo de interiorização da exterioridade e de exteriorização da interioridade: este conhecimento supõe uma ruptura com o modo de conhecimento objectivista, quer dizer, uma interrogação sobre (...) os limites do ponto de vista objectivo e objectivante que apreende as práticas a partir do exterior como facto consumado, em vez de construir o seu princípio gerador (...)."[478]

Como se pode ver, o modo de conhecimento praxeológico contempla uma crítica severa ao estruturalismo objectivista, mas tal não significa que estejamos perante um retorno às premissas das sociologias de inspiração fenomenológica. Mais: a "teoria da prática" proposta por Bourdieu "nada tem a ver com uma restituição fenomenológica da experiência vivida"[479], assentando mesmo numa concepção de ciência radicalmente diferente daquela que é proposta por Schütz ou Garfinkel. O conhecimento praxeológico concebe o objecto da ciência social como algo que deve ser "*conquistado* contra a evidência do senso comum por uma operação de construção que é, indissociavelmente, uma *ruptura* com todas as representações «pré-construídas», tais como classificações pré-estabelecidas e definições oficiais"[480]. Isto significa rejeitar que a ciência possa ser reduzida a uma "construção de segundo grau", como faz Schütz, ou a uma restituição dos métodos utilizados pelos agentes para dar conta do carácter descritível [*accountability*] das suas práticas quotidianas, como defende Garfinkel. Daqui emerge, como necessário, não confundir o contributo prestado pela "ciência da representação pré-científica do mundo social (...) [com] a ciência do mundo social"[481]. Bourdieu acrescenta ainda que uma ciência do mundo social entendida

---

[478] Pierre Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática, Precedido de Três Estudos de Etnologia Cabila*, cit., pp. 145-146 (itálico no original).
[479] Pierre Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática, Precedido de Três Estudos de Etnologia Cabila*, cit., p. 147.
[480] Pierre Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática, Precedido de Três Estudos de Etnologia Cabila*, cit., p. 147 (itálicos do autor).
[481] Pierre Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática, Precedido de Três Estudos de Etnologia Cabila*, cit., p. 147 (itálicos do autor). Na mesma página, Bourdieu desenvolve a sua posição: "De facto, é ainda conceder demasiado, porque uma ciência das representações do sentido comum que entende não se reduzir a uma simples descrição tem

como "construção de segundo grau" facilmente se transforma num mero registo da "ordem estabelecida", servindo assim propósitos de reprodução das estruturas sociais de dominação e da distribuição desigual de poder[482].

Pelo nosso lado, e sobre estas matérias, parece-nos legítimo apresentar algumas reservas quanto a análises sediadas em eixos teóricos estanques e, como tal, reducionistas; porém, aceitamos complementarizações. E não nos parece que ter em conta a presença de traços teóricos de inspiração fenomenológica ou etnometodológica, empobreçam uma análise praxeológica que se pretende cientificamente enriquecida pelos componentes reais que realmente a enquadram.

A solução passa, uma vez mais, pela análise das práticas e dos princípios geradores dessas mesmas práticas, pelo estudo dos comportamentos subjectivos e dos constrangimentos objectivos que lhes são colocados, pelo enfoque na interacção em si mesma, mas também nas estruturas que estão na origem das posições relativas ocupadas pelos agentes em situação de interacção, pela atenção àquilo que Bourdieu chama a "dialéctica das disposições e das posições"[483], sem que sejam estabelecidos nexos causais unidireccionais e definitivos. Aqui encontra-se, a nosso ver, o nó górdio da questão.

A noção de *habitus* assume ali uma importância fulcral, constituindo o elemento de mediação do duplo processo de interiorização da exterioridade e exteriorização da interioridade, interligando dialecticamente as posições e as disposições, as práticas e os princípios geradores das práticas. O posicionamento de Bourdieu assenta na alegação de que "o conhecimento prático é duplamente informado pelo mundo que informa: é coagido pela estrutura objectiva da configuração de propriedades que o mundo lhe apresenta; é também estruturado pelo mesmo mundo através dos esquemas, resultantes da incorporação das suas estruturas, que aplica na selecção e na construção dessas propriedades

por condição prévia a ciência das estruturas que comandam quer as práticas quer as representações concomitantes, principal obstáculo à construção dessa ciência. Em suma, temos o direito de nos recusarmos a reduzir a ciência social ao trazer à luz estruturas objectivas, mas na condição de nunca perdermos de vista que a verdade das experiências reside, contudo, nas estruturas que as determinam".

[482] Cf. Pierre Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática, Precedido de Três Estudos de Etnologia Cabila*, cit., pp. 148-149.

[483] Cf. Pierre Bourdieu, *Meditações Pascalianas*, cit., pp. 137 e segs.

objectivas. Quer dizer que a acção nem é «puramente reflexiva», segundo a expressão de Weber, nem puramente consciente e calculada."[484]

O princípio da acção proposto por Bourdieu resulta, portanto, do "encontro de duas histórias": a "história objectivada nas coisas" (estruturas e instituições) e a "história incarnada nos corpos" (*habitus*)[485]. É à luz desta relação dialéctica entre campo e *habitus*, entre jogo e sentido de jogo, que devem ser perspectivadas as práticas e situações de interacção quotidianas.

Na sua cruzada contra o "subjectivismo" e a "ingenuidade" das sociologias de raiz fenomenológica, Bourdieu acaba, porém, por resvalar para um excessivo estruturalismo, o que o leva a negligenciar a análise detalhada das situações de interacção e da sua contribuição para o processo de construção social da realidade.

E é tentando recuperar esse procedimento que nos desafiámos neste nosso trabalho, já que este ronda a construção social em torno da prática do consumo vínico, ele próprio, construído em termos das próprias disposições de facto.

Ao atribuir aos agentes um papel eminentemente passivo na formação do mundo social, Bourdieu remete para segundo plano a questão da reflexividade dos sujeitos, negligenciando também a discussão em torno do problema da produção local e situada de fenómenos de inovação e mudança social. Sempre que opõe a uma "verdadeira realidade" (objectiva) uma "falsa realidade" (subjectiva), Bourdieu parece também resvalar para o mesmo objectivismo mecanicista que tanto é criticado por ele próprio, o que não deixa de ser paradoxal[486].

A crítica severa a que Bourdieu submete a sociologia fenomenológica de Schütz, a etnometodologia de Garfinkel ou o interaccionismo de Goffman não deve, contudo, fazer-nos pensar que não existem proximidades entre estas

[484] Pierre Bourdieu, *Meditações Pascalianas*, cit., pp. 130-131. Aspas do autor.
[485] Cf. Pierre Bourdieu, *Meditações Pascalianas*, cit., pp. 133 e segs.
[486] Cf. Philippe Corcuff, *As Novas Sociologias*, cit., pp. 49-50.

perspectivas e a teoria da prática proposta pelo sociólogo francês. Aliás, Bourdieu faz questão de sublinhar que o modo de conhecimento praxeológico integra as aquisições do modo de conhecimento fenomenológico, particularmente a crítica que este último dirige ao teoricismo e intelectualismo característicos das perspectivas objectivistas. Na linha de Schütz e Garfinkel, Bourdieu rejeita a substituição da análise da realidade social por uma produção teórica "pura" capaz de dar conta das práticas a partir de uma posição de (suposta) exterioridade e independência[487]. Isto porque, neste panorama, a acção – a prática – estaria submetida a uma "relação teórica e intelectual" transportada para o agente. Ora, a este tipo de relação, circunscrita à produção teórica pura já aludida, o autor contrapõe, privilegiando, "*uma relação prática com a prática*"[488]. Neste sentido, Bourdieu aproxima-se da crítica que Garfinkel faz às perspectivas que transformam os agentes em "idiotas culturais" completamente subordinados aos constrangimentos das estruturas objectivas, ainda que se afaste totalmente da concepção de ciência daquele etnometodólogo, como tivemos já oportunidade de sublinhar.

A noção bourdiana de "sentido de jogo" é outro dos pontos em que parece ser possível vislumbrar influências das propostas de raiz fenomenológica. Entendido como uma "forma particularmente exemplar de sentido prático como ajustamento antecipado às exigências de um campo, aquilo que a linguagem desportiva chama «sentido de jogo» (enquanto «sentido de posicionamento», arte de «antecipar», etc.) dá-nos uma ideia bastante exacta do encontro quase miraculoso entre o habitus e um campo, entre a história incorporada e a história objectivada, [encontro] que torna possível a *antecipação* quase perfeita do futuro inscrito em todas as configurações concretas de um espaço de jogo."[489]

Definido deste modo, o "sentido de jogo" de que fala Bourdieu parece aproximar-se da noção schütziana de "stock de conhecimento", com a qual partilha a ideia de que os agentes são capazes de tornar familiar o mundo que os

---

[487] Cf. Jean-Louis Fabiani, "L' expérimentation improbable. Remarques sur la sociologie française dans ses rapports avec l' ethnométhodologie", in Michel de Fornel, Albert Ogien, Louis Queré (dirs.), *L' Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, cit., p. 284.
[488] Cf. Philippe Corcuff, *As Novas Sociologias*, cit., p. 46 (itálicos do autor).
[489] Pierre Bourdieu, *Le Sens Pratique*, cit., p. 111 (itálicos, aspas e parêntesis do autor).

rodeia, interpretando e resolvendo os problemas e situações quotidianas em que se vêem envolvidos. A imagem do agente dotado de um "sentido de jogo" capaz de lhe permitir antecipar o curso do jogo social e assim definir uma orientação e um conjunto de comportamentos adequados às exigências do campo remete também para o modo como é apresentado o actor goffmaniano. Goffman vê o actor social como alguém empenhado em fazer cumprir o normal curso da interacção (pense-se, a propósito, nas proximidades desta perspectiva com a noção de "*ilussio*" de que fala Bourdieu, definida como "*investimento* no jogo e no que está em jogo", como "*interesse* para o jogo" e "adesão aos pressupostos – *doxa* – do jogo"[490]), alguém que tem consciência da sua posição e do seu papel e que sabe – ou, pelo menos, procura – reagir adequadamente às condições específicas das múltiplas situações de interacção em que se vê quotidianamente envolvido. Bourdieu destaca, aliás, a proximidade entre a sua noção de "sentido prático" e a noção goffmaniana de "sense of one's place", uma vez que considera que "cada agente tem um conhecimento prático, corporal, da sua posição no espaço social, um *sense of one's place*, como diz Goffman, um *sentido do seu lugar* (actual e potencial), convertido num *sentido de colocação* que comanda a sua experiência do lugar ocupado, definido absoluta e sobretudo relacionalmente, como estatuto, e os comportamentos a ter para o manter (...) e a ele se ater (...)"[491].

A proximidade da noção bourdiana de "sentido de jogo" com algumas das noções oriundas das propostas de autores como Schütz ou Goffman contribui para destacar uma vez mais a necessidade que existe de aprofundar o desenvolvimento de visões eclécticas e plurifacetadas dos fenómenos sociais. A consciência do processo dialéctico que une posições e disposições, história objectivada e história incorporada, campos e *habitus*, contextos objectivos e situações de interacção, torna indiscutível a importância da adopção de um olhar sociológico que concilie perspectivas aparentemente antagónicas e promova novas articulações entre a *micro* e a *macrossociologia*. Aaron Cicourel frisa, a propósito desta questão, que "uma microssociologia não pode pretender estudar a interacção social como uma produção local e auto-suficiente, tal como os

[490] Pierre Bourdieu, *Le Sens Pratique*, cit., p. 111 (itálicos do autor).
[491] Pierre Bourdieu, *Meditações Pascalianas*, cit., p. 164. (Itálicos do autor).

teóricos do macro não podem ignorar os processos micro"[492]. Se é certo que, como sustenta Pierre Bourdieu, não podemos deixar de procurar a todo o momento historicizar as situações de interacção, não deixa de ser igualmente correcto afirmar que é imprescindível estudar a contribuição localmente produzida dos agentes para a actualização e renovação permanente das estruturas sociais, inserindo na análise sociológica do quotidiano os aspectos interaccionais, cognitivos e linguísticos[493].

Como nota final ocorre-nos, então, que temos sempre presente a complexidade da realidade social e com isso está também a complexidade do próprio conhecimento que dela se vai extraindo. Ora, as propostas teóricas, correntes e escolas que se vão debruçando sobre o conhecimento do real, produção do conhecimento e produções quotidianas quer do social quer do conhecimento do social, não são passíveis de o abarcar na sua totalidade e complexidade, dado que esse todo global nos transcende completamente.
Assim sendo, somos levados a esboçar posicionamentos, cada vez mais finos, que porém, não partem do nada e são passíveis de se complementarem uns aos outros. É assim que, parcelarmente, nos vamos inspirando em avanços prévios já conseguidos, tentando ir cada vez mais longe. Não perdemos de vista, contudo, a necessidade última de fragmentar o real, tentando por essa via, abarcá-lo. E a fragmentação, sendo metodológica, arrasa completamente qualquer aspiração de conhecimento último, definitivo e fechado em si mesmo. Motivo pelo qual não pactuamos com fronteiras teóricas, procurando antes, estabelecer pontes reconhecendo o que de válido existe em cada contributo prestado. Não se trata, a nosso ver, de vertentes exclusivas entre si. Micro e macro não são vistos por nós como sendo opostos exclusivos, divorciados um do outro. O micro emerge do macro e é com toda a humildade científica que não preterimos um posicionamento face ao outro; antes os articulamos, dentro e a propósito da nossa meta a atingir – a vertente social dos consumos vínicos em espaços semi-públicos.

---

[492] Aaron V. Cicourel, "Notes on the integration of micro and macro levels of analysis", in K. Knorr-Certina e A. V. Cicourel (eds.), *Advances in Social Theory and Methodology. Towards an integration of micro and macro-sociologies*, cit., p. 53.
[493] Sobre esta questão, vd., por exemplo, Philippe Corcuff, *As Novas Sociologias*, pp. 77-79.

CAPÍTULO 3

CARRIS METODOLÓGICOS

"Contra o mito de uma comunicação transparente e desprovida de pressupostos, é necessário lembrar que toda a relação social entre agentes envolve condições sociais de possibilidade e efectua-se segundo modalidades que exigem ser consideradas como socialmente determinadas. (...) Longe de flutuar como uma inspiração longínqua, a construção do objecto encontra-se incorporada no olhar do sociólogo, em seu modo de apresentação, nas perguntas formuladas e, até mesmo, nos silêncios, ingenuidades propositais ou provocações..."

Louis Pinto *Iniciação à Prática Sociológica*

3.1. - Considerações preambulares

Qualquer trabalho de natureza científica exige considerável clarificação quanto aos processos adoptados para o implementar, tendo em vista os *outputs* que, em termos de respostas, se pretendem alcançar. Aprendemos, com José Madureira Pinto, que o trabalho científico é uma actividade produtiva que tem em vista um determinado produto. Ora, o produto alcançado é fortemente condicionado pelo *caminho* percorrido pelo investigador. E ao longo de todo o nosso trajecto académico e científico, também ficou claro, que não há um caminho único para a investigação. Esta é exequível através de uma pluralidade de orientações metodológicas possíveis, entre outras. Nesta pesquisa, o caminho foi traçado, recorrendo-se, então, a uma combinação específica de estratégias processuais a nível de teoria, métodos e técnicas[494] - meios de trabalho a que um investigador pode e deve recorrer[495] para levar o seu trabalho a bom porto, isto é, para fazer avançar o conhecimento que pretende obter da realidade.

Este trabalho, contou, por conseguinte, com o que Burgess denomina de "estratégias múltiplas de pesquisa"[496] adoptadas à partida de forma tão rigorosa quanto possível e norteadas pelo que apelidamos de carris metodológicos. Sobre esta actuação é elucidativo o posicionamento de Ferreira de Almeida e de Madureira Pinto ao considerarem que "os diversos métodos organizam (...) criticamente, as práticas de investigação. O seu campo de incidência é constituído pelas operações propriamente técnicas, das quais portanto se distinguem. A função do método, numa formação científica básica dada, consiste fundamentalmente em operar a selecção das técnicas de

[494] Este mesmo posicionamento, sendo hoje consensual no domínio das Ciências Sociais, pode ser encontrado em autores vários; veja-se, por exemplo, Denzin, Norman K. e Lincoln, Yvonnas S., "Introduction: entering the field of qualitative research, *in* Denzin, Norman K. e Lincoln, Yvonnas S. (Editors), *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage Publications, 1994, pp. 2-3, onde os autores denominam esta combinação por "triangulação". Também Robert G. Burgess se refere à importância da triangulação numa pesquisa, enquanto complementaridade de métodos, fontes e teorias de modo a enriquecer a abordagem em curso e o próprio "desenho da pesquisa"; cf. Robert G. Burgess, *A Pesquisa de Terreno. Uma Introdução*, Oeiras, Celta, 1997, pp. 157-160. Ver também Teixeira Fernandes, "Alguns desafios teórico-metodológicos", *in Sociologia, Revista da Faculdade e Letras* nº 6 e João Ferreira de Almeida e José Madureira Pinto, *A Investigação nas Ciências Sociais*, Lisboa, Presença, 1989.

[495] Cf. José Madureira Pinto, *A Investigação nas Ciências Sociais*, cit., p. 19.

[496] Robert G. Burgess, *A Pesquisa de Terreno. Uma Introdução*, Oeiras, Celta, 1997, p, 158.

pesquisa a aplicar por referência ao objecto e à teoria que o constrói, em determinar-lhes os limites e as condições úteis de exercício, em relacionar e integrar os resultados obtidos."[497]

Deste modo, a recolha de informação, suportada e legitimada por pressupostos teóricos, conta com um maior enriquecimento se confrontada de forma dialogante com esses mesmos pressupostos teóricos. Adoptando esta estratégia de acção, concede-se não só à teoria "o papel de comando"[498] na pesquisa, actuação cara a José Madureira Pinto, como também assentamos o seu decurso num diálogo constante entre teoria e empíria. Desta articulação, processo dinâmico porque em construção, emerge a própria construção da problemática teórica - "conjunto estruturado de questões"[499]. É, então, a problemática teórica que delimita um conjunto de problemas inscritos numa determinada área do saber – a área que lhe é afim. Só daqui, e neste campo delimitado, pode surgir novo corpo conceptual. Lembram aqueles autores que o conjunto de problemas acima referido é fruto duma articulação entre condições teóricas e condições sociais[500], sendo estas entendidas como o conjunto de estruturas e práticas, de vária dimensão e a nível macro – políticas, económicas, culturais... – presentes, e que não só interferirão como influenciarão todo o percurso da pesquisa[501].

Inevitavelmente, segundo os preceitos básicos inerentes a uma qualquer investigação[502], esta pesquisa foi precedida pela teoria. Contudo, e no seguimento do que considera Claude Javeau, as ideias, os problemas, conjecturas e desafios não surgem do nada nem totalmente tecidas perante o

---

[497] João Ferreira de Almeida e José Madureira Pinto, *A Investigação nas Ciências Sociais*, cit., p. 19. Mais à frente os autores referem a importância da metodologia enquanto "organização crítica das práticas de investigação" (p. 84), alimentando-se, aquela, "dos métodos, dos percursos já feitos, retirando deles a novidade produtiva." (p. 85)

[498] João Ferreira de Almeida e Madureira Pinto, *A Investigação nas Ciências Sociais*, cit., p. 88. Em páginas anteriores os autores abrem um capítulo justamente com uma ilustração sobre "a função de comando da teoria", cf. pp. 81 e seguintes, onde os autores desenvolvem este assunto (pp. 81-84). Num outro local, ao autores reforçam enfaticamente, e face à prática científica, a importância do papel da teoria – "matriz teórica em sentido estrito" – enquanto "conjunto organizado de conceitos e relações entre conceitos *substantivos*, isto é, referidos directa ou indirectamente ao real." Cf. João Ferreira de Almeida e Madureira Pinto, "Da teoria à investigação empírica. Problemas metodológicos gerais", *in* João Ferreira de Almeida e Madureira Pinto (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Afrontamento, 1986, pp. 55; sobre a teoria enquanto comando numa investigação, ver nesta mesma fonte as pp. 62-65.

[499] João Ferreira de Almeida e Madureira Pinto, *A Investigação nas Ciências Sociais*, cit., p. 64.

[500] Cf. João Ferreira de Almeida e Madureira Pinto, *A Investigação nas Ciências Sociais*, cit., p. 64.

[501] Cf. João Ferreira de Almeida e Madureira Pinto, *A Investigação nas Ciências Sociais*, cit., pp. 61-62.

[502] Para além dos autores já referidos ver também, a este propósito, Claude Javeau, *Lições de Sociologia*, Oeiras, Celta, 1998, p. 44.

investigador. Assim, também nós não rejeitámos ensinamentos provenientes da empíria[503], quer em momentos que antecederam a discussão subjacente à investigação, quer no decurso da própria investigação. Para isto muito contribuiu a dança estabelecida entre teoria e empíria, ou, se preferirmos, "um vaivém, entre o nível do conceito e o das recolhas empíricas."[504] As múltiplas idas ao terreno, tanto em fase ainda preliminar de investigação como no decurso da própria investigação foram fundamentais a este nível.

Pese embora o norteamento prestado pela teoria no arranque da pesquisa, é o desenvolvimento desta que poderá enriquecer e fazer avançar a teoria, sempre interligada com o real em conhecimento. Neste sentido, considera Teixeira Fernandes que "a configuração da realidade está na base da elaboração de modelos teóricos"[505], que por sua vez, acrescentamos nós, refluem não só na configuração do real mas também no conhecimento que dele vamos obtendo. Ora, os modelos teóricos assentam, implícita ou explicitamente, em hipóteses inerentes à construção do conhecimento que se pretende obter com o objecto de investigação. Assim se compreende que aqueles não sejam construídos "à primeira vista e de uma vez por todas. A sua configuração dependerá de um vaivém entre os dados empiricamente recolhidos e a construção intelectual."[506] Por conseguinte, é do cruzamento entre a própria realidade social e o esforço teórico, que vai emergindo um modelo, que se pretende heurístico, face ao objecto de estudo. E este diálogo constante, esteve presente no decurso desta pesquisa, permitindo-nos construir o modelo de análise teórica que figura na página seguinte (Figura 3.1) que pretende esquematizar, duma forma global, interligações teóricas que funcionaram como ponto de partida, e/ou como contextualização teórica, ao desenvolvimento empírico deste estudo; lembremos que o desenvolvimento teórico abarcado pelos capítulos anteriores está subjacente, tendo sido elementar para o traçado deste modelo de análise, que não foi construído nem *à priori*, nem de uma vez por todas; pelo contrário, este modelo, a partir do seu esboço,

[503] Sobre isto, Claude Javeau lembra que "não convém que repudiemos categoricamente todo e qualquer ensinamento da empíria". Claude Javeau, *Lições de Sociologia*, cit., p. 43.
[504] Claude Javeau, *Lições de Sociologia*, cit., p. 43.
[505] Teixeira Fernandes, "Alguns desafios teórico-metodológicos", *in Sociologia, Revista da Faculdade e Letras* nº 6, 1 p. 193.
[506] Claude Javeau, *Lições de Sociologia*, cit., p. 76.

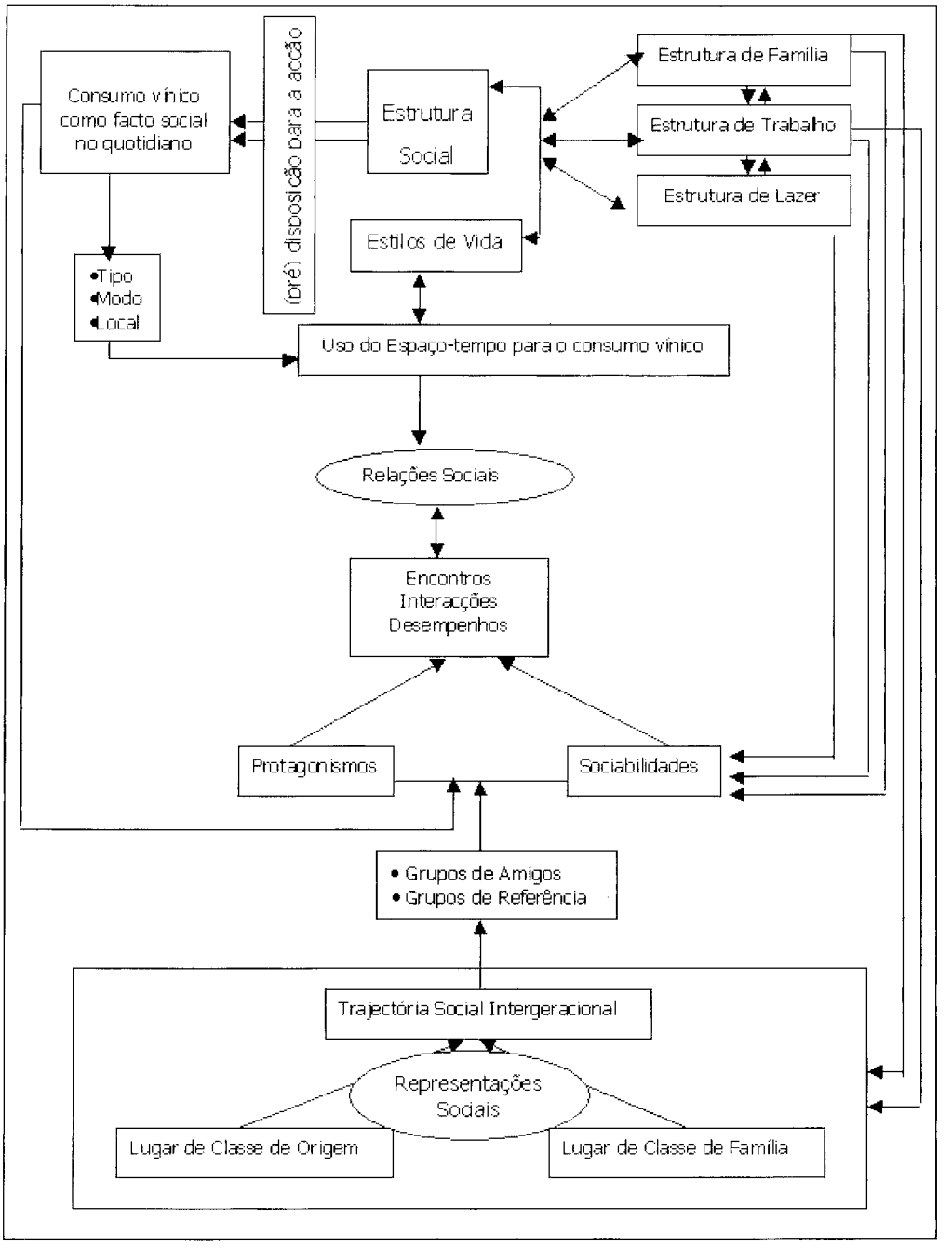
passou por aperfeiçoamentos vários, tendo *crescido* com o aprofundamento dos eixos teóricos principais[507] projectados no terreno e com cruzamentos de vaivém entre este e aqueles. Aliás, são precisamente os dois capítulos anteriores que permitem a leitura deste modelo em termos compreensivos, uma vez que esses capítulos, que podem ser considerados o grande "pólo teórico" desta investigação, correspondem "à grande instância metodológica em que as hipóteses se organizam e em que os conceitos se definem."[508] Aqui, definem-se propostas interpretativas dos factos sociais, estabelecem-se interligações conceptuais, enfim, privilegiam-se soluções provisórias que deverão ser testadas através da prova conclusiva que se procura[509].

[507] Ou "teoria principal" para utilizar a expressão de João Ferreira de Almeida e José Madureira Pinto como se pode constatar em João Ferreira de Almeida e Madureira Pinto, "Da teoria à investigação empírica. Problemas metodológicos gerais", cit., p. 58; de notar que à teoria principal juntam-se, sempre que justificado, as chamadas "teorias auxiliares", cujo papel incide em "esboçar respostas adequadas" a determinadas questões levantadas, sem que, contudo, se substituam à teoria principal. (pp. 58-59).

[508] Michelle Lessard-Hérbert, Gabrile Goyette e Gérald Boutin, *Investigação-qualitatia. Fundamentos e Práticas*, Lisboa, Instituto Piaget, 1994, p. 21.

[509] Cf. Michelle Lessard-Hérbert, Gabrile Goyette e Gérald Boutin, *Investigação-qualitatia*, cit., p. 21.

Figura 3.1. - Modelo de análise



A já referida imagem de vaivém, entre teoria e empíria, transversalizada por métodos de implementação e técnicas de recolha, é útil para se perceber a

clareza em curso no que respeita ao real que se pretende *descortinar*. E a ideia é mesmo essa: uma cortina que encobre algo que é desejável estar à vista para um maior conhecimento, e mais aprofundado, da realidade em que nos inserimos. Tentar conhecer a realidade passa por um processo de construção dessa mesma realidade, pelo que a ela não serão alheias nem a perspectiva de abordagem nem a prática accional adoptadas. Paradigmas teóricos e modelos de análise são passíveis, também, de contribuir para a construção da realidade no sentido de se enformarem com maior visibilidade os seus contornos e a sua configuração.

Assim, num trabalho desta natureza, é útil ter-se presente a premência dum traçado metodológico tão rigoroso quanto a própria pesquisa o permita. Uma aparelhagem desta natureza, montada de início, carrila todo o aspecto processual, actuando como uma bússola. Teixeira Fernandes perspectiva esta problemática da mesma forma, considerando mesmo que "as questões metodológicas assumem uma importância redobrada quando a realidade não apresenta uma configuração claramente definida, (...) e o cientista não se limita a constatar factos, mas busca a sua compreensão através do sentido que eles veiculam. Procurar a significação é, de certo modo, perscrutar os motivos ou as razões que estão na origem das condutas."[510]

Posto isto, explicitemos que, dada a complexidade do objecto de estudo e tendo em conta os objectivos que se pretenderam atingir, adoptou-se, como base de pesquisa, o recurso combinado a metodologias de análise complementares, quer de cariz intensiva, quer de cariz extensiva; assim, dada a exigência aqui conferida, optámos pela articulação entre metodologias qualitativas e quantitativas, dando-lhes, consoante o momento da investigação, atenções diferenciadas, como se poderá testemunhar ao longo do desenvolvimento desta pesquisa. Neste sentido concordamos com Teixeira Fernandes, segundo o qual é em função do objecto de estudo que se definem

[510] Teixeira Fernandes, "Alguns desafios teórico-metodológicos", cit., p. 197.

os métodos de pesquisa, tratando-se de uma escolha "ditada pelo corpo teórico utilizado e pela angulação ou pela óptica que se deseja utilizar"[511].
Inseridas num tratamento quantitativista, as regularidades estatísticas advindas de questionamentos junto do alvo humano delimitado, foram, então, enriquecidas pela complementaridade qualitativa, cujos parâmetros accionais têm as suas raízes no património teórico sociológico.

A combinatória metodológica entre técnicas quantitativas e técnicas qualitativas presente neste trabalho foi um procedimento que nos ocupou sensivelmente um período temporal de quase dois anos, como explanaremos adiante. Os factos sociais em estudo e em busca, impediram-nos de seguir uma via exclusivista, como outrora já fora lei[512]. Como considera António Teixeira Fernandes, "torna-se discutível a capacidade das estatísticas para discernir a realidade, passando a atingi-la numa parte muito limitada"[513]. É por isso que, não obstante o forte contributo que dão à sociologia, os métodos quantitativos revelam-se, por outro lado, insuficientes, requerendo uma complementarização qualitativa[514]. É neste sentido que o autor considera que "a exploração de técnicas quantitativas oferece à ciência uma indispensável base empírica de apoio. O recurso às análises qualitativas abre a via ao emaranhado dos sentidos que tornam compreensíveis as sociedades, e que não são menos empíricos do que os primeiros", sendo ambos os procedimentos indispensáveis a um trabalho sociológico construtivista[515].

E actualmente, pode mesmo ter-se como certo, que o avanço no conhecimento sociológico só ganha com uma atitude metodológica de complementaridade, de combinação, de diálogo, de vaivém entre quantidade e qualidade no que respeita à recolha de informação. Optar apenas por um destes caminhos numa pesquisa em curso nos dias que correm, enformaria decerto, de deficiências lamentáveis, de amputações desnecessárias, uma vez

---

[511] António Teixeira Fernandes, "Alguns desafios teórico-metodológicos", cit., p. 208.
[512] Sobre procedimentos enraizados numa abordagem positivista, com inerente valorização dos números, da quantidade – método quantitativo – ou na abordagem compreensiva, do individualismo metodológico – método qualitativo -, ver Teixeira Fernandes "Alguns desafios teórico-metodológicos", cit., pp. 193-212. Sobre o "primado das técnicas quantitativas", no auge nas décadas de 60-70 - quase mítico, acrescentamos nós – e sobre a sua atenuação por interposta entrada nos palcos metodológicos das técnicas qualitativas, ver Claude Javeau, *Lições de Sociologia*, cit., p. 91. Sobre a tipologia das técnicas propriamente ditas ver, do mesmo autor e obra as pp. 74 e 89-91.
[513] António Teixeira Fernandes, "Alguns desafios teórico-metodológicos", cit., p. 201.
[514] Cf. António Teixeira Fernandes, "Alguns desafios teórico-metodológicos", cit., p. 207.
[515] António Teixeira Fernandes, "Alguns desafios teórico-metodológicos", cit., p. 208.

que o real não é passível de captação com recurso apenas a uma via constitutiva. Diríamos mesmo que, e juntamente com Teixeira Fernandes, o desafio na investigação em ciências sociais incide na perícia com que se combinam procedimentos face ao objecto de estudo e não na persistência limitadora da escolha de apenas um deles[516].

Em seguida, mostraremos como foi posta em prática a estratégia metodológica inerente à recolha de informação.

3.2. Plano de acção para recolha de informação: estratégias metodológicas

O estudo que nos propusemos realizar, e que aqui damos conta, passou por uma prolongada pesquisa de terreno[517] por parte da investigadora. A observação no local permitiu-nos, assim, uma recolha profícua de informação útil às nossas preocupações científicas, para a qual foi fundamental um registo organizado e sistematizado. Foi este procedimento que nos permitiu conhecer e seleccionar os contextos sociais a investigar, para conhecimento e aprofundamento das dinâmicas sociais que, a propósito das nossas questões axiais de partida, aí emergem no quotidiano.

Como contextos de acção para observação empírica foram eleitos os Centros Históricos das cidades do Porto e de Vila Nova de Gaia. Esta opção ficou a dever-se, por um lado, à riqueza de concentração, nestes espaços geográficos, de estabelecimentos inseridos na categoria bebidas e/ou bebidas e restauração; por outro, após um estudo estatístico sobre a questão, constatou-se uma quase contiguidade entre estes dois Centros Históricos, interrompidos apenas pelo rio Douro[518].

---

[516] Cf. António Teixeira Fernandes, "Alguns desafios teórico-metodológicos", cit., p. 198.

[517] Sobre pesquisa no terreno, método, recolha e registo de informação, ver, por exemplo, António Firmino da Costa, "A pesquisa de terreno em sociologia", in João Ferreira de Almeida e Madureira Pinto (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Afrontamento, 1986, pp. 129-148; Robert G. Burgess, *A Pesquisa de Terreno. Uma Introdução*, cit.

[518] Este assunto será explanado de forma mais desenvolvida no capítulo 6, a propósito da caracterização destes Centros Históricos.

3.2.1. Centralidade técnico-metodológica

Na prossecução do trabalho, combinaram-se, de forma complementar, diferentes técnicas de recolha de informação que foram alvo de tratamento numa perspectiva de análise quer qualitativa, quer quantitativa, como acima já ficou referido. Neste sentido, a estratégia que se seguiu encontrou o seu maior suporte metodológico em quatro técnicas centrais à pesquisa: observação exploratória, observação directa, entrevistas e inquéritos. Passemos, então, à sua explanação.

3.2.1.1. Observação exploratória

Os primeiros passos metodológicos foram marcados por observação exploratória em espaços semi-semi-públicoss de práticas circunscritas ao vinho. Esta técnica, inserida na primeira fase do trabalho, foi implementada por um período de tempo de certa forma longo[519]. Começámos por percorrer alguns dos estabelecimentos de bebidas e/ou de bebidas e restauração na cidade do Porto, com o intuito de nos apercebermos das dinâmicas neles subjacentes. Nesta fase, as nossas visitas tiveram a duração de um *lanche* ao longo de aproximadamente 15/20 minutos, ingerido de pé e ao balcão ou num local estratégico à observação sempre que aquele não se prestasse para o efeito.

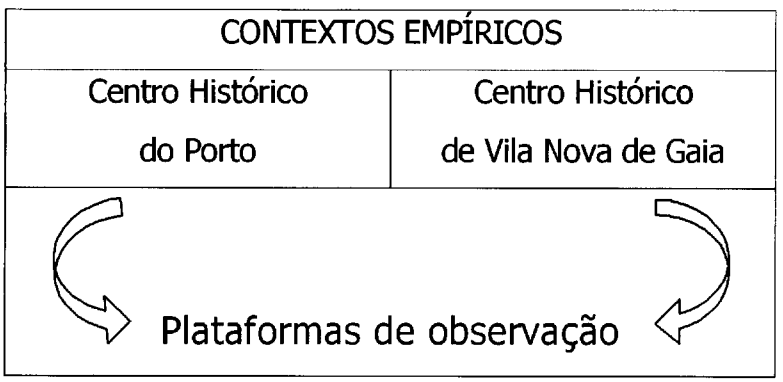
Os nossos interesses sociológicos, (e curiosidade, porque não assumi-la?) conduziram-nos posteriormente à cidade de Vila Nova de Gaia, nomeadamente ao seu Centro Histórico onde, previamente, soubéramos da existência de estabelecimentos voltados para a venda quer de vinho corrente quer de vinho do Porto. A sua especificidade levou-nos, assim, a explorar alguns daqueles, aí implantados. Nessas incursões, o bloco de notas e a caneta foram nossos companheiros fiéis, encobertos, é um facto. Contudo, a cada visita, independentemente do local onde esta se efectuasse, sucedeu-se um anotar de

[519] A nossa estreia metodológica nestes meandros data de 1996.

informação, de comentários e de pistas, trabalhados de forma catalogada e sistematizada ao fim do dia[520].

O conjunto de notas trabalhadas a propósito de cada estabelecimento visitado, inseridas numa grelha de observação provisória, que foi sendo construída, ajustada e reajustada (Anexo 1.1) ao contexto geral ao longo desta fase, deu-nos a certeza de estarmos perante contextos empiricamente válidos para operacionalizar o objecto e objectivos de estudo, tendo em conta questão de partida, objectivos e hipóteses. A Figura 3.2. permite uma primeira aproximação aos contextos empíricos, de onde foram seleccionados quatro das cinco plataformas de observação accionais.

Figura 3.2 – Contextos empíricos

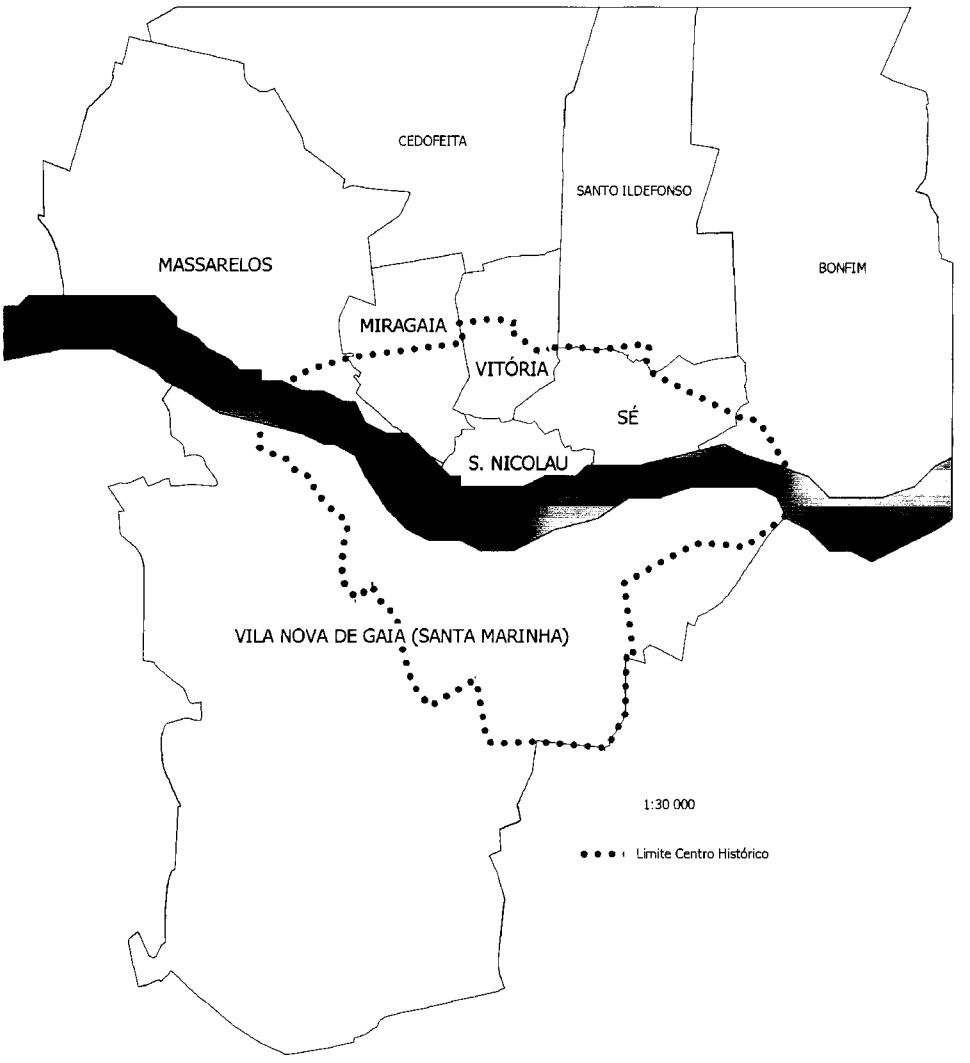


Daí, então, termos optado por *trabalhar* nestes dois Centros Históricos, do Porto e de Vila Nova de Gaia, cuja contiguidade, apenas interrompida pelo rio – Mapa 1 -, não seria alheia, decerto, a uma contiguidade social, económica, cultural e simbólica presente nos fazeres quotidianos dos sujeitos.

Em suma, começámos o nosso percurso com uma série de observações empíricas exploratórias, posteriormente submetidas a sistematização, acompanhadas quer por conversas informais, quer por entrevistas pouco ou nada estruturadas em alguns espaços semi-públicos incluídos em ambos os contextos, seguindo-se a introdução paulatina da entrevista formal e estruturada a informantes privilegiados, sempre que justificada.

[520] Qualquer manual ou mesmo artigo sobre metodologia que aborde técnicas de pesquisa alude à importância da observação ser registada e catalogada, e, num segundo momento, sistematizada, sob a pena de se descurarem dinâmicas e perder informação que se pretende obter e guardar.

Mapa 1 – Delimitação dos Centros Históricos do Porto e de Vila Nova de Gaia



Gabinete de Cartografia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto

3.2.1.2. Observação directa metódica e sistemática

3.2.1.2.1. Preparação do dispositivo de observação

Paralelamente àquela grande fase de recolha primária de informação *in loco*, que poderíamos denominar de (re)conhecimento do terreno, avançámos para o levantamento dos estabelecimentos em questão em ambos os Centros Históricos, registado, respectivamente, em dois directórios criados para o efeito. O levantamento foi efectuado com base no cruzamento da informação disponível em listas telefónicas (Páginas Amarelas), listagens disponíveis nos departamentos de emissão de alvarás das respectivas Câmaras Municipais e listagens disponíveis no serviço de informática do Governo Civil do Porto[521]. Este processo foi bastante moroso e funcionou por etapas até ser possível encontrar a nossa amostra, constituída pelos estabelecimentos de bebidas e/ou bebidas e restauração inseridos nos Centros Históricos. Todos os demais, inseridos fora dos limites destes Centros, foram excluídos.

Como havia sido constatada uma grande panóplia de designações dos estabelecimentos, oficialmente registadas em alvará, foram incluídos nos directórios os seguintes tipos de estabelecimentos: café, taberna, casa de pasto, café vinho e pastelaria, café vinho e cerveja, adega, vinhos, casa de comidas, comidas e bebidas, taberna com designação de cafetaria, bufete. Em caso de dúvida incluiu-se também restaurante e snack-bar, uma vez que o posterior percurso pedonal nos permitiria esclarecer, com base nas características do estabelecimento, da pertinência em mantê-lo ou não no directório. O Quadro 3.1. incide justamente no processo de construção da amostra em cada Centro Histórico a partir do recenseamento em papel, isto é,

[521] Realce-se que se tentou ainda obter informação na conservatória Comercial do Porto; porém, constatámos que a informação desejada estava organizada pela designação oficial e pelo respectivo número de contribuinte fiscal. Ora, a informação que nos poderia ser disponibilizada encontra-se organizada segundo critérios impossíveis de determinar, dado serem esses, precisamente, os dados que se pretendiam obter à partida, motivo pelo qual deixámos cair esta fonte possível.

da construção dos respectivos directórios de estabelecimentos de bebidas e/ou de bebidas e restauração.

Como se pode constatar, existem algumas diferenças entre o número apresentado no directório de cada freguesia e o número da amostra relativa a cada freguesia; essa diferença é mesmo gritante para Santa Marinha, culminando a sua amostra numa dimensão bastante mais restrita face ao volume de estabelecimentos inicialmente constitutivos do directório. Isso justifica-se, pela imprecisão de alvarás emitidos, pela troca de actividades efectuadas no estabelecimento a que não corresponde actualização de alvará e pelo encerramento de estabelecimentos cujos alvarás também não se encontravam actualizados.

Quadro 3.1. – Processo de construção da amostra nos Centros históricos

	Freguesias do Centro Histórico do Porto							Freguesia do C. H. V. N. Gaia
	Bonfim	Massarelos	Miragaia	S. Nicolau	Sto. Ildefonso	Sé	Vitória	Santa Marinha
a) Directório	61	24	20	44	71	66	62	537
b) Centro Histórico	-	7	20	44	-	66	62	196
c) Percurso pedonal	-	-	2	3	-	8	7	9
d) Amostra	-	4	15	29	-	37	37	50

Legenda:

- Estabelecimentos listados no directório tendo em conta a freguesia
- Estabelecimentos inseridos na parte da freguesia abrangida pelo respectivo Centro Histórico de pertença
- Estabelecimentos acrescentados ao directório aquando do percurso pedonal
- Estabelecimentos submetidos a grelha de caracterização

Em Santa Marinha acresce ainda o facto de, pela documentação disponível num primeiro momento, ter havido alguma dificuldade em se precisar, a intercepção entre os limites do Centro Histórico e os da freguesia; neste caso optou-se pelo recenseamento da freguesia total, com vista ao afinamento que

imediatamente se seguiu, já na posse de documentação mais precisa. No Centro Histórico do Porto, decidiu-se não alargar a construção do directório à totalidade da freguesia sempre que foi possível proceder com precisão à intercepção dos seus limites geográficos com os das suas freguesias; em contrapartida, procedeu-se de forma inversa relativamente a duas das freguesias - Bonfim e Sto Ildefonso - uma vez que estas duas freguesias apenas são minoritariamente abrangidas pelo Centro Histórico do Porto. Assim, a totalidade dos estabelecimentos incluídos no directório, ou não conferem as características que aqui consideramos fundamentais, ou situam-se exteriormente aos limites do Centro Histórico, motivo pelo qual os estabelecimentos destas freguesias não fazem parte da amostra.

O passo que se seguiu incidiu numa primeira abordagem exploratória à realidade dos espaços semi-públicos normalmente associados ao consumo do vinho, que, assim, foram submetidos a um teste piloto; este, que constou da caracterização de todos os estabelecimentos listados na freguesia da Vitória, foi efectuado com base em registos sistemáticos, através de uma grelha elaborada para tal (ver Anexo 1.2). Com este procedimento, que decorreu em Novembro de 1999, procurou-se perceber, o grau de aplicabilidade da grelha de caracterização a todos os estabelecimentos e/ou a necessidade de algum tipo de reformulação da mesma. A freguesia da Vitória, pode ser considerada como uma freguesia tipo neste domínio, dado ser uma das que maior número de espaços com aquela configuração apresenta. Para além daquele objectivo, este percurso proporcionou-nos o relato directo dos proprietários/gerentes desses espaços, assim como a captação de um conjunto de informação suplementar mas enriquecedora. O trabalho de campo efectuado permitiu, assim, aferir algumas ideias já existentes, eliminar eventuais preconceitos e, sobretudo, obter uma informação que consideramos fundamental para o prosseguimento do estudo, dado o carácter exploratório e de aprendizagem desta primeira abordagem no terreno. Procurámos, ainda, que as nossas visitas não se concentrassem num momento específico do dia, pelo que foram realizadas quer no período da manhã, quer após o almoço, quer durante e ao final da tarde.

Seguiu-se, então, um périplo pedonal por ambos os Centros, para a aplicação da grelha de caracterização; a aplicação desta técnica incidiu em todos os estabelecimentos existentes no circuito delimitado – tabernas, tascas, casas de pasto, afins e similares -, na freguesia da Vitória inclusive[522], tendo estes sido inscritos no observatório de análise, com a finalidade de se proceder à selecção das plataformas de observação accionais para operacionalização empírica do nosso objecto de estudo, em função da sua diferenciação, supostamente estrutural. Esta operação exigiu que os Centros Históricos do Porto e de Vila Nova de Gaia fossem completa e sistematicamente percorridos a pé, de forma a permitir não só a aplicação das grelhas[523] como também colmatar lacunas no que respeita ao levantamento dos estabelecimentos, uma vez que ainda foram acrescentados alguns casos que não constavam das listagens levantadas, por, tudo o leva a crer, não terem alvará actualizado nem constarem das listagens a que tivemos acesso. Por outro lado, houve estabelecimentos que, pese embora o facto de integrarem a lista prévia, já não existiam de todo ou tinham mudado de ramo, o que nos obrigou a eliminá-los da lista respectiva.

O Quadro 3.2. dá conta do número de estabelecimentos de cada freguesia do respectivo Centro Histórico, de entre todos os que foram submetidos à grelha de caracterização.

Estes procedimentos permitiram-nos traçar um mapa dos estabelecimentos, actualizado à data e, com base neste, partir-se para o traçado de uma tipologia[524] relativa aos estabelecimentos de bebidas e/ou de bebidas e restauração, de onde se seleccionou um estabelecimento de cada Tipo, perfazendo dois estabelecimentos em cada Centro Histórico e um outro – Solar do Vinho do Porto – situado este exteriormente a este circuito.

Paralelamente àquele procedimento, construiu-se previamente uma grelha de observação para registos sistemáticos de práticas circunscritas ao vinho e a

[522] É de sublinhar que a freguesia da Vitória foi alvo de uma dupla aplicação da grelha de caracterização. Note-se que a primeira delas, na qualidade de teste, não pode ser considerada definitiva uma vez que o reajustamento da grelha ditou-nos, pelo rigor e bom senso, a necessidade de nova aplicação em igualdade de circunstâncias face à aplicação da grelha nas restantes freguesias e no mesmo tempo de operação.

[523] Esclareçamos que foram duas as grelhas construídas; uma delas – a grelha de caracterização - foi aplicada a todos os estabelecimentos constantes dos Centros Históricos; a outra – a grelha de observação – submeteu apenas alguns dos estabelecimentos e, posteriormente, numa fase mais avançada do trabalho, submeteu as plataformas de actuação já seleccionados, de forma mais sistemática, ao seu registo.

[524] Adiante será dado conta deste passo em pormenor.

lógicas simbólico-comportamentais (Anexo 1.1, já aqui evidenciado). Estava montado, então, um primeiro dispositivo de observação.

Quadro 3.2. – Número de estabelecimentos por freguesia em cada Centro Histórico submetido a grelha de caracterização

ESTABELECIMENTOS SUBMETIDOS A GRELHA DE CARACTERIZAÇÃO1			TOTAL
CENTROS HISTÓRICOS	FREGUESIAS		
DO PORTO	Massarelos	4	
	Miragaia	15	
	S. Nicolau	29	
	Sé	37	
	Vitória	37	
	Total	122	
DE V. N. GAIA	Stª Marinha	50	172

3.2.1.2.2. Concretização do dispositivo de observação

A observação directa justifica-se uma vez que, esta técnica adquire centralidade relativamente a uma primeira aproximação à identificação e demarcação de grupos sociais habituais a cada contexto; para além disso, cruzada com outras técnicas, também centrais neste projecto, deu um forte contributo relativamente à caracterização de estilos de vida bem como de produções quotidianas específicas em torno de vinhos em particular e em torno de práticas alcoólicas em geral. Acresce o facto de alguns destes objectivos, ganharem visibilidade, passível de se traduzir em entendimento sociológico, quando observados directamente nestes contextos específicos. São exemplo, entre outros, e como já tivemos oportunidade de referir de forma desenvolvida: práticas circunscritas a vinhos; identidades e sociabilidades; grupos de referência, aspirações sociais e estratégias de legitimação social; apropriações, disposições, lógicas simbólico-comportamentais e relações de poder; simbolismos, ritualizações, cerimoniais e estratégias.

Nesta fase as idas ao terreno sucederam-se, repetindo-se as visitas a alguns dos estabelecimentos. O intuito aqui presente esteve na posterior selecção dos estabelecimentos com que iríamos trabalhar empiricamente. Constatou-se que a selecção do estabelecimento relativo a cada Tipo não poderia ser efectuada de forma aleatória, como primeiramente havíamos delineado, uma vez que, empiricamente, nem todos se apresentavam com o traço necessário para integrar a nossa amostra. Referimo-nos à *carteira de clientes*; isto é, a dimensão da clientela, em alguns casos, era extremamente reduzida, o que funcionou, desde logo, como obstáculo à sua selecção. Note-se que, nestes casos, e mesmo partindo do princípio que todos os clientes se prestariam a integrar a nossa amostra, esta corresponderia ao universo de clientes[525], constituindo a sua dimensão um número bastante inferior ao estabelecido pelas cotas.

Ora, uma vez seleccionados os cinco estabelecimentos - as plataformas de observação como acima os denominámos - constituintes de cada contexto empírico, a observação directa impôs-se de novo, agora de forma mais sistematizada, e para a qual contaram registos também sistematizados na grelha de observação assumida agora como definitiva nesta pesquisa (Anexo 1.1). Assim, as *visitas* aos respectivos estabelecimentos sucederam-se, a partir da sua selecção até ao término do levantamento empírico. Após cada visita impôs-se, na respectiva grelha, o registo sistemático da informação obtida com a observação efectuada.

Há, porém, a salientar uma *nuance* neste procedimento, no respeitante ao estabelecimento integrado no V Tipo – o Solar do Vinho do Porto. O facto de, na qualidade de bar de luxo circunscrito à prática do consumo do vinho do Porto, ser o único à data, e radicalmente diferente dos demais nas cidades cenário de onde se extraiu a empíria, levou-nos a sistematizar e a prolongar o plano metodológico neste micro contexto por um ano, com intervalos entre si. Justifica-se esta estratégia pelo facto de estarmos perante, como já o dissemos, o único

[525] Não deixa de ser curioso, e problemático do ponto de vista dos proprietários, o facto de alguns destes estabelecimentos sobreviverem à custa de um reduzidíssimo número de clientes que repetem as suas visitas ao estabelecimento ou mesmo aí vão permanecendo horas a fio. Nestes casos é a mesma *meia dúzia* de clientes que mantém a porta do estabelecimento aberta, ficando assim comprometida a sua actividade por não renovação de clientela. Registámos mesmo casos em que, aquando da nossa primeira visita já fôramos alertados para uma muito próxima cessação de actividade nesse estabelecimento precisamente por falta de clientes que justificasse a *porta aberta* no estabelecimento. Efectivamente, numa segunda visita, o estabelecimento já havia encerrado definitivamente a sua actividade encontrando-se para venda ou trespasse.

estabelecimento, à data, existente nas duas cidades entre as quais delimitámos o espaço empírico inerente à prossecução do nosso estudo. Assim, entendemos por bem reforçar as observações neste último espaço, medida que nos pareceu necessária face aos restantes, uma vez que as observações exploratórias que antecederam este estudo multiplicaram espaços afins aos demais. Estas observações também foram precedidas de uma fase exploratória, onde também foi testada a mesma grelha de observação usada nos restantes estabelecimentos, para registos sistemáticos. Isto é, independentemente do micro contexto em causa, os instrumentos construídos para captar informação – grelhas de caracterização e de observação, e inquérito - foram rigorosamente os mesmos, já que pretendemos proceder a uma comparação entre eles. Contudo, aqui, pelos motivos referidos, as observações obedeceram a um plano bastante mais rigoroso face às demais plataformas de observação, que passamos a descrever.

Tendo a preocupação de estender as observações no Solar do Vinho do Porto por um período de um ano, como já referimos, considerámos pertinente reparti-las ao longo desse ano de trabalho de forma o mais equitativa possível, tentando, com este procedimento, não acumular as observações em nenhum período específico. Colocou-se-nos então uma pertinente questão metodológica: como encontrar os períodos de observação sem cair totalmente numa aleatoriedade que poderia distorcer totalmente os resultados em termos de observação?

Ora, a resposta a esta questão teve em consideração dois aspectos: i) ao domingo, este estabelecimento fecha as suas portas ao público abrindo-as, no resto da semana, às 14 horas e fechando às 24 horas; ii) o segundo aspecto refere-se à possibilidade de a sua clientela oscilar ao longo do ano. Assim, dividindo o período diário de abertura ao público em sub-períodos de duas horas, obteríamos cinco momentos para observação em cada um dos seis dias da semana em que o estabelecimento está aberto ao público. Cruzámos então estas duas variáveis num quadro de dupla entrada, tendo daqui resultado os momentos efectivos para observação, uma vez que se decidiu preencher todos os períodos

horários para cada dia da semana. Estabeleceu-se, porém, que nas observações não se repetiriam células, isto é, não se repetiria o cruzamento do dia da semana com o período horário. A melhor forma de o conseguir foi adoptar um sistema de observação sequencial em espiral, em que se utilizou uma semana consecutiva para observação diária, de dois em dois meses, como à frente explicitaremos. Cada dia da semana observada incidiu num sub-período de duas horas, como se pode verificar pelo Quadro 3.3, relativo à distribuição de observações. Destas combinações resultaram cinco semanas concretas para observação, tendo sido atribuído um código a cada uma dessas semanas.

Quadro 3.3 - Número e código da semana em que se efectua a observação

	2ª Feira	3ª Feira	4ª Feira	5ª Feira	6ª Feira	Sábado
14-16 h	4	3			2	4
16-18 h	2	4	3	5		2
18-20 h		2	4	3	5	
20-22 h	5		2	4	3	
22-24 h	3	5		2	4	3

Legenda		2ª semana	3ª semana	4ª semana	5ª semana

Assim, tentando evitar distorções introduzidas por acontecimentos específicos, eliminaram-se dois meses cruciais: Dezembro, dada a época natalícia em que se insere, e Agosto, dado ser o mês de férias por excelência de uma boa parte dos portugueses. Optou-se por repartir as cinco semanas de observação de forma equitativa, ao longo dos meses restantes pois desse modo conseguimos a representação das quatro estações do ano; a melhor forma encontrada para o efeito foi efectuar a observação em alternância mensal. Demos início ao processo no mês de Novembro de 1999, suspendemo-la em Janeiro; recomeçamos em Fevereiro, suspendemos em Março, e assim sucessivamente, até finalizarmos este pacote de observações sistematizadas em

Setembro, quinta e última série do mapa das observações inicialmente traçado. O registo dos dias efectivos de observação pode ser apreciado no Quadro 3.4.

Quadro 3.4 – Registo dos dias relativos às observações sistematizadas

Horas / Dias	14-16	16-18	18-20	20-22	22-24
2ª Feira	12.06.00	21.02.00	[illegible]	11.09.00	08.04.00
3ª Feira	02.04.00	13.06.00	22.02.00	[illegible]	19.09.00
4ª Feira	13.09.00	26.04.00	14.06.00	23.02.00	[illegible]
5ª Feira	[illegible]	14.09.00	27.04.00	15.06.00	24.02.00
6ª Feira	25.02.00	[illegible]	15.09.00	28.04.00	16.06.00
Sábado	17.06.00	26.02.00	[illegible]	23.09.00	29.04.00

Cada período diário de observação contou com um registo sistemático relativamente à observação efectuada e em função da grelha de observação a que já aludimos. Quando, por algum motivo, fomos impedidos de *operar* no dia da semana e hora prevista, a observação que se deveria realizar nesse período foi substituída, sendo realizada numa semana próxima, mas nos mesmos dia semanal e período horário. Posteriormente procedeu-se a um resumo semanal para melhor se poder operacionalizar a informação obtida.

3.2.1.3. Entrevistas

Paralelamente, e ainda numa fase inicial, foram aplicadas, de forma não sistematizada entrevistas exploratórias pouco estruturadas a agentes e a informantes privilegiados, para recolha de *saberes* específicos sobre a prática sociocultural aqui em questão. Dessas, algumas incidiram em momentos integrados na observação exploratória, mas prolongando-se, a sua aplicação, por diante, sempre que tal se justificou.

Posteriormente, e admitindo-se estratégias diferentes de consumo, foram accionadas entrevistas em profundidade a diferentes tipos de consumidores, tendo em linha de conta os espaços seleccionados, isto é, foi entrevistado pelo menos um frequentador-consumidor de cada espaço seleccionado (Anexo 1.3). Os proprietários/gerentes dos mesmos espaços foram, igualmente alvo, de entrevistas (Anexo 1.4). Para além dos objectivos supracitados, para os quais esta técnica se apresenta de igual modo como central (Anexo 1.5.[526]) as entrevistas adquirem também centralidade no sentido de, através delas, ser possível proceder-se à identificação, percepção e caracterização de (novos) protagonismos no contexto actual, resultantes de acções sociais face à prática vínica. A procura da diversidade no perfil dos entrevistados teve subjacente o enriquecimento do teor das informações recolhidas.

3.2.1.4. Inquérito por questionário

Após ter-se procedido à construção da Tipologia dos estabelecimentos[527], seleccionou-se um de entre cada tipo, na totalidade de cinco, tendo sido administrado um inquérito por questionário aos respectivos frequentadores-consumidores até perfazer a cota desejada (Anexo 1.6). Como objectivo primordial esteve presente a percepção das grandes forças que norteiam acções, valores e representações sociais dos frequentadores-consumidores face a esta prática sociocultural, problematizando-se o contributo (do ponto de vista do condicionamento e não da determinação) de origens, trajectórias e classes sociais. Importa, então, explanar o procedimento que nos permitiu *encontrar* o número de inquéritos a administrar em cada estabelecimento, isto é, para cada micro contexto.

Tal como havíamos procedido relativamente à estratégia de observação implementada no Solar do Vinho do Porto, cruzámos duas variáveis básicas – dias da semana de abertura ao público e períodos horários de duas horas, tendo em conta o período diário de abertura ao público para cada caso - num quadro de dupla entrada. Assim, foi considerado o seguinte:

[526] O quadro referente a este anexo apresenta um cruzamento entre os objectivos específicos e a técnica de análise, no sentido de evidenciar o seu grau de impacto para a implementação deste trabalho. Procura-se, com este quadro, fornecer uma imediata percepção dos procedimentos técnicos adoptados a este nível.
[527] A construção desta Tipologia é apresentada, já de imediato, no sub-capítulo seguinte.

Relativamente à aplicação dos inquéritos pretendeu-se que fossem preenchidas todas as células referentes ao cruzamento entre os dias de funcionamento da semana e os períodos/tempo acima delineados. Assim, os cálculos foram efectuados tendo por base todos os dias, de duas semanas, em que o estabelecimento estivesse aberto ao público, com a possibilidade de se colmatar, na(s) semana(s) seguinte(s), falhas provenientes da aplicação nessas duas semanas. Exceptuaram-se, por conseguinte, os dias para descanso do pessoal e os períodos de tempo em que o estabelecimento estava fechado ao público.

Para os nossos cálculos foram, então respeitados os dias da semana em que o estabelecimento não trabalhava, Domingo por exemplo, bem como a hora de fecho ao público, nomeadamente se esta se efectuava antes da meia-noite. Desta forma pudemos aferir o esquema de aplicação de inquéritos a cada estabelecimento seleccionado, consoante as suas especificidades. O Quadro 3.5 refere-se precisamente à programação geral deste procedimento[528].

[528] O exemplo dos quadros referentes ao procedimento efectivo em cada estabelecimento em particular pode ser consultados no Anexos 1.7.

Quadro 3.5 – Esquema relativo à programação geral para aplicação dos inquéritos

Total=98	2ª feira		3ª feira		4ª feira		5ª feira		6ª feira		Sábado		Domingo		Totais	
8-10h	**1ª**		**2ª**		**1ª**		**1ª**		**2ª**		**2ª**		**1ª**		1ª=4 2ª=3	8 6
10-12h	**1ª**		**1ª**		**2ª**		**1ª**		**1ª**		**2ª**		**2ª**		1ª=4 2ª=3	8 6
14-16h	**2ª**		**1ª**		**1ª**		**2ª**		**1ª**		**1ª**		**2ª**		1ª=4 2ª=3	8 6
16-18h	**2ª**		**2ª**		**1ª**		**1ª**		**2ª**		**1ª**		**1ª**		1ª=4 2ª=3	8 6
18-20h	**1ª**		**2ª**		**2ª**		**1ª**		**1ª**		**2ª**		**1ª**		1ª=4 2ª=3	8 6
20-22h	**1ª**		**1ª**		**2ª**		**2ª**		**1ª**		**1ª**		**2ª**		1ª=4 2ª=3	8 6
22-24h	**2ª**		**1ª**		**1ª**		**2ª**		**2ª**		**1ª**		**1ª**		1ª=4 2ª=3	8 6
Totais	1ª=4 2ª=3	8 6	1ª=4 2ª=3	8 6	1ª=4 2ª=3	8 6	1ª=4 2ª=3	8 6	1ª=4 2ª=3	8 6	1ª=4 2ª=3	8 6	1ª=4 2ª=3	8 6	1ª=28 2ª=21	56 42

Legenda:
* 1ª - Primeira semana de aplicação dos inquéritos
* 2ª - Segunda semana de aplicação dos inquéritos
* Na coluna e na linha de totais, o número à frente da numeração da semana de aplicação corresponde ao número de períodos de tempo que são utilizados em cada semana, e não ao número de inquéritos a aplicar.
* 4 - Representa o número de períodos de tempo utilizados em cada dia ou em cada período de tempo da 1ª semana de aplicação de inquéritos.
* 3 - Representa o número de períodos de tempo utilizados em cada dia ou em cada período de tempo da 2ª semana de aplicação de inquéritos.
* 8 - Representa o número de inquéritos previstos a aplicar em cada dia ou em cada período de tempo da 1ª semana de aplicação de inquéritos.
* 6 - Representa o número de inquéritos previstos a aplicar em cada dia ou em cada período de tempo da 2ª semana de aplicação de inquéritos.
* 28 - Representa o número total de períodos de tempo utilizados todos os dias da 1ª semana.
* 21 - Representa o número total de períodos de tempo utilizados todos os dias da 2ª semana.
* 56 - Representa o número total de inquéritos previstos a aplicar na 1ª semana
* 42 - Representa o número total de inquéritos previstos a aplicar na 2ª semana
* 98 - Representa o número total de inquéritos previstos a aplicar no estabelecimento.

_____ Horário de abertura ao público incerto
_____ Horário de abertura ao público variável

Assim, a verificarem-se estes períodos horários e diários, na 1ª semana seriam preenchidas as células respeitantes a 28 períodos de tempo, distribuídas ao longo de todos os dias da semana, o que perfaria 56 inquéritos; na 2ª semana seriam preenchidas as células respeitantes a 21 períodos de tempo, distribuídas ao longo de todos os dias da semana, o que perfaria 42 inquéritos. O conjunto das duas semanas totalizaria, então, 49 períodos de tempo e 98 inquéritos por cada estabelecimento.

Porém, como seria de esperar, este cenário não encontrou total eco na realidade devido, precisamente, a especificidades de horários para cada estabelecimento seleccionado, motivo, pelo qual, após os ajustamentos necessários, obtivemos os seguintes totais relativos ao estabelecimento referente a cada Tipo:

Quadro 3.6 – Totalidade de inquéritos efectivamente aplicados em cada estabelecimento seleccionado

		Total de inquéritos aplicados
Estabelecimento 1	Tipo 1	65
Estabelecimento 2	Tipo2	84
Estabelecimento 3	Tipo 3	84
Estabelecimento 4	Tipo 4	84
Estabelecimento 5	Tipo 5	60

3.2.2. Outros procedimentos técnico-metodológicos

Pese embora a centralidade daquelas quatro técnicas nesta pesquisa, o teor dos próprios objectivos que a norteiam exigiram o accionamento de outros procedimentos técnico-metodológicos, quer em termos complementares, quer em termos residuais:

A recolha de pesquisa bibliográfica, nacional e estrangeira. Para efeitos de enquadramento quer teórico quer histórico-factual, esteve sempre presente ao longo de toda a pesquisa.

Apesar de termos efectuado algum tipo de análise documental, esta que se pretendia a documentos e registos, estatísticos ou históricos (jornais, textos, fichas, boletins) inseridos no historial das plataformas de observação prático-sociais em geral e os seleccionados em particular, ficou aquém do desejável.

Procedemos também à exploração estatística para obtenção de dados, através essencialmente de fontes primárias, que permitam caracterizar de forma mais rigorosa os contextos estudados. Aqui foram de particular interesse os dados fornecidos pelo Instituto Nacional de Estatística, relativos a todas as freguesias

integradas nos Centros Históricos prevalecentes neste estudo. Este passo, permitiu-nos percepcionar em termos estatísticos uma espécie de contiguidade entre ambos, em termos sociais, culturais e económicos, e será apresentado no capítulo 6. Uma vez que toda a recolha empírica terminou em 2001, ano em que não estavam ainda disponíveis os resultados referentes ao último recenseamento à população, optámos por proceder a um levantamento estatístico tendo em conta como marcos temporais, os recenseamentos relativos às duas décadas anteriores, com vista à apreciação de alterações comportamentais dos residentes. Assim, embora neste momento já existam novos elementos estatísticos provenientes do último recenseamento à população, não o incluímos, uma vez que, como acabou de ser dito, este trabalho é datado e, por conseguinte, o último recenseamento extravasa os seus limites temporais de recolha empírica informativa.

Não poderíamos deixar de efectuar análise de conteúdo, tanto no tratamento das entrevistas e das questões abertas do questionário, como no tratamento de documentos e registos específicos recolhidos. Como menciona Jorge Vala, "a análise de conteúdo é hoje uma das técnicas mais comuns na investigação empírica realizada pelas diferentes ciências humanas e sociais", e que serve para tratar os elementos recolhidos[529]. Procedeu-se também a uma análise qualitativa ao conteúdo resultante dos registos sistemáticos provenientes da observação directa.

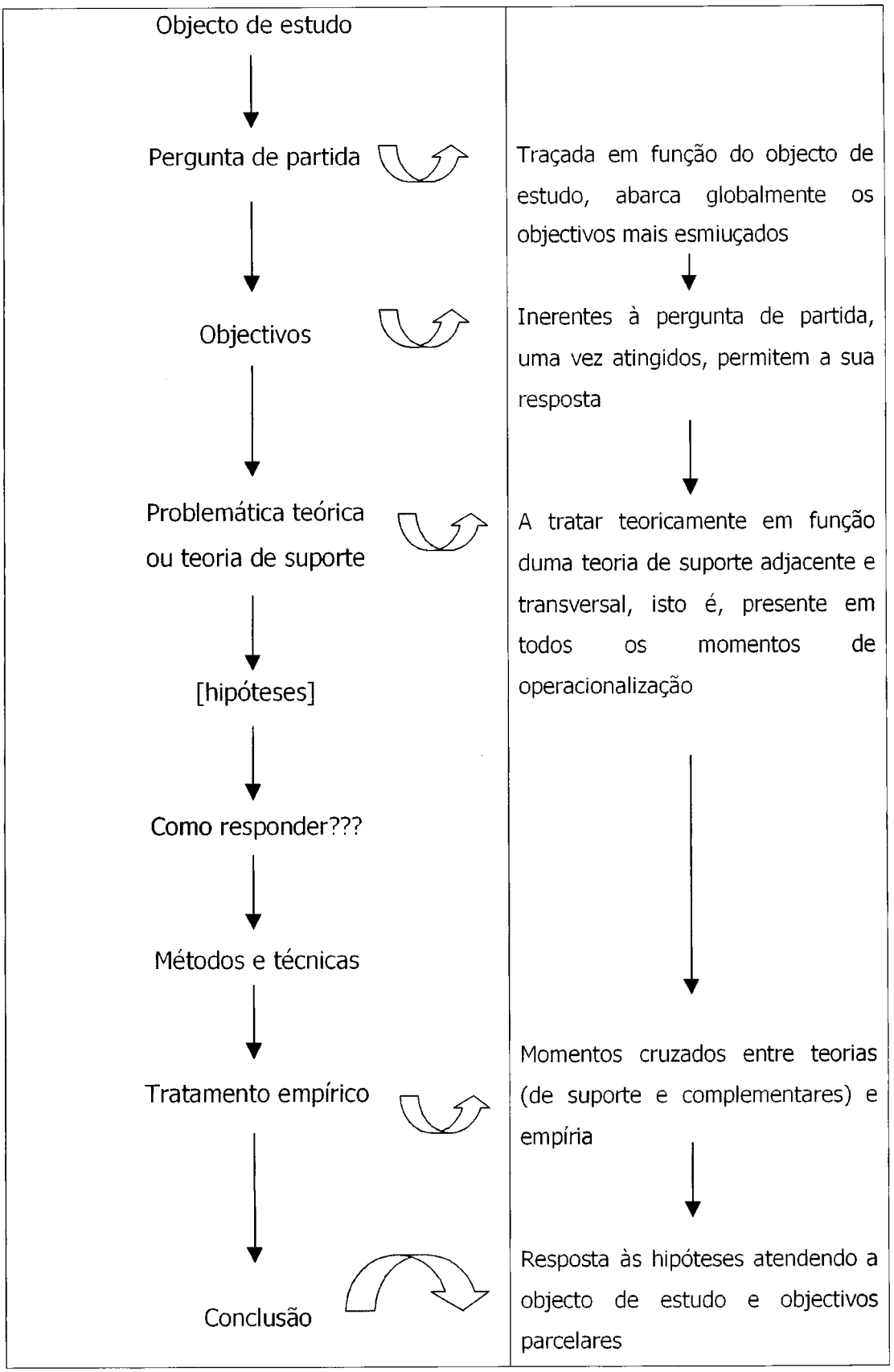
Estava prevista ainda uma análise imagística/visual de foro sociológico, integrada numa metodologia qualitativa, a decorrer em alguns das plataformas de observação prático-sociais específicos a serem seleccionados. Contudo, não a concretizámos, ficando apenas pela recolha fotográfica de momentos e fazeres em alguns estabelecimentos aquando do périplo pedonal e, num segundo momento, pelo mesmo tipo de registo efectuado nos cinco estabelecimentos seleccionados.

Em conclusão, com estes procedimentos técnicos adoptados acreditamos ter sido montado, para esta investigação, um dispositivo de acção global, operacional e eficaz, que nos permitiu a recolha da informação necessária. O

[529] Jorge Vala, "A análise de conteúdo", in João Ferreira de Almeida e Madureira Pinto (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Afrontamento, 1986, pp. 101 e 105.

esquema dos alicerces de actuação pragmática traçado para a sua implementação, pode ser apreciada na Figura 3.3[530].

Figura 3.3 – Alicerces de actuação para implementação do projecto



[530] Este esquema, segue os pressupostos de acção admitidos na generalidade dos manuais, compêndios ou obras de Metodologia em Ciências Sociais. Ver, por exemplo, Raymond Quivy e Luc Van Campenhoudt, *Manual de Investigação em Ciências* Sociais, Lisboa, Gradiva, 1992.

3.2.3. As etapas empírico-metodológicas subjacentes à recolha de informação nas plataformas de observação para estudo – uma breve síntese

Tendo em linha de conta que o nosso objectivo implicava conhecer o terreno para se delimitar, de forma científica e pertinente as plataformas de observação a estudar, e construir os instrumentos de trabalho para uma análise sociológica tão rigorosa quanto possível, podemos sintetizar da maneira que se segue as etapas empírico-metodológicas implementadas:

Construção de um directório com os estabelecimentos existentes em todas as freguesias da cidade do Porto. Posteriormente, e face ao resultado obtido, decidiu-se, já com base num conhecimento mais rigoroso da realidade portuense, eleger como terreno de pesquisa empírica a parte das freguesias integradas no Centro Histórico do Porto: Bonfim, Massarelos, Miragaia, S. Nicolau, Sto. Ildefonso, Sé, Vitória.

De igual modo, foi construído um directório com os estabelecimentos existentes na única freguesia integrada no Centro Histórico de Vila Nova de Gaia; referimo-nos à freguesia de Santa Marinha.

Seguiu-se a construção de uma grelha para caracterizar todos os estabelecimentos recenseados nos respectivos directórios dos Centros Históricos do Porto e de Vila Nova de Gaia, com vista à sua posterior integração numa tipologia.

Impôs-se de seguida o teste piloto da grelha de caracterização. Como o próprio nome indica, o teste piloto visou a aferição da grelha de caracterização em função da realidade encontrada. Escolheu-se, aleatoriamente, para o efeito uma freguesia: a Vitória. Esta freguesia foi então totalmente submetida a um percurso pedonal, com um triplo objectivo: i) confirmar a existência e o funcionamento dos estabelecimentos recenseados; ii) detectar estabelecimentos não recenseados anteriormente no directório por não constarem de nenhuma das fontes consultadas; iii) aplicar a grelha de caracterização a todos os estabelecimento em funcionamento, com vista ao seu reajustamento à realidade.

Elaborou-se e pré-testou-se a grelha de observação para registos sistemáticos a aplicar nos estabelecimentos visitados ou a visitar.

Posto isto, reformulou-se a grelha de caracterização dos estabelecimentos tendo em conta os ajustamentos necessários com vista quer à sua aplicação, quer à construção de uma tipologia desses estabelecimentos.

Construiu-se, então, um primeiro ensaio de tipologia dos estabelecimentos. Esta tipologia foi testada na fase seguinte, após a aplicação da grelha de caracterização em todos os estabelecimentos existentes nos Centros Históricos do Porto e de Gaia.

Seguiu-se a aplicação da grelha de caracterização a todos os estabelecimentos integrados nos Centros Históricos do Porto e de Vila Nova de Gaia que, tendo sido recenseados nos dois directórios acima referidos, se encontravam em funcionamento.

Após esta primeira e demorada fase de pesquisa no terreno, procedeu-se à reconstrução da tipologia dos estabelecimentos.

A integração dos respectivos estabelecimentos na tipologia definida, com vista à selecção dos tipos constitutivos da amostra de trabalho foi o passo que se seguiu, passando, contudo, por uma forte articulação com o passo anterior.

Paralelamente, procedeu-se ao ajustamento final dos guiões de entrevista a aplicar, respectivamente, aos proprietários/gerentes dos estabelecimentos a seleccionar, em função da amostra, e a informantes privilegiados.

Deu-se ainda início à construção do inquérito por questionário a aplicar aos frequentadores dos estabelecimentos a seleccionar, que após alguns reajustamentos e testes piloto, encontrou a sua versão final.

Simultaneamente, implementou-se uma estratégia de teor mais prático: procedeu-se a observações sistemáticas no Solar do Vinho do Porto, tendo-se as observações estendido, também, a alguns estabelecimentos da zona ribeirinha do Centro Histórico de Vila Nova de Gaia.

Nestes percursos, as entrevistas, quer informais quer estruturadas, e a aposta fotográfica foram basilares.

A acção de pesquisa incidiu primordialmente nos seguintes objectivos, tentando, desde logo, captar significados sociológicos: i) dinamismos, emergentes e decorrentes de consumos vínicos em espaços semi-públicoss diferenciados, passíveis de traduzir apropriações, regularidades, estratégias e aspirações aliadas a gramáticas simbólico-comportamentais; ii) rituais, inerentes ao vinho, de acordo com os contextos sociais em observação; iii) sociabilidades associadas ao consumo do vinho, com toda a carga simbólica e representativa que daí advém, e que a pretexto de uma forma de consumir são passíveis de se estabelecerem em função da apropriação da devida gramática comportamental.

Atendendo aos fios condutores da pesquisa e aos resultados obtidos nas etapas metodológicas já concluídas, foram então reunidas as condições necessárias para executar a última fase de pesquisa: a aplicação das entrevistas em profundidade aos proprietários/gerentes e a aplicação do inquérito por questionário aos frequentadores de todos os estabelecimentos tipo seleccionados de acordo com as respectivas cotas. Com este inquérito por questionário, integrado numa metodologia de teor extensivo, pretendeu-se detectar as grandes regularidades, as grandes tendências relativas às grandes forças que norteiam acções e representações sociais da população inquirida face à prática sociocultural em estudo.

Passemos, então, a dar conta, e já de seguida, da construção da tipologia dos estabelecimentos inseridos nos Centros Históricos do Porto e de Vila Nova de Gaia.

3.3. Construção da tipologia dos estabelecimentos

O alicerce para a construção da tipologia dos estabelecimentos foi a grelha de caracterização (Anexo 1.2) aplicada aos estabelecimentos de bebidas e/ou de bebidas e restauração, motivo pelo qual vale a pena determo-nos esmiuçadamente nos passos metodológicos que nos conduziram até à sua

finalização e, posteriormente, à prossecução da construção da tipologia dos estabelecimentos.

Como já anteriormente enunciámos, a grelha de caracterização dos estabelecimentos de bebidas e/ou de bebidas e restauração passou por aferições obrigatórias, para as quais contámos com visitas várias a alguns desses estabelecimentos dos Centros Históricos, quer da cidade do Porto, quer da cidade de Vila Nova de Gaia, escolhidos aleatoriamente após o reconhecimento do terreno. Para o efeito, tivemos em linha de conta características gerais básicas e características específicas no que respeita aos estabelecimentos, bem como o objecto escolhido para o nosso estudo e os objectivos delineados, sendo então possível chegar a uma nova versão da grelha de caracterização, pronta a ser testada. Esta foi, então, aplicada exaustivamente, na qualidade de teste-piloto, a todos os estabelecimentos de uma freguesia - freguesia da Vitória - como já referimos no sub-capítulo anterior, após o que, tendo-se aferido a grelha à realidade encontrada, pudemos dá-la como definitiva, pronta a ser aplicada a todos os estabelecimentos dos Centros Históricos em questão.

Na grelha de caracterização dos estabelecimentos foram tidas em conta 17 variáveis - Quadro 3.7, Coluna A.

Foi, portanto, com base nos resultados obtidos com a aplicação da grelha de caracterização a todos os estabelecimentos encontrados, que pudemos dar os primeiros passos na construção dos tipos de estabelecimentos, seleccionando para tal algumas das variáveis retidas na etapa anterior e consideradas mais pertinentes para o efeito. É a respeito da sua selecção que iremos agora explanar o nosso raciocínio.

Quadro 3.7 – Variáveis utilizadas na grelha de caracterização e na construção da tipologia dos estabelecimentos de bebidas ou de bebidas e restauração

A - VARIÁVEIS UTILIZADAS NA GRELHA DE CARACTERIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS	B - VARIÁVEIS UTILIZADAS NA CONSTRUÇÃO DA TIPOLOGIA DOS ESTABELECIMENTOS
1. Pertence ao Centro Histórico	1. -
2. Balcão	2. Balcão
3. Comes	3. -
4. Pipas	4. Pipas
5. O vinho é tirado directamente da pipa	5. -
6. Cheiro de vinho no ar	6. -
7. Venda de vinho corrente ao copo/taça	7. Venda de vinho corrente ao copo/taça
8. Temporalidade da venda (do VC)	8. Temporalidade da venda (do VC)
9. Existência de garrafas de vinho do Porto expostas	9. Existência de garrafas de vinho do Porto expostas
10. Venda de vinho do Porto ao copo/cálice	10. Venda de vinho do Porto ao copo/cálice
11. Temporalidade da venda (do VP)	11. Temporalidade da venda (do VP)
12. Maior consumo	12. Maior consumo
13. Mesas de quatro lugares	13. -
14. Mesas compridas colectivas	14. -
12 Restaurante	15. -
13 Mercearia	16. -
14 Espaço exterior	17. -

Nem todas as variáveis utilizadas na grelha de caracterização foram consideradas pertinentes para a construção da tipologia. Primeiro, porque, sob a pena de se multiplicarem de tal forma os tipos considerados ideais, que de tão complexo, seria impossível o seu tratamento. Por outro lado, ao elaborarmos a grelha, incluímos premeditadamente variáveis passíveis de serem úteis numa fase posterior, nomeadamente no que respeita à caracterização geral dos estabelecimentos. Outras variáveis foram tidas também em linha de conta na grelha de caracterização dos estabelecimentos com o objectivo de evidenciarem particularidades nos estabelecimentos a seleccionar para a amostra de trabalho.

Uma vez delimitado o universo de trabalho, passámos, então, à construção da nossa amostra de trabalho que contou com dois patamares: um primeiro que incluiu, de entre o universo de trabalho, apenas os tipos de estabelecimentos considerados ideais, no sentido em que integram a tipologia construída, por forma a permitir uma comparação de cariz sociológica entre os mesmos; um segundo, que incluiu de entre esses, apenas um estabelecimento respeitante a cada tipo, alvo de uma incidência mais intensiva no que respeita à aplicação das técnicas centrais de recolha de informação neste estudo. Poderíamos representar sinteticamente a amostra de trabalho, recorrendo ao seguinte esquema:

Quadro 3.8 – Construção da amostra de trabalho

Estabelecimentos de bebidas ou de bebidas e restauração			
Centro Histórico do Porto	Centro Histórico de Gaia	Universo de trabalho	Solar do Vinho do Porto
122	50	172	
71	26	Primeiro patamar da amostra	
2	2	Segundo patamar da amostra	1

pela selecção das variáveis retidas para estabelecer a tipologia; somente após esta fase, estaremos aptos a abordar de forma mais concreta os dois patamares da amostra de trabalho.

3.3.1. Sobre a construção

Para a construção da tipologia, e numa fase última desta etapa, foram retidas oito das dezassete variáveis utilizadas para a caracterização dos estabelecimentos[531], respectivamente a segunda, a quarta, a sétima, a oitava, a nona, a décima, a décima primeira e a décima segunda – Quadro 3.7- Coluna B -, agora apresentadas do seguinte modo:

Quadro 3.9 – Variáveis utilizadas na construção da tipologia dos estabelecimentos[532]

EXISTÊNCIA	NÃO EXISTÊNCIA
2. Balcão	2. Não existe balcão
4. Pipas	4. Não existem pipas
7. Vinho corrente ao copo/taça	7. Não há vinho corrente ao copo/taça
8. Temporalidade da venda de VC	8. Temporalidade da venda de VC
9. Número de garrafas de vinho do Porto	9. Número de garrafas de vinho do Porto
10. Vinho do Porto ao copo/cálice	10. Não há vinho do Porto ao copo/cálice
11. Temporalidade da venda de VP	11. Temporalidade da venda de VP
12. Maior consumo de vinho corrente	12. Maior consumo de vinho do Porto

Destas oito variáveis, cinco foram utilizadas agora em termos dicotómicos; as três restantes não puderam ser utilizadas da mesma forma em virtude da variedade de categorias previamente integradas em cada uma delas, duas das quais tendo como objectivo graduarem o tempo da venda; assim, para estas variáveis específicas, *temporalidade da venda*, quer do vinho corrente, quer do vinho do Porto, considerámos pertinente, para a construção dos possíveis Tipos-ideais, uma mais pequena variabilidade de categorias

[531] Nos primeiros momentos desta etapa e ainda em fase preliminar de estudo, foram trabalhadas mais duas variáveis: i) *comes* e ii) *o vinho é tirado directamente da pipa.* Adiante, decidiu-se eliminar estas duas variáveis por motivos que serão explicados à frente.

[532] Neste quadro as variáveis assumiram o mesmo número que assumiram no Quadro 3.7.

restringidas a um menor, mas significativo, número de situações: i) venda diária, ii) venda primordial, iii) venda rara e iv) nunca vende. A categorização da terceira variável daquele conjunto de três - *existência de garrafas de vinho do Porto expostas* - obedece integralmente à categorização previamente traçada para a grelha de caracterização: i) *sim, menos de 10*, ii) *sim, 10 ou mais*, iii) *não existem*.

Iremos de seguida explanar os motivos em que nos baseámos para reter as oito variáveis para a construção da tipologia. Tomaremos, no entanto, como número da variável, o mesmo número respeitante ao da grelha de caracterização dos estabelecimentos.

3.3.1.1. Variáveis retidas na construção da tipologia

2ª Variável - *Balcão* - Entendemos que a existência de balcão é uma exigência básica que norteia qualquer definição prévia de taberna. Como tal, incluímos esta variável na grelha de caracterização, convictos, ainda assim, que todos os estabelecimentos se caracterizariam pela sua existência. Mostrou-nos a realidade dois casos no Centro Histórico do Porto[533], e outros dois no Centro Histórico de Gaia[534], que não se caracterizam pela existência de balcão. Aqui, o balcão é substituído por uma espécie de postigo numa segunda porta que separa as duas regiões fundamentais em cada estabelecimento: região acessível e região inacessível aos clientes, respectivamente e segundo Goffman, região de fachada e região de bastidores[535]. Assim sendo, entendeu-se por bem incluir esta variável na tipologia de forma a eliminar da amostra todos os casos que não se caracterizem pela sua existência.

4ª Variável - *Pipas* - A existência *versus* ausência de pipas, é susceptível de estabelecer diferenças tipificadas neste estudo. Lembramos que actualmente as Câmaras Municiais têm vindo a combater a existência de pipas nos estabelecimentos. Ainda assim, encontram-se estabelecimentos com pipas em

[533] Grelhas nº nº 9 em S. Nicolau e nº 103 na Vitória.
[534] Grelhas nºs 49 e 146 em Santa Marinha.
[535] Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, Lisboa, Relógio D'Água Editores, 1993, pp. 129-167.

número significativo no Centro Histórico do Porto (24 casos) e nenhum caso no Centro Histórico de Gaia. Contudo, aquando da exploração do terreno, havia um estabelecimento no Centro Histórico de Vila Nova de Gaia que ainda tinha pipas[536]. Este último caso era significativo *per se*, e não em termos de conjunto, dadas as características do e o próprio estabelecimento em si. Assim, é de toda a pertinência considerarmos a existência de pipas como uma variável pertinente e a ter em linha de conta no traçado dos ideais-tipo. Veja-se que, em tempos idos, toda a taberna tinha pipas, por onde era tirado directamente o vinho, o que contribuía para um cheiro típico (de vinho) no ar.

7ª Variável - *Venda de vinho corrente ao copo/taça* – a inclusão desta variável tem a ver com o facto de ser habitual a venda de vinho ao copo na taberna. Por oposição, existem os estabelecimentos que não vendem vinho ao copo (copos de vinho) mas sim à garrafa (garrafa de vinho). Consideramos esta diferença pertinente, na medida em que na taberna de cariz tradicional a venda a granel do vinho engarrafado directamente da pipa é mais significativa do que a venda do vinho em garrafa selada. Quanto à inclusão desta variável na grelha de caracterização dos estabelecimentos, alguma coisa há ainda a acrescentar. Somente após a sua aplicação a todos os estabelecimentos das áreas delimitadas previamente, pudemos constatar que alguns, poucos, estabelecimentos vendem vinho à caneca; assim, poderíamos ter feito a questão em termos de venda de vinho corrente ao copo/caneca e não em termos de copo/taça; até porque há estabelecimentos de tipo restaurante que vendem o vinho não ao copo mas sim à taça; contudo, o facto de serem restaurantes levou-nos a excluí-los automaticamente do nosso objecto de estudo. Esta situação pôde ser contornada *in loco*, com observação simultânea. Veja-se que há situações em que o facto de se vender o vinho ao copo ou à taça, por diferente entre si, pode remeter estabelecimentos, com outras variáveis em presença, para ideais-tipo também diferentes entre si. Seria também uma outra alteração que poderia ser feita se estivéssemos ainda numa fase de pré-teste. Não sendo esse o caso, consideramos que, uma vez que

[536] À data da sistematização do levantamento empírico – aplicação de grelhas, de inquéritos e de entrevistas -, o estabelecimento em causa havia já mudado de gerência que optou por retirar as pipas do seu interior, cumprindo assim as exigências emanadas pela Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia.

trabalhamos com um leque diverso de variáveis, a atribuição dos estabelecimentos a tipos específicos não ficará de modo nenhum comprometida.

8ª Variável - *Temporalidade da venda (do vinho corrente)* – Esta variável não foi considerada dicotómica. Na grelha de caracterização dos estabelecimentos, foram admitidas sete categorias, em que se tentou esgotar as várias hipóteses de possibilidades no que respeita aos tempos de venda. Contudo, após um trabalho mais detalhado perante os resultados obtidos, foi possível reduzir o número de categorias, retendo apenas as mais significativas. Foi assim, que se nos apresentou mais pertinente, e enquanto categorias significativas relativamente ao uso desta variável para a tipologia dos estabelecimentos, apenas quatro: i) venda diária; ii) venda primordial à semana e ao fim-de-semana; iii) venda rara; iv) nunca vende. As restantes categorias – ocasionalmente à semana ou ao fim-de-semana, apenas à semana ou ao fim-de-semana - foram úteis para detectar os casos em que, apesar de venderem, não o fazerem em termos significativos de ocorrência. Chamaríamos ainda a atenção para a situação de venda nula – categoria inexistente - para salientarmos o que se poderia revelar como uma lacuna na categorização relativa a esta variável. Veja-se que, as sete categorias inerentes a esta variável graduam a situação vivida em cada estabelecimento entre o *raramente* e o *diariamente*; contudo, a situação referente a uma venda de todo inexistente poderia requerer uma única e nova categoria: *nunca* vende. Essa categoria, não foi criada, uma vez que a aplicação das questões referentes à *temporalidade da venda* depende de uma resposta afirmativa dada à questão anterior: *vende vinho...?* Consideramos que merece a pena chamarmos a atenção para este facto, apesar desta situação não afectar nem desvirtuar as diversas situações recolhidas. Como se pode perceber, a situação de venda totalmente inexistente, quer de vinho corrente quer de vinho do Porto ressalta, no tratamento estatístico, como um *missing* resultante obrigatoriamente da resposta negativa dada à pergunta anterior: vende vinho..., sim ou não? Desta forma, a realidade em estudo não é nem desvirtuada nem posta em causa. No entanto, por questões pragmáticas, recorremos à categoria "nunca vende" ao traçar os

possíveis ideais-tipo. Esta *nuance* é pertinente uma vez que, como acabámos de aludir, as questões números oito e onze da grelha de caracterização dos estabelecimentos –- temporalidade da venda, respectivamente de vinho corrente e vinho do Porto - não foram aplicadas sempre que a resposta dada às perguntas imediata e respectivamente anteriores foi negativa - relativas à venda de vinho corrente ao copo/taça e à venda de vinho do Porto ao copo/cálice.

9ª Variável - *Existência de garrafas de Vinho do Porto expostas* – Entendemos pertinente o recurso a esta variável não dicotómica, tal como a anterior, pois aquando de uma fase de várias visitas exploratórias ainda não sistematizadas e que tinham por objectivo o (re)conhecimento do terreno, depararam-se-nos vários estabelecimentos que continham numa prateleira, visivelmente expostas, várias garrafas de vinho do Porto. Tratam-se, na sua maioria, de estabelecimentos que comercializam frequentemente o vinho do Porto ao copo/cálice. Pudemos também constatar que outros havia que não tinham nenhuma garrafa de vinho do Porto exposta ou, se tinham, eram em número bastante reduzido, podendo facilmente ser contadas. Assim, admitimos esta variável como sendo não dicotómica, interessando-nos encontrar uma fronteira com base na possibilidade de, com um breve olhar, o número de garrafas expostas poder ou não ser contado. Entendemos que o número dez é um número capaz de estabelecer a fronteira procurada. Salienta-se, no entanto, que no referente à construção da tipologia, após um estudo bastante moroso e detalhado, emergiu apenas num ideal-tipo a necessidade de especificar o número de garrafas – referimo-nos ao Tipo IV, como adiante se verá. Nos restantes tipos, a quantificação das garrafas de Vinho do Porto expostas torna-se irrelevante já que a variável *maior consumo*, aliada às restantes, é determinante na estruturação de cada um.

10ª Variável - *Venda de Vinho do Porto ao copo/cálice* – Estamos perante uma variável que consideramos óbvia num trabalho de investigação com o nosso objecto e objectivos de estudo, motivo pelo qual não poderíamos deixar de a considerar fulcral neste trabalho. Importa apenas referir a razão pela qual para

além de termos incluído a venda do vinho do Porto ao cálice termos abrangido também o copo. Foram encontrados estabelecimentos no Centro Histórico de Vila Nova de Gaia, cuja prática habitual, bastante enraizada e já de longa duração, é a venda de vinho do Porto ao copo. Assim, numa tentativa de não excluir estabelecimentos cuja venda de vinho do Porto é bastante significativa, muito embora a prática não obedeça aos cânones habituais – uso do cálice para ingestão/degustação do vinho do Porto – incluímos o copo nesta variável, pois nesta fase é primordial, acima de tudo, o consumo do vinho do Porto independentemente do tipo de recipiente utilizado pelo estabelecimento para o efeito.

11ª Variável - *Temporalidade da venda (do VP)* – Esta variável tem a mesma justificação que a oitava. Acrescente-se apenas que, num dos ideais-tipo traçados – Tipo III a temporalidade de venda do vinho do Porto foi considerada irrelevante. Isto é, sempre que a temporalidade de venda não se nos afigurou pertinente quanto à estruturação do tipo, optámos por torná-la *irrelevante* enquanto variável.

12ª Variável - *Maior consumo* – esta variável revelou-se-nos importante logo à partida em virtude de percebermos se determinado estabelecimento está mais votado à venda de vinho corrente ou à venda de vinho do Porto. Há, no entanto, uma observação que deve ser feita. Em vez de se ter perguntado se o maior consumo era apenas entre vinho corrente e vinho do Porto, dever-se-ia ter acrescentado, para além destas duas categorias, uma terceira referente às bebidas brancas. Esta nova categoria ajudar-nos-ia a separar, para posteriormente eliminar, os estabelecimentos mais conotados com bares. Entre os casos cujo maior consumo se situa no vinho do Porto, segundo resposta obtida aquando do preenchimento da grelha, ressaltam alguns, (cujo número no conjunto se torna de quase nulo significado) em que esse maior consumo perde o significado por nós esperado quando construímos a grelha de caracterização, conforme pudemos apurar posteriormente. Isto é, após novas idas ao terreno, pudemos confirmar tratar-se, na sua larga maioria, de bares cujo maior consumo não é o vinho do Porto, mas sim as bebidas brancas em

geral como por exemplo Whisky, Martini, Gin, etc. No entanto, como a questão é fechada, admitindo apenas uma de duas categorias na resposta, esta poderia, numa primeira e rápida apreciação, induzir-nos em erro, já que houve pelo menos um caso (nº 125 em Santa Marinha) em que não vendendo vinho corrente e vendendo apenas *raramente* o vinho do Porto, a resposta à pergunta em questão, só poderia ser, como foi, "maior consumo de vinho do Porto". Pese embora este facto, esta variável apresentou-se útil para, juntamente com o conjunto das variáveis consideradas em cada tipo, separar os estabelecimentos mais conotados com bares do que com o perfil central dos estabelecimentos considerados pertinentes no nosso estudo.

3.3.1.2. Variáveis excluídas da construção da tipologia

As restantes nove variáveis constantes da grelha de caracterização dos estabelecimentos não foram utilizadas nesta fase específica por várias razões que iremos explanar de seguida, tendo também em consideração, tal como fizemos anteriormente, a sua posição numérica na grelha da caracterização dos estabelecimentos.

1ª Variável – *Pertence ao Centro Histórico* – Uma vez que todos os estabelecimentos recenseados no nosso universo de trabalho pertencem aos Centros Históricos do Porto ou de Vila Nova de Gaia[537], não se justificou termos esta variável em consideração na construção da tipologia. Entendemos, no entanto, ser conveniente utilizá-la na grelha de caracterização para eliminarmos qualquer possibilidade, por mínima que fosse, de incluirmos no mesmo *pacote* estabelecimentos não pertencentes aos respectivos Centros Históricos. Note-se que os seus limites não são visíveis a olho nu. Por conseguinte, a pertença de todos os estabelecimentos caracterizados a um dos dois Centros Históricos foi confirmada com base nas respectivas fronteiras recolhidas em mapas, quer nos respectivos Municípios, quer na Junta de Freguesia de Santa Marinha (Gaia) para se evitarem inclusões de estabelecimentos não pertencentes ao universo de trabalho. Podemos então considerar que esta primeira variável na

[537] À excepção do Solar do Vinho do Porto, como já tivemos oportunidade de referir.

caracterização dos estabelecimentos tem a ver basicamente com especificidades do próprio universo em si, tendo como objectivo básico o despiste de estabelecimentos não pertencentes aos Centros Históricos aqui em estudo.

3ª Variável - *Comes* – Após o tratamento estatístico de todos os registos efectuados na grelha de caracterização de cada estabelecimento, constatou-se que a grande maioria dos estabelecimentos se caracterizam pela existência de comes, sejam eles petiscos, sandes, salgados ou fumeiro – 87 estabelecimentos no Centro Histórico do Porto e 42 no de Gaia, o que corresponde a 71.3% e 82.4% respectivamente. Uma vez que tabernas, tascas e tasquinhas não se definem à partida pela existência ou pela inexistência de *comes*, entendemos não se justificar a introdução desta variável na tipologia dos estabelecimentos, uma vez que não determinará por si, nem sequer condicionará, a pertença de um determinado estabelecimento a um determinado tipo que se pretende ideal.

5ª Variável - *O vinho é tirado directamente da pipa* – Inicialmente entendemos ser esta variável uma das fundamentais para a construção da tipologia. Posteriormente, e após um estudo cuidado aos *outputs* (contagem estatística) resultantes da aplicação da grelha da caracterização aos estabelecimentos, decidiu-se não ter esta variável em conta no traçado da tipologia dado que, segundo constatamos, todos os estabelecimentos que se caracterizam pela existência de pipas, também se caracterizam por tirarem o vinho directamente da pipa. Assim sendo, não existe nenhum caso em que a pipa esteja presente apenas como ornamento. Entendemos, deste modo, não se justificar a integração desta variável uma vez que a consideração positiva da variável que precede esta, é já de si garantia suficiente da confirmação desta. Só se justificaria a integração explícita desta variável no tratamento da tipologia, se se tivessem registado casos em que havendo pipas no estabelecimento não ocorresse tiragem de vinho directamente da pipa, logo, se a sua função não fosse utilitária mas sim emblemática. Isso, a acontecer, levar-nos-ia a considerar, em termos de resultados, estarmos perante uma variável dicotómica, o que acarretaria um conjunto de combinações possíveis

remetentes para ideais tipo diferentes entre si. Desta feita, a existência de pipas, nos estabelecimentos em que existem, é suficiente para a arquitectura da tipologia em causa. Por conseguinte, não consideramos válida a inclusão de um ideal-tipo específico que cruzasse existência de pipas com a não ocorrência de vinho tirado da pipa, já que o produto final seria nulo.

6ª Variável - *Cheiro de vinho no ar* – Quando se colocou esta variável na grelha, admitiu-se o facto de existir cheiro de vinho no ar nos estabelecimentos que também tinham pipas de vinho, dado o facto de, eventualmente, poderem cair pingas de vinho que, quando acumuladas, exalam um odor vínico muito típico nas tabernas mais tradicionais, senão mesmo mais antigas, nomeadamente naquelas cujo chão era de terra batida. Uma vez que o preenchimento deste *item*, na grelha de caracterização dos estabelecimentos, obedeceu a critérios subjectivos, resultaram daí situações não esperadas *à priori*, já que foram feitos registos de cheiro de vinho no ar em estabelecimentos que não possuem pipas de vinho. Por outras palavras, a simultaneidade de resposta de existência de cheiro de vinho no ar e inexistência de pipas no mesmo estabelecimento, revelou-se-nos inesperada. Assim sendo, resolveu-se esta situação retirando a variável da tipologia, por não encontrarmos pertinência na sua utilização. O objectivo inicial relativo à sua utilização previa uma possibilidade de agrupamento de estabelecimentos com cariz tabernal bastante típica e com pendor para o antigo. Não sendo possível, já que o conjunto dos estabelecimentos com cheiro de vinho no ar são bastante díspares entre si, deixou de fazer sentido retermos esta variável, sendo mais pertinente deixá-la cair.

13ª, 14ª e 15ª Variáveis - *Mesas de quatro lugares, Mesas compridas colectivas, Existência de Restaurante* - Estas variáveis foram introduzidas na grelha de caracterização com o intuito de se tentar, numa fase posterior, uma sub-tipificação de cada um dos tipos traçados – Quadro 3.10; consideramos assim, que para a selecção de estabelecimentos dentro de cada tipo, a bifurcação estratégica encontrada com recurso à presença ou ausência destas três variáveis poderia ser útil por forma a diversificar em mais pormenores a

amostra de trabalho. Posteriormente resolveu-se deixar cair esta hipótese de trabalho uma vez que isso acarretaria uma multiplicação dos estabelecimentos tipo a seleccionar, o que iria complexificar desnecessariamente a pragmática de pesquisa. Ora, se em papel esta opção poderia vir a enriquecer a nossa pesquisa, na prática o resultado poderia ser bastante inibidor, dado que deste acréscimo dimensional resultariam situações nulas ou quase. Assim sendo, estas variáveis mostraram-se posteriormente úteis, não enquanto enformadoras dos ideais-tipo mas para a caracterização dos estabelecimentos seleccionados.

Quadro 3.10 – Sub-tipos aplicáveis aos Ideais-Tipos

SUB-TIPO 1	SUB-TIPO 2	SUB-TIPO 3
1. Sem mesas	3. Com mesas	5. Com mesas
2. Não há restaurante	4. Não há restaurante	6. Há restaurante

16ª Variável - *Mercearia* - A presença desta variável na grelha ficou-se a dever a uma situação que remonta a tempos recuados; isto é, não era rara a coexistência de taberna e mercearia, por vezes divididas entre si apenas por um tabique, outras vezes nem isso; esta situação, muito comum ainda nos dias de hoje em espaços de pendor mais rural, é passível de ser encontrada também em espaços de características urbanas ou peri-urbanas. Assim, devido a resquícios rurais que ainda vamos encontrando mesmo em espaços urbanos, considerámos pertinente a presença desta variável. Contudo, quer pela pouca expressão encontrada – 4 casos no Centro Histórico do Porto e 6 no de Vila Nova de Gaia, respectivamente 3% e 11.8% do nosso universo – quer pelo facto de esses escassos casos se encontrarem disseminados entre dois Ideais-Tipo (nº 145 no Tipo IV e nº 151 no Tipo III, ambos situados no Centro Histórico de Gaia) ou mesmo não se inserirem em nenhum Ideal-Tipo (restantes casos) optámos por não a incluir na construção dos tipos ideais. Seria pertinente trabalhar explicitamente com esta variável se a realidade encontrada fosse mais expressiva no que respeita à coexistência de taberna e mercearia ou se esses escassos estabelecimentos obedecessem a um padrão de caracterização idêntico, por forma a justificar a emergência de um tipo

específico que também a englobasse. No entanto, como se pode comprovar pelos resultados obtidos, isso não aconteceu. Assim, não faria muito sentido mantê-la enquanto variável determinante a nível de Ideal-Tipo.

17ª Variável - *Espaço exterior* – Esta variável é de maior utilidade no respeitante à caracterização dos estabelecimentos retidos na amostra de trabalho, mas a um nível mais micro. Lembramos que um número significativo de estabelecimentos regista a não existência de espaço exterior – 113 (92.6%) casos no Centro Histórico do Porto e 43 (84.3%) no de Vila Nova de Gaia. No entanto, pudemos apurar informalmente, quer através de conversas, quer através de visitas aos estabelecimentos, que quando o estado do tempo o permite, há estabelecimentos que invadem o passeio público, onde colocam mesas. Chamamos a atenção para o facto de não termos dados concretos quanto a esta situação mais oficiosa do que oficial; lembramos, a este propósito, que boa parte dos casos nesta situação não possui licença de ocupação de um espaço que, para todos os efeitos, é público. Esta espécie de apropriação do espaço público é afim a um *modus vivendi* e *operandi* com características bastante vincadas em alguns locais específicos. Por outro lado, a presença desta variável teve em conta ainda, uma característica que, perdendo-se já nos tempos actuais, recua a tempos imemoriais onde o espaço exterior nas traseiras do estabelecimento funcionava como uma espécie de bastidor onde jogos, conversas e acções eram determinantes nos fazeres quotidianos. Foi também a contar com uma continuidade mais vincada desta característica que retivemos esta variável na grelha de caracterização.

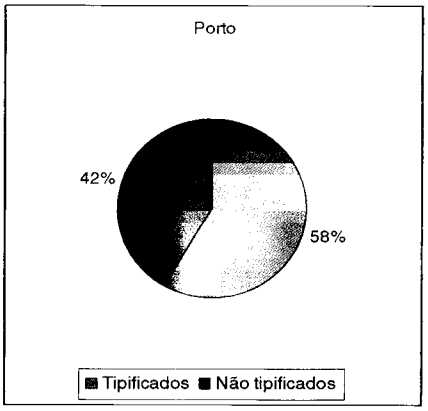
3.3.2. Notas sobre um percurso a propósito da construção da tipologia

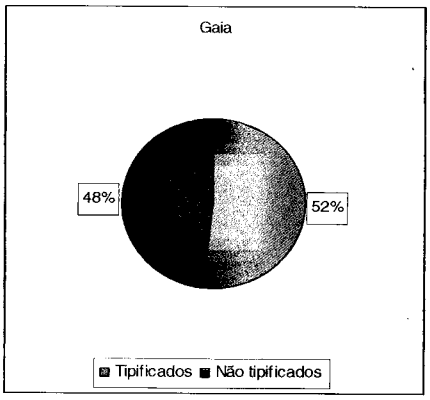
Cumprida a primeira etapa, importa agora delinear o restante percurso conducente à construção dos tipos ideais, isto é, à tipologia dos estabelecimentos. Note-se que é precisamente o conjunto dos estabelecimentos incluídos em qualquer um dos tipos ideais constantes da tipologia que constituirá o primeiro patamar da nossa amostra de trabalho. Esses

estabelecimentos inserem-se num dos dois Centros Históricos que constituem o nosso universo de trabalho.

Para aqui chegarmos, tivemos em linha de conta, após longas horas de reflexão, determinadas combinações entre as oito variáveis delineadas previamente, nunca perdendo de vista os nossos objecto e objectivos de estudo. Foi assim que traçamos a primeira hipótese de tipologia, a que denominámos primeira versão. Continha esta tipologia sete ideais-tipo, número que se manteve relativamente à segunda versão da mesma. Construir uma tipologia deparou-se-nos bastante menos linear do que poderíamos esperar inicialmente. Pretendíamos, como condição inequívoca, que os tipos fossem exclusivos entre si, isto é, que cada estabelecimento não fosse abrangido por mais do que um ideal-tipo. Não foi considerada condição, no entanto, que todos os estabelecimentos submetidos à grelha de caracterização pertencessem a um determinado tipo. Isto quer dizer que, logo à partida, admitimos a possibilidade de existirem estabelecimentos no nosso universo que não fossem abrangidos por nenhum ideal-tipo, portanto, não tipificados, o que de facto aconteceu, cifrando-se estes em 42% no Centro Histórico do Porto e em 48% no de Vila Nova de Gaia – Gráfico 3.1. Esta situação explica-se se recordarmos que a listagem inicial dos estabelecimentos a serem submetidos à grelha de caracterização foi obtida através do cruzamento de fontes diversas, entre as quais, e fundamentalmente, os alvarás concedidos e as listas telefónicas. Acontece, no entanto, que uma boa parte dos alvarás concedidos estavam desadequados à realidade encontrada e, por conseguinte, desactualizados. Daqui resultou, não raro, encontrarem-se estabelecimentos cujo alvará sendo respeitante por exemplo a uma taberna, não encontra actualmente na prática a mesma função, tendo essa sido adequada a um restaurante, por hipótese, a uma cafetaria ou mesmo a uma drogaria. Como fora estipulado aplicar-se a grelha de caracterização a todos os estabelecimentos listados e ainda no activo, sempre que se tratasse de casa de bebidas e/ou de bebidas e restauração, esse princípio foi seguido, o que veio a contribuir para aumentar o número dos estabelecimentos não abrangidos por nenhum Ideal-Tipo.

Gráfico 3.1 – Estabelecimentos submetidos à grelha de caracterização nos Centros Históricos do Porto e de Vila Nova de Gaia (%)





Quanto à exigência básica – exclusividade de pertença a um Ideal-Tipo– logo nos apercebemos não se aplicar a todos os casos inseridos nos diferentes tipos das primeiras versões. As sobreposições eram um facto, encontrando-se bem presentes. Isto é, estabelecimentos haviam que simultaneamente se integravam em mais do que um tipo. Ao tentarmos resolver esta situação, deparou-se-nos outra nova: se algumas das sobreposições ficaram resolvidas, Outras, porém, foram disseminadas por tipos ideais caracterizados inicialmente pela exclusividade quanto à pertença de casos. Rapidamente nos vimos perante um denso desafio, que levou alguns meses a ser resolvido. Para tal contribuíram repetidas contagens sistemáticas bem como revisões sistematizadas às listagens dos *outputs* obtidos, novas visitas e revisitas ao terreno de forma a elucidarmo-nos de determinados pormenores, a confirmarmos características, controlarmos respostas dadas e finalmente documentarmo-nos fotograficamente relativamente a uma boa parte dos estabelecimentos.

Seguiram-se assim mais três versões antes de atingirmos uma última; esta, de acordo com o inicialmente estipulado, não regista sobreposições, mas também não abrange todos os 172 estabelecimentos submetidos ao

preenchimento da grelha de caracterização - 122 no Centro Histórico do Porto e 50 no de Gaia - e que integram o universo de trabalho.

Antes, porém, de chegarmos à última versão, e numa tentativa de definição dos alicerces básicos com vista à construção dos ideais-tipos, tendo como base um confronto entre os tipos de todas as versões, e um estudo bastante aprofundado de cada uma dessas possibilidades, escalonámos o que consideramos fundamental para cada tipo. Foi assim que obtivemos o que denominámos *Esqueleto para a Tipologia dos Estabelecimentos,* isto é, cinco combinações que considerámos primordiais para o nosso estudo – Quadro 3.11. Este *Esqueleto* permitiu-nos uma mais clara visualização das diferenças fundamentais entre os tipos a serem considerados. A estratégia adoptada para o esboço deste *Esqueleto* privilegiou basicamente os dois tipos de vinho aqui considerados, temporalidades de venda, maior tipo de consumo e, como não podia deixar de ser, a existência ou não de pipas.

A partir daqui, e recorrendo novamente ao confronto entre tipos conseguimos obter uma versão definitiva da nossa tipologia de trabalho, cujos estabelecimentos por ela abrangidos farão parte integrante do primeiro patamar da nossa amostra, como já tivemos ocasião de referir – Quadro 3.12.

Quadro 3.11 – Esqueleto para a Tipologia dos Estabelecimentos

TIPO I	**TIPO II**
1. PIPAS 2. VC 3. VP - VENDA RARA MAIOR CONSUMO DE **VC**	4. PIPAS 5. VC 6. VP – VENDA DIÁRIA MAIOR CONSUMO DE **VC**

TIPO III	**TIPO IV**	**TIPO V**
7. NÃO PIPAS 8. VC 9. VP – TEMPORALID. IRRELEVANTE MAIOR CONSUMO DE **VC**	10. NÃO PIPAS 11. VC 12. VP – VENDA DIÁRIA MAIOR CONSUMO DE **VP**	13. NÃO PIPAS 14. NÃO VC 15. VP – VENDA DIÁRIA SÓ CONSUMO DE **VP**

Quadro 3.12 – Tipologia dos Estabelecimentos: caracterização dos tipos e sua dimensão em cada Centro Histórico

TIPO I	**TIPO II**
1. Balcão 2. Pipas 3. Vinho corrente ao copo/taça 4. Venda diária de VC 5. Existência ou não de garrafas - irrelevante 6. Vinho do Porto ao copo/cálice 7. Venda rara de VP 8. Maior consumo de vinho corrente	12 Balcão 13 Pipas 14 Vinho corrente ao copo/taça 15 Venda diária de VC 16 Existência ou não de garrafas - irrelevante 17 Vinho do Porto ao copo/cálice 18 Venda diária ou primordial (ambos) 19 Maior consumo de vinho corrente
C. H. PORTO ---------- 13 **C. H. VILA NOVA DE GAIA - ---------- 0**	**C. H. PORTO ---------- 9** **C. H. VILA NOVA DE GAIA ---------- 0**

TIPO III	**TIPO IV**	**TIPO V**
0. Balcão 1. Não há pipas 2. Vinho corrente ao copo/taça 3. Venda diária de VC ou primordial à semana 4. Existência ou não de garrafas - irrelevante 5. Vinho do Porto ao copo/cálice 6. Temporalidade irrelevante 7. Maior consumo de vinho corrente	1. Balcão 2. Não há pipas 3. Vinho corrente ao copo/taça 4. Venda diária de VC ou primordial (ambos) 5. 10 ou mais garrafas de vinho do Porto 6. Vinho do Porto ao copo/cálice 7. Venda diária de VP 8. Maior consumo de vinho do Porto	15. Balcão 16. Não há pipas 17. Não há vinho corrente ao copo/taça 18. Nunca vende VC 19. 10 garrafas ou mais de vinho do Porto 20. Vinho do Porto ao copo/cálice 21. Venda diária de VP 22. Maior consumo de vinho do Porto
C. H. PORTO ---------- 49 **C. H. VILA NOVA DE GAIA ---------- 19**	**C. H. PORTO ---------- 0** **C. H. VILA NOVA DE GAIA --------- 7**	**SOLAR DO VINHO DO PORTO**

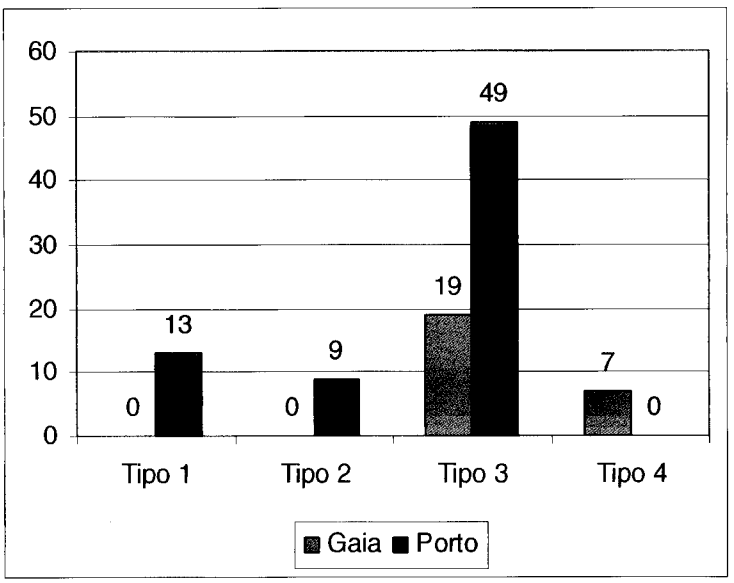
Esta última versão, ao contrário das iniciais, conta apenas com cinco tipos ideais. Multiplicarem-se os tipos, mostrou-nos todo o trabalho precedente, teria como resultado um não mais acabar de tentativas, nem sempre bem sucedidas, face ao nosso ponto de partida: não sobreposições; para além disso, nada acrescentaria ao nosso estudo relativamente aos tipos adoptados.

Como se pode verificar, a diferença básica entre os Tipos I e II está na *temporalidade da venda do VP*. Trata-se de uma diferença bastante significativa, na medida em que acarreta implicações a muitos outros níveis que tocam o nosso objecto de estudo, justificando, deste modo, a emergência destes dois Ideais-Tipo. Note-se que, o facto de se *vender raramente vinho do Porto* ou *vender diariamente ou primordialmente vinho do Porto*, estabelece uma espécie de fronteira que toca hábitos e fazeres no quotidiano. Pode haver uma diferença significativa entre estabelecimentos que se caracterizem por uma destas duas temporalidades de venda. É também tentando perceber essas diferenças e essas significâncias que prosseguimos este percurso. Poderia ter sido pertinente categorizar no Tipo II o maior consumo de vinho do Porto. Contudo, essa experiência tornar-se-ia inexpressiva, daí termos optado pela combinação das variáveis presentes no Tipo II. Note-se que manter as sete primeiras variáveis do Tipo II e substituir a última - maior consumo de vinho corrente - por maior consumo de vinho do Porto, resultaria em zero casos, para ambos os Centros Históricos.

Os Tipos III e IV diferenciam-se dos dois primeiros logo à partida pela ausência de pipas, estando o Tipo III mais vocacionado para a venda de vinho corrente, enquanto o Tipo IV é mais propenso a um maior consumo de vinho do Porto.

Depois da inserção dos casos em cada um dos quatro tipos traçados, o que ressalta quase de imediato, é o que se poderia considerar de discrepância relativamente à dimensão do Tipo III face aos outros tipos – Gráfico 3.2. Contudo, esta diferença pode ser explicada, se tivermos em conta a estrutura basilar de cada tipo, e isso é visível pelo Quadro 3.11.

Gráfico 3.2 – Estabelecimentos tipificados dos Centros Históricos do Porto e de Vila Nova de Gaia



Se, no Tipo III, isolássemos a variável *existência de garrafas de vinho do Porto*, tornando-a relevante, e admitíssemos combinações das restantes variáveis com as categorias afins, teríamos decerto um leque menos expressivo de casos integrados neste tipo. Contudo, mostrou-nos a realidade através de uma série de visitas re-efectuadas o número de vezes que se considerou necessário, essas novas situações não trariam novidade, nada acrescentando ao estudo nem contribuindo para o seu avanço. Apenas conseguiríamos multiplicar o número de tipos, correspondendo todos eles ao mesmo alicerce. Desta forma, a operacionalização poderia ficar comprometida. Consideramos, deste modo, que o facto deste tipo se caracterizar por um estado mais híbrido relativamente aos demais não lhe retira o valor, uma vez que prioritariamente a diferença entre os tipos está numa combinação específica entre determinadas variáveis e não na estrutura física de cada estabelecimento.

Para finalizar, teremos de fazer uma breve referência ao último tipo. O Tipo V, como facilmente se pode constatar, não integra nenhum estabelecimento recenseado na área geográfica delineada para o nosso estudo. Como já esperávamos antecipadamente, nenhum dos estabelecimentos

submetidos à grelha se caracterizam pelo conjunto de categorias combinadas e presentes nesse tipo. A existência desse tipo justifica-se, no entanto, na medida em que se adequa a um estabelecimento único e específico, que, pese embora o facto de se situar exogenamente à nossa área geográfica, não poderíamos deixar de o ter em linha de conta neste estudo que, para além do vinho corrente, privilegia também o vinho do Porto. Referimo-nos ao Solar do Vinho do Porto que, desta forma, se vê, ele próprio, adequado e integrado a um determinado tipo ideal, sendo, muito embora, o único estabelecimento – paradigmático neste estudo concreto – presente. Com as suas características específicas, não conhecemos, nenhum outro, nem nos Centros Históricos do Porto e de Vila Nova de Gaia, nem nas próprias cidades do Porto e de Vila Nova de Gaia, aquando da pesquisa empírica. Veja-se que se trata de uma "casa" de consumo de vinho do Porto, oficialmente designada por bar de luxo, cujo produto central proporcionado aos frequentadores-consumidores (vulgo cliente) é o vinho do Porto, sendo aí larga e essencialmente consumido. Quem lá vai, consome basicamente vinho do Porto, um dos variados tipos e de ainda mais variadas empresas, postos à disposição dos consumidores. Daí, e novamente tendo em consideração o nosso objecto de estudo, forçoso seria contemplar este estabelecimento, este espaço, na escolha dos micro contextos, pese embora a sua exterioridade físico-geográfica aos Centros Históricos em consideração. Pelo referido, decerto não causará estranheza que ambos os Centros Históricos em estudo contem com zero casos relativos ao Tipo V. Pesando prós e contras, seria de lamentar se, num estudo deste teor, deixássemos cair a hipótese de integrar na nossa pesquisa empírica um estabelecimento desta categoria.

3.4. A selecção das plataformas de observação empírica para um estudo mais focalizado

O plano de acção para recolha de informação mais precisa contou, então, fundamentalmente com um observatório de análise empírica incidente em cinco plataformas de observação sociais específicas: quatro tabernas/afins, duas das quais situadas no Centro Histórico do Porto e outras duas no Centro Histórico de Vila Nova de Gaia e uma quinta plataforma – Solar do Vinho do Porto, situado exogenamente a estes Centros Históricos.

Se as quatro primeiras plataformas de observação são marcadas por uma forte articulação entre caracterização do estabelecimento em si (a sua tipicidade) e a sua própria implantação geográfica, já a escolha da última é marcada pelas suas especificidades próprias e únicas na cidade do Porto.

Assim, assumimos desde já, que não enveredaremos por comparações efectuadas com base numa componente geográfica dos estabelecimentos. O nosso centro de interesse é o vinho corrente e o vinho do Porto em contexto social. Em consequência, a escolha das plataformas de observação acima referidas permitir-nos-ão estabelecer comparações entre tipos de estabelecimentos onde, a pretexto de um determinado tipo de consumo (inerente aos vinhos delimitados) são visíveis determinadas disposições para acções: sociabilidades, ritualidades e as próprias estratégias de consumo em si.

Esteve sempre presente no nosso horizonte processual, operacionalizar o objecto deste estudo científico tendo em conta a especificidade de dois domínios em cada micro contexto de acção: i) o próprio estabelecimento de bebidas e/ou bebidas e restauração e ii) frequentadores-consumidores de cada estabelecimento, pelo que, após termos procedido à inserção dos estabelecimentos na tipologia construída, importou, então, seleccionar-se um estabelecimento de entre cada tipo ideal. No Tipo V, a escolha estava feita à partida. A questão colocava-se, apenas, face aos quatro primeiros tipos. Aqui, imperaram, com forte pendor decisivo, as características individuais dos estabelecimentos integrados em cada tipo. Foi o nosso conhecimento de perto,

pois novas visitas se impuseram, que juntamente com as possibilidades reais de termos sucesso quanto ao preenchimento das cotas traçadas para a aplicação dos inquéritos – passo seguinte – que determinou a nossa escolha. Ou seja, por muito interessante e pertinente que o estabelecimento se apresentasse face aos objectivos do nosso estudo, duas condições se impuseram quanto à sua selecção: autorização por parte do proprietário/gerente para aí efectivarmos a nossa pesquisa com aplicação de inquéritos e algumas entrevistas aos clientes e carteira de clientes significativa.

Depois de equacionarmos todos estes vectores, com peso significativo para a decisão final, foram seleccionados os seguintes estabelecimentos: *Casa Jaime* e *Cafetaria Soraya*, ambas situadas na freguesia de Santa Marinha, Centro Histórico de Vila Nova de Gaia; seleccionou-se ainda, e agora integradas no Centro Histórico do Porto, A *Nova Adega de A. Valente*, pertencente à freguesia da Sé e uma outra casa situada na freguesia da Vitória.

Estabelecidos os devidos contactos e obtidas as imperiosas autorizações, estabeleceu-se o início do trabalho para Maio de 2001. Contudo, o estabelecimento situado na freguesia da Vitória, após um dia de trabalho que correu com total sucesso relativamente ao preenchimento da cota diária, vedou-nos a entrada, retirando-nos a autorização previamente concedida. Isso sucedeu no dia seguinte, no que seria o segundo dia de trabalho, alegando descontentamento por parte da clientela mais antiga face à nossa presença, sob a pena de aquela transferir o seu *estacionamento* para outro estabelecimento concorrente. Ora, o forte motivo inerente ao descontentamento de determinados clientes e subjacente a esta contra ordem pode não ser alheio ao jogo a dinheiro que, segundo tudo indica, era aí prática corrente, juntando clientes seleccionados no andar superior. A sala de cima estava-nos vedada, mas a circulação de cartões e o preenchimento discreto dos mesmos não pode deixar de saltar à vista. É sabido que no nosso país, o jogo a dinheiro obedece a regras muito bem definidas, mas nem sempre escrupulosamente seguidas. Pudemos também testemunhar, embora inadvertidamente, numa outra casa situada no Centro Histórico do Porto a existência duma segunda sala – "região de bastidores" para

estranhos – separadas da "região de fachada"[538], onde o jogo juntava os jogadores a recato de olhares estranhos. É um facto que constatámos apenas a existência de cartas em cima da mesa, não tendo sido visto dinheiro, mas os gritos da proprietária (gerente) e a pressa com que nos expulsou daquele *palco*, levou-nos a admitir estarmos na presença de algo ilícito.

Seja como for, de um dia para outro, e tendo já sido dado início ao trabalho e efectuado despesas, vimo-nos na contingência de substituir o estabelecimento da Vitória. Como tínhamos previsto a eventualidade de algum imprevisto poder acontecer, reservámos, previamente, uma possibilidade de substituição. Assim, avançámos de imediato para uma outra hipótese de selecção – *A Taberna do Túnel da Ribeira* – situada na freguesia de S. Nicolau, no Centro Histórico do Porto. Aqui a autorização foi obtida de imediato e o trabalho pode desenrolar-se sem mais percalços. Podemos então organizar as plataformas de observação empírica da seguinte forma – Quadro 3.13.

Quadro 3.13 – Plataformas de observação empírica seleccionadas

Tipo ideal	Estabelecimentos seleccionados	Contexto empírico
Tipo I	A Nova Adega de A. Valente	Centro Histórico do Porto
Tipo II	A Taberna do Túnel da Ribeira	
Tipo III	Casa Jaime	Centro Histórico de Vila Nova de Gaia
Tipo IV	Cafetaria Soraya	
Tipo V	Solar do Vinho do Porto	Porto

Estas plataformas de observação permitiram-nos configurar uma variabilidade significativa de cenários alicerçados em contextos de acção e situações reais retiradas do quotidiano e atravessadas por interacções simbólicas

[538] Expressões semânticas goffmanianas. Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, Lisboa, Relógio D'Água Editores, 1993.

entre agentes socialmente diferenciados uns dos outros, porque também diferenciadas são as plataformas de observação empíricas umas das outras. Equacionou-se, por conseguinte, a prática vínica em plataformas de observação accionais, à partida diferenciadas em termos sociais, económicos, culturais e simbólicos, sendo assim possível a apreensão de consumos vínicos diferenciados em função de diferenciações sociais que emergem desde logo dos quotidianos dos sujeitos, talhando-os, por sua vez, de forma também diferenciada.

PARTE II

ÂNCORAS HISTÓRICAS: FAZERES ENRAIZADOS NO TEMPO E NO ESPAÇO

Sob o olhar histórico: generalidades e hábitos vínicos como abertura

Versando este trabalho a prática vínica e o seu enquadramento no contexto social, importa explanar a pertinência desta segunda parte, de âmbito histórico.

Como se pode perceber, os vinhos articulam-se a espaços e a gentes, mas também a instituições e a políticas; daí, as suas repercussões no social, no cultural, na economia, e até na política. E daí, também, a necessidade de situarmos num contexto um tudo-nada analítico, a importância histórico-social do vinho na estrutura social portuguesa, a sua dimensão económica, as suas vertentes culturais bem como, o destaque da cultura da vinha no nosso país e o de determinados espaços semi-públicos para o seu consumo. Assim, os próximos dois capítulos resultam da necessidade de situarmos historicamente fazeres e hábitos vínicos.

Vivemos numa sociedade, que desde épocas imemoriais se caracteriza estruturalmente, diríamos, por hábitos vínicos. Veja-se que, aquando da fundação da nação, já o cultivo da vinha se estendia um pouco por todo o lado, contribuindo para a dominância vinícola do país; os "imensos topónimos singelos ou derivados de vinha, vide e videira, ou ainda de lagar, com variantes como lagariça ou lagarinho, e ainda adega, ramada, latada e mesmo pipa ou pipo"[539] que desde esse período salpicam povoações, lugares e lugarejos, são um registo que testemunha a importância vital do vinho na economia portuguesa, à qual acresce a "importância social desta bebida milenária"[540]. Muitos dos forais dos séculos XI, XII e XIII inerentes à autonomia da localidade, testemunham a importância económica da cultura da vinha[541].

Assim, a omnipresença do vinho cristalizou hábitos alimentares e culturais em Portugal, indo a sua diversidade de manifestações de cultos, cerimónias, momentos especiais e solenidades à própria gastronomia[542].

---

[539] J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, Vila Nova de Gaia, Gabinete de História e Arqueologia de Vila Nova de Gaia, 2001, p. 13. Ver também Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, *Memória de Pedra*, Porto, Afrontamento, 2000, p. 28.

[540] J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 16.

[541] Cf. Rogério Reis, *Roteiro do Vinho do Porto. Riqueza Vinícola e Panorâmica*, Barcelona, Espanha, Editorial Escudo de oro, S.A., 1986, p. 4.

[542] Cf. J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 14

É sabido que o vinho sempre ocupou um lugar privilegiado à mesa portuguesa; não só à hora das duas refeições básicas, almoço e jantar, mas também, ao pequeno-almoço e fora delas. As famosas *papas de burro cansado*[543], tão bem conhecidas e actualmente a cair em desuso, fizeram parte do despertar do dia, nomeadamente, no mundo rural. A *boneca*, uma espécie de chupeta artesanal molhada em vinho, prática também em desuso, era habitual para acalmar ou adormecer os bebés. Assiste-se, assim, a hábitos de vida em que o vinho é incorporado no estilo de vida traçado, desde tenra idade. Mais: o vinho, produto também de fabrico caseiro, cujas *voltas* eram conhecidas por quem possuísse pelo menos pequenas videiras ou quem tivesse acesso a elas é, ainda hoje, e nesses casos, um bem de acesso relativamente fácil, senão mesmo imediato, a qualquer elemento da família. Isso e o desconhecimento relativo ao malefício da sua ingestão excessiva, contribuíram para que, não raro, muito antes da passagem à fase adulta, já o vinho tivesse sido incorporado numa matriz alimentar ainda em esboço. Por conseguinte, a fase adulta, perante a cristalização dessa mesma matriz alimentar, exigia a presença do vinho à mesa (e fora dela, quantas vezes). É precisamente porque o vinho se insere no contexto mais vasto da alimentação, que se justifica um enquadramento mais geral a este nível, motivo pelo qual fomos levados a articular bebidas e comidas. Mas o consumo do vinho efectua-se em espaços específicos, que vão do doméstico ao público ou semi-público; assim, o espaço tradicionalmente mais votado para acolher bebedores de vinho e sucedâneos é a taberna, que sob um determinado ponto de vista pode ser encarado como um microcosmos de sociabilidades efervescentes. Note-se que, o vinho, tido também como símbolo de virilidade era, e ainda é nos dias de hoje, pretexto para convivialidade – hipótese que, admitimos, verá comprovação empírica mais para a frente. Ao vinho, por conseguinte, está inerente uma forte semente social; daí, mas não só por aí, entendermos a prática vínica como um facto social complexo.

[543] *Papas de burro cansado* é uma expressão que designa uma mistura de pão com vinho tinto servido numa malga ao pequeno-almoço. Este hábito, hoje apanágio de agentes sociais mais idosos, ainda vai prevalecendo em algumas zonas rurais.

Quanto ao vinho do Porto, a sua inserção nos hábitos alimentares, não tem, nem nunca teve a mesma expressão que ronda o vinho (corrente) no espaço português mas, ainda assim, assume particular importância. Nos primórdios da sua produção, chamemos-lhe assim, a grande clientela situava-se fora do país. Trata-se de um vinho que viu os seus dias muitos dependentes quer do mercado externo, quer de imponderáveis climatéricos ou provocados por pragas[544], tendo-se tornado o produto fulcral de exportação portuguesa ao longo do século XVIII[545]. Pelo poder económico que simultaneamente concentra e irradia, o vinho do Porto constitui, praticamente, um "mundo à parte"[546].

Hoje, a situação de ambos os tipos de vinho, o vinho corrente e o vinho do Porto, está em franca alteração no contexto português, quer no que respeita à produção, quer no que respeita ao consumo, vertente que nos interessa particularmente. E no que respeita a este, por motivos distintos. Em termos gerais, pode-se aludir a uma diminuição do consumo de vinho corrente e a um alargamento do hábito de consumir vinho do Porto. No que respeita ao vinho corrente, a forte vigilância face à taxa de alcoolémia nos condutores de veículos automóveis *per si*, não é factor suficiente que, a nível explicativo, possamos invocar para essa constatação. Admitimos, por exemplo, transferências de hábitos para consumo de vinhos de marcas por um lado; por outro, a sua substituição por outro tipo de bebidas – alcoólicas ou não – que se prende, não raro, quer à reconstrução de gostos, quer a preocupações de índole sanitário[547]. Quanto ao consumo do vinho do Porto, tem vindo a estender os seus tentáculos à clientela dentro de portas, isto é, aos portugueses, como poderemos constatar no quinto capítulo.

Antes de prosseguirmos, chamaríamos a atenção para o facto de ter sido "com a moda ainda recente do aperitivo, que só se generalizou depois da Segunda Guerra Mundial, que muitos deles [dos consumidores mais recentes]

---

[544] Sobre os "maus anos agrícolas ou causas patológicas" e seus efeitos a nível económico, ver Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 1990, pp. 31-32; Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, Porto, Afrontamento, 1995, pp. 52-53.

[545] Cf. Gaspar Martins Pereira "Apresentação", in Gaspar Martins Pereira (coord.), *Autour du Porto*, cit., p. 15; Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto. De Pombal a João Franco,* Porto, Afrontamento, 1991, p. 120. A mesma situação é localizada por François Guichard "desde o final do século XVII até ao período entre as duas guerras", François Guichard, "Porto: um vinho, uma cidade", in Gaspar Martins Pereira (coord.), - *Autour du Porto*, cit., p. 29.

[546] Cf. J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, Susana, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit, p. 20

[547] Outra hipótese que contamos poder adiante comprovar empiricamente, com base nos dados e elementos por nós recolhidos.

descobriram e apreciaram este vinho [do Porto]"[548]. Trata-se duma moda, criada em sentido contrário ao dado pela tradição, que revestia o vinho do Porto de características de digestivo, posto que era tido como vinho licorado, e portanto, de sobremesa. Contudo, arriscamo-nos a afirmar que nos dias de hoje, "as virtudes «do» *porto* no fim da refeição" não entram em choque com as delícias do Porto à abertura da refeição. De resto, foi "graças a esta moda do aperitivo que «o» *porto* conheceu a sua estupenda prosperidade dos últimos trinta anos, que lhe permitiu ultrapassar todos os seus anteriores recordes, iniciar uma dinâmica profundamente renovada e conseguir uma impressionante conversão à modernidade."[549]

A terminar esta *abertura*, gostaríamos de elucidar que a informação obtida sobre o vinho do Porto, o Douro e a sua região, aumenta sucessivamente graças a pesquisas e investigações, tendo vindo a acumular-se desde "há cerca de três séculos"[550] a esta parte. Grande parte dela, porém, porque baseada em obras precedentes, bibliografia mais ou menos conhecida, partindo dos mesmos factos históricos, passa quase obrigatoriamente por assuntos temáticos idênticos, pesem embora abordagens diferentes. Foi assim que nos deparamos com imensa produção académica e até mesmo jornalística sobre o sector, onde os seus aspectos basilares são passagem e registo obrigatórios. Escusámo-nos, contudo, de inseri-las todas ou mesmo de recorrer explicitamente a elas, uma vez que este não se trata de um trabalho histórico; importa-nos, assim, a contextualização histórica do sector para este estudo sociológico enquanto enquadramento geral que permita perceber da sua articulação e da sua importância para o desenvolvimento do país, mormente, no que toca às dimensões política e económica. Contudo, na impossibilidade de recorrermos a todos e com exaustão, debruçámo-nos apenas sobre alguns. E o critério de selecção relativamente à escolha das obras mais recorrentes, incidiu na qualidade das mesmas, na actualidade da publicação ou no destaque científico que actualmente os autores têm vindo a alcançar nestas matérias.

---

[548] François Guichard, "Porto: um vinho, uma cidade", in Gaspar Martins Pereira (coord.), (1997) - *Autour du Porto*, cit., p. 35.
[549] *Idem*, p. 35. Aspas e itálico do autor.
[550] J. F. A. e Gaspar Martins Pereira, "O Alto Douro e o vinho do Porto", in *O Tripeiro*, Ano 16, nº 11/12, Nov/Dez 1997, p. 351.

Assim, sem esgotar o assunto, limitámo-nos a apresentar com alguma brevidade aspectos considerados fundamentais a este nível. Qualquer outro desenvolvimento mais extenso é remetido para as obras referenciadas, quer em nota de pé de página, quer na própria bibliografia geral, cuja consulta desses títulos em muito contribuiu para consolidar os nossos conhecimentos sobre esta matéria. Não pretendemos, reforçamos esta ideia, proceder a um levantamento exaustivo do historial do vinho do Porto. O nosso objectivo incide numa breve apresentação dos vectores e factores factuais mais cruciais que contribuíram para a situação vivida actualmente no sector.

CAPÍTULO IV

O vinho do Porto: um palco histórico com pano de fundo económico

"E os homens fizeram o vinho...

"Galgaram montes, quebraram a rocha, fizeram a terra, levantaram muros, seleccionaram castas, plantaram videiras. Sofreram o oídio, a filoxera, o míldio e a maromba, recomeçaram tudo várias vezes. Sofreram o paludismo, as sezões, a pneumónica e a tuberculose. E recomeçaram. Mandaram vir cepas americanas, enxertaram variedades rústicas, arranjaram remédios, o sulfato, e enxofre ou o bórax. Trataram das vides melhor do que das próprias vidas. Trataram das videiras como tratam os filhos, as adegas como se fossem as suas casas. Podaram, enxertaram, cavaram, escavaram, redraram e nunca um desses trabalhos foi simples ou fácil. Encosta acima, foi sempre um calvário. Vindimaram a cantar, para esquecer o cansaço e os calores de quarenta graus. Levaram as uvas às costas, em cestos de quatro ou cinco arrobas, em sítios aonde não vão carros de bois, onde se desce para o precipício e se sobe para o inferno. À noite, pisaram uvas, cortaram lagaradas, horas a fio, num dos mais violentos trabalhos de toda a agricultura, que os álbuns de turismo ou os citadinos filhos de proprietários acham tão pitoresco, mas que só se aguenta porque é preciso viver, porque uma posta de bacalhau cru e um caneco de aguardente aquecem o corpo e porque as mulheres, em frente aos lagares, aquecem as almas. Transportam tudo à cabeça e às costas, almudes de água-pé, canecos de água, vasilhas de aguardente; pedras e terra; esteiros de ardósia, rolos de arame, cepas, cestos de uvas. Carregaram carros de bois, desceram os montes, entraram no rio, carregaram barcos rabelos, desceram o rio, conduziram o barco, descarregaram o barco, carregaram os vapores, voltaram ao rio, subiram o rio, levaram os rabelos à sirga, à corda, rio acima, no que deveriam ser as galeras do Douro. Foi este o homem do Douro. Foram os que morreram debaixo de rochas e de rodas, afogados no rio, abafados em tonéis, a tremer de febres e de paludismo, foram eles que acabaram o que a Natureza apenas tinha começado.

*E fez-se o vinho, o vinho fez os homens e os homens fizeram o Douro. [...]"**

A. Barreto, *Douro*

4.1. Raízes vinícolas, investimentos vínicos, projecção mundial

É certo que o nosso país é conhecido por ser um país com um forte traço vinícola relativamente às suas riquezas, potencialidades e até aos bens produzidos.

Certo é, também, o grande envolvimento de braços nas suas culturas, os investimentos efectuados neste sector e as grandes superfícies de terras onde prevalecem as vinhas – os socalcos no Douro por exemplo, tão conhecidos até internacionalmente. Daí, então, a importância que já vem de longe, com contornos de foro estrutural e adquirindo um lugar na história do país, deste bem que faz parte integrante da nossa cultura, e com fortes incidências a nível económico.

Pelo tipo de produto que é, o vinho do Porto, de entre os tipos de vinho aqui estudados, tem vindo a centralizar olhares, e a ser alvo de decisões e estratégias, porque dele tem dependido parte significativa do orçamento económico português,[551] apesar de com muito mais incidência no passado do que na actualidade, como teremos oportunidade de perceber ao longo deste capítulo. Como referem Guimarães e Guimarães, "ao longo de mais de 300 anos aquele a que alguns chamam «o embaixador de Portugal» (...) foi criando um peso e uma tradição"[552] pesem embora mudanças e inovações, que no *fazer* e no *viver* vínico, vêem ganhando voz. Como dizia Heraclito, "nada é permanente a não ser a mudança"[553], constatação que se aplica inteiramente a este sector. Note-se que o vinho do Porto não constitui, de modo algum, um sector estagnado: muito pelo contrário, mudanças internas têm estado no palco central deste sector[554].

---

[551] Segundo Conceição Martins, "ao longo dos últimos três séculos, o vinho desempenhou portanto, na balança comercial portuguesa, o papel de principal elemento de troca, já que a grande parte dos alimentos, matérias-primas e bens de equipamento adquiridos no estrangeiro foram pagos com receitas das exportações vinícolas". Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 1990, p. 28. Note-se, a propósito, que na página anterior a autora refere-se ao vinho (vinhos em geral e vinho do Porto em particular) como "o mais importante produto do comércio externo português, constituindo mesmo "o sector mais dinâmico da economia portuguesa". *Idem*, p. 27.

[552] J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 23.

[553] Citado por C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, Porto, Instituto do Vinho do Porto em colaboração com GEHVID, 1997, p. 7.

[554] É precisamente sobre a mudança no sector que Carlos Brito faz incidir o seu olhar, tendo em conta os principais actores intervenientes, os recursos e actividades – o que, segundo o autor, constitui a rede global de relações do vinho do Porto. Cf. *Idem* pp. 7 e 19.

O século XVIII tendo sido um século crucial para o vinho do Porto, foi, contudo, um século com duas faces: a primeira metade, constituindo uma "era prodigiosa para a região do Douro", deu início à aventura do vinho do Porto[555], fortemente dependente da influência inglesa, aliás, crucial na história do vinho do Porto[556]; a segunda metade, marcada por conflitos e problemas, dos quais daremos conta adiante.

4.1.1. A hegemonia do mercado britânico como destino do vinho do Porto

Entre os séculos XVII e XVIII, a Inglaterra apresentou-se quase exclusivamente como o mercado de destino do vinho do Porto[557], através da sua "colónia inglesa do Porto, relativamente pequena mas muito dinâmica, organizada em torno da sua Feitoria"[558]; este procedimento, veio, em última instância, a contribuir negativamente para a expansão do negócio português de exportação[559], uma vez que limitou os seus horizontes comerciais por um período de tempo mais do que significativo. O "primeiro registo oficial de exportação de vinho pela alfândega do Porto (...) data de 1678"[560] e a mais antiga designação do vinho do Porto conhecida data de, um pouco antes, de 1675[561]. Nesse ano, a exportação pela Barra do Douro conta com 400 pipas, ascendendo a 13 mil quinze anos mais tarde[562]. Com o evoluir da procura de

---

[555] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, Porto, Afrontamento, 1995, p. 43.

[556] Cf. C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., 23-26

[557] Cf. Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 1990, pp. 48-49; Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto. De Pombal a João Franco,* Porto, Afrontamento, 1991, p. 142; Gaspar Martins Pereira e João Nicolau de Almeida, (Org.), *Porto Vintage*, Porto, Instituto do Vinho do Porto/Campo das Letras – Editores, AS, 1999, pp. 26-28.

[558] Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto. De Pombal a João Franco,* Porto, Afrontamento, 1991, p. 142. Quanto à Feitoria Inglesa do Porto, nasce em 1727 e a sua sede "ainda hoje se mantém na zona ribeirinha da cidade", Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 41. Ver também J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, Vila Nova de Gaia, Gabinete de História e Arqueologia de Vila Nova de Gaia, 2001, p. 76. Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", in *Vinho do Porto e os Vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, p. 51. A Feitoria Inglesa, também conhecida por «Associação Britânica», é considerada a sede dos Comerciantes Ingleses, isto é, das firmas inglesas que comercializam em vinho do Porto; ser inglês é então uma condição básica para a admissão de Membro da Feitoria, ainda nos dias que correm. A Feitoria Inglesa é, nas palavras de Rogério Reis, "um símbolo de presença inglesa no comércio do Vinho do Porto", ao que nós acrescentamos, e da sua proeminência neste sector, e através deste sector na economia nacional de Portugal. Cf. Rogério Reis, *Roteiro do Vinho do Porto*. Riqueza Vinícola e Panorâmica, Barcelona, Espanha, Editorial Escudo de oro, S.A., 1986, p. 69.

[559] Sobre a prevalência do mercado inglês enquanto importador privilegiado, e suas consequências mesmo desvantajosas para o país exportador, o nosso, veja-se Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., pp. 48-49 e 75.

[560] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 40; C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., 23. Gaspar Martins Pereira, "Origem e evolução de um grande vinho", in Gaspar Martins Pereira e João Nicolau de Almeida, (Org.), *Porto Vintage*, cit., p. 19.

[561] J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 17; João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, Lisboa, Dom Quixote, 2000, p. 58.

[562] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 40. Sobre exportações ver também C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 26-27; João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto. Os Sabores e as Histórias,* Lisboa, Publicações Dom Quixote, 2000, pp. 67 e 71.

vinhos portugueses aumentam também quer a produção quer a exportação que, estimulada pelo Tratado de Methuen, viu aumentar o consumo dos vinhos na Inglaterra[563], enraizando-se este nos "hábitos das classes altas inglesas"[564], a ponto de "«nenhum cidadão inglês de uma certa categoria social o pode[r] dispensar [ao vinho do Porto] depois do seu bom jantar, pela mesma razão porque come um pouco de queijo Cheshire, com o propósito de facilitar a digestão»"[565].

Foram esses "anos de euforia", durante as primeiras décadas do século XVIII, que no essencial deram origem à criação da paisagem hoje conhecida: "milhares de homens recrutados nas localidades dos planaltos vizinhos, mas também nas terras da Beira e de Trás-os-Montes, raparam meticulosamente os arbustos das encostas, rasgaram o xisto em geios com 1,5 metros de profundidade, fizeram a terra e construíram quilómetros infindáveis de socalcos numa inimaginável actividade de transformação"[566] e plantaram as videiras.

E com esse aumento, da produção e da exportação, surge também uma forte tentação para a ilegalidade e para a fraude, isto é, para a falsificação no *fazer* do vinho por parte dos lavradores do Douro. Processam-se, então, as adulterações que ficaram na história – à base da adição aos mostos de "aguardente, açúcar, baga de sabugueiro e outros ingredientes para satisfazer os pedidos dos exportadores"[567] – e que, muito provavelmente, a elas não será de todo alheia a qualidade do vinho do Porto hoje conseguida[568]. Por consequência, destacam-se os conflitos estalados entre os lavradores e a Feitoria Inglesa, notabilizando-se a defesa escrita daqueles, que argumentavam que "se as coisas estavam no mau estado que se sabia era porque os comerciantes britânicos procuravam vinhos que fossem «*um fogo potável nos espíritos, uma pólvora*

[563] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 23, 25-26. Portugal, ao assinar com a Inglaterra o Tratado de Methuen em 1703, ganha um benefício para os vinhos portugueses sobre os quais passa a incidir uma taxa mais reduzida do que sobre os vinhos franceses ao entrarem na Grã-Bretanha. Cf. Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 289. Sobre o Tratado de Methuem vd. Também Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 41; J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, p. 169; Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 50.
[564] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 25.
[565] Relato de John Croft, em 1788 "na sua monografia sobre os vinhos portugueses". *Idem*, p. 25.
[566] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 41-42.
[567] *Idem*, pp. 43-44; Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro. Douro Superior*, Lisboa, Presença, 1988, p. 37; Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., pp. 51-52.
[568] C. Melo Brito, Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto, cit., pp. 27-28.

incendiada no queimar, uma tinta de escrever na cor, um Brasil na doçura e uma Índia no aromático»"[569].

O clima de desconfiança que então se gerou, culminou numa primeira crise do sector, na segunda metade do século XVIII[570], sentindo-se, neste período, um reacender da intervenção estatal, que, com mão-de-ferro pombalina, instituiu a Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro, com a qual se refez o período da crise e da qual apresentaremos aspectos mais desenvolvidos no sub-capítulo 4.2.

4.1.2. Surgimento de novos mercados: uma projecção de cariz mundial

Mais tarde, no século XIX, a Inglaterra, de protagonista no mercado importador de vinho do Porto, perde a sua hegemonia em detrimento do aparecimento em cena de outros mercados importadores, tendência que se vem acentuando desde então[571]. Assim, ao longo do século XX as vendas e exportações do vinho do Porto aumentaram extraordinariamente, pesem embora algumas oscilações verificadas aquando de crises e da Segunda Guerra Mundial. A multiplicação de negociantes, "o desenvolvimento do mercado interno"[572], o "surto considerável dos investimentos na vinha"[573], e a "diversidade dos mercados, patente a partir dos anos sessenta [do século XX]"[574], mostram bem da posição central que, a nível nacional, este sector detém. A pouco e pouco, mas cada vez de forma mais enraizada, embora nem sempre organizada, o sector do

---

[569] *Idem,* p. 27, ver nota 6; Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 43 e 109, onde repete a citação. Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro. Douro Superior*, Lisboa, Presença, 1988, pp. 37-38; Gaspar Martins Pereira, "Origem e evolução de um grande vinho", in Gaspar Martins Pereira, e João Nicolau de Almeida, (Org.), *Porto Vintage*, cit., p. 36.

[570] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 43-44. Os primeiros sinais da crise datam dos anos 30-40 do século XVIII após um ciclo de crescimento. Cf. Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 43; Pode-se ler a descrição sucinta que o autor faz dessa primeira crise "séria" nas pp. 44-47. Acrescente-se que foi precisamente por causa dessa problemática que surgiu a Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro.

[571] Cf. Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto.,* cit, p. 153.

[572] François Guichard, "O Porto no séc. XX: a afirmação metropolitana e os seus desafios", in Oliveira Ramos, *História do Porto*, Porto, Porto Editora, p. 604. Sobre o aumento do consumo interno e crescimento do respectivo mercado, consultar também António Barreto, "Prefácio", in Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 8 e Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 421.

[573] François Guichard, "O Porto no séc. XX", cit., p. 606. Repare-se que, como escreve ainda o autor, na mesma página, "no último quarto de século [o surto dos investimentos na vinha] passou de 25 000 para cerca de 40 000 hectares. Criou-se uma verdadeira frente pioneira no Douro superior, dotado das melhores condições climáticas e com um relevo mais suave, que permitiu uma mecanização até aí impensável na região. O impulso, dado pelo próprio negócio, baseou-se pela primeira vez numa rigorosa selecção de castas (...)"

[574] François Guichard, "Porto: um vinho, uma cidade", cit., p. 30. Sobre o aumento da exportação, países importadores, principal e tradicional e posteriores alterações no xadrez importador/comprador, ver também António Barreto, "Prefácio", cit, pp. 7-8 e Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., pp. 132-135.

vinho do Porto vai-se tornando *uma questão política*, a ponto de hoje, "os partidos de todas as matizes ideológicas" integrarem nos seus programas políticos a «questão Douro»[575]. Aliás, note-se que desde a criação da Companhia, as acções dos produtores e dos comerciantes no sector tornam-se limitadas porque submetidas a um apertado conjunto de regras e normas legislativas[576].

Veja-se que não só "o vinho do Porto alargou no século XX a sua projecção ao mundo inteiro", como "o vinho do Porto, embora tardiamente [a partir da Segunda Grande Guerra[577]], também passou a ter um destino português"[578]. A propósito do alargamento dos mercados, regista Fernando Peixoto: "diversificam-se os mercados, promove-se a imagem externa, modificam-se os processos de produção e vinificação, desenvolve-se a especialização, aposta-se cada vez mais na qualidade e, na segunda metade do século [XX], pode falar-se já duma verdadeira recuperação nas exportações, acentuando uma curva de crescimento que se mantém na actualidade."[579] Apesar de algumas flutuações, crescimento e expansão são dinâmicas que marcam os últimos três séculos[580], no que respeita ao vinho do Porto. Estamos perante, regista Conceição Martins, "um fluxo comercial constante e consolidado, que não conheceu soluções de continuidade, mas está marcado por inúmeras oscilações, por vezes de amplitude considerável."[581] É nesse sentido que Carlos Brito se refere a "uma sucessão de períodos de expansão alternados com épocas de crise"[582]. Gaspar Martins Pereira, refere-se também a períodos conturbados entre o século XVIII e princípios do XX,

---

[575] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, Lisboa, Dom Quixote, 2000, p. 115. Manuel Carvalho alude também à «questão», confrontada pelos "poderes públicos" graças à "crescente importância económica" do sector; Cf. Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 39. Tenhamos presente que, graças à crise comercial, que se segue, a curtos passos temporais, da crise filoxérica, e ao miserável retrato da região, "terra de fome e de emigração", surge no fim da monarquia a «questão Douro» - "uma das grandes questões nacionais, gerando debates polémicos na imprensa e no parlamento, acendendo paixões, *meetings*, conflitos sociais e regionais". Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 67. Itálico do autor.

[576] Cf. João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., pp. 114-115.

[577] Teresa da Silva Lopes, *Internacionalização e Concentração no Vinho do Porto, 1945-1995*, Cadernos da Revista *Douro* – Estudos e Documentos, ICEP, Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, *1998*, p. 25.

[578] François Guichard, "O Porto no séc. XX", cit., pp. 604-605.

[579] Fernando Peixoto, "Do Douro para o mundo", in Gaspar Martins Pereira, (coord.), *Autour du Porto*, cit., p. 93.

[580] Note-se que os últimos três séculos são de fulcral importância quando se pretende captar o *comportamento*, nem sempre linear, histórico-económico do vinho do Porto. Precisamente por isso, Conceição Martins considera que "A periodização destes três séculos do comércio externo do vinho do Porto permite assim, por um lado, observar detalhadamente o movimento das exportações e, por outro, distinguir as variações acidentais e conjunturais daquelas que, na verdade, representaram mudanças significativas, eventualmente estruturais, do comércio." Isso implica a necessidade de explanar detalhadamente "cada momento da evolução deste comércio e o panorama geral do comércio do vinho do Porto no curso geral da história." Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 1990, p. 75. Assim, para mais informações, nomeadamente fases evolutivas, expansão, retracção, crises, estagnação, ver também pp. 77-152 (todo o capítulo intitulado "Os ciclos de crescimento"). Gaspar Martins Pereira, conhecido e reconhecido autor de uma vastíssima bibliografia sobre o sector do vinho do Porto e a sua região produtora, refere-se também à comercialização, flutuação, expansão, crises comerciais no sector. Veja-se, por exemplo, da sua autoria, *O Douro e o Vinho do Porto. De Pombal a João Franco*, Porto, Afrontamento, 1991, pp. 142-163.

[581] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 75.

[582] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 32.

com registo de "crises trágicas de produção e de mercado" para a vitivinicultura[583] duriense, que implicaram sérias transformações no sector[584]. Contudo, são precisamente estes momentos de crise, de ruptura, diríamos mesmo, que estão na origem de momentos de inovação que introduziram mudanças significativas, e que se vieram a revelar benéficas para o sector[585]. Note-se que os vinhos generosos assistem a um valorização em crescendo. Isto, e o "aumento sustentado dos contingentes exportados" de vinho do Porto contribuem para que o sector vínico seja um dos mais expansivos no que refere ao conjunto das exportações[586].

4.1.3. Investimentos e re-investimentos. Mecanização e alteração da paisagem duriense

Assiste-se, portanto, a uma capacidade de resposta cada vez maior relativamente à procura do vinho e consequentemente à sua venda, para a qual contribuiu, sem dúvida, um forte investimento a nível tecnológico, necessário para se vencerem desafios naturais que, dificultando o trabalho, exigiam uma força humana extraordinária[587]. Tudo isso resulta na organização e valorização desse espaço[588], "uma ilha de xisto rodeada de montanhas e granito (...)"[589]. António Barreto traça uma descrição bastante sugestiva das dificuldades outrora inerentes à vinha e ao vinho na região do Douro, dos desafios vencidos a nível tecnológico, dos quais fazem parte a substituição dos "gemidos dos homens a trabalhar" pelas "máquinas barulhentas", enfim, do papel central do rio no *fazer* e no *viver* do vinho, da labuta da terra duriense, da fadiga, da aposta, das jornadas dolorosas e do suor das gentes da terra, enfim, do traço humano implementado à paisagem[590].

Fernando Peixoto também descreve os desafios vencidos pelo homem à natureza a propósito da vinha, do vinho, do Douro e da sua história regional[591].

---

[583] Sobre palavras que exprimam a ideia de vinho, ver *Glossário* Vínico no Anexo 2.1.
[584] Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto.* cit, p. 7.
[585] Cf. Idem, p. 20
[586] Conceição Martins, Memória do Vinho do Porto, cit., p. 188. Na p. 75, escreve a autora, "A produção aumentou 0,9% ao ano, as exportações 1,6%, as receitas (a preços internacionais) 2% e o consumo estendeu-se a novos mercados."
[587] João Paulo Martins, Tudo sobre o Vinho do Porto, cit., p. 80.
[588] Gaspar Martins Pereira, O Douro e o Vinho do Porto. cit., p. 18.
[589] Manuel Carvalho, Guia do Douro e do Vinho do Porto, cit., p. 27.
[590] António Barreto, "Douro: rio, terra e gentes", in Gaspar Martins Pereira, (coord.), Autour du Porto, cit., pp. 43 e seg.
[591] Fernando Peixoto, "Do Douro para o mundo", in Gaspar Martins Pereira, (coord.), Autour du Porto, cit., pp. 85-86.

Da mesma forma, e na mesma linha, Bianchi de Aguiar refere a dificuldade relativa aos trabalhos nas "regiões vinícolas de montanha", os "grandes sistemas de implantação da vinha" que mostram bem de investimentos com vista a vencer a prova do relevo, tudo isto culminando com a expansão do respectivo mercado do vinho[592]. E sobre investimentos tendentes a melhorar as condições de trabalho e aumentar a produtividade e a qualidade do vinho, Conceição Martins acrescenta que o progresso agrícola duriense, na década de 1968-79 é avaliado por dois registos: número de tractores, relacionados com a mecanização, e fertilizantes consumidos.[593] Por tudo isso, António Barreto escreve que "o vinho do Porto não é [apenas, diríamos nós] uma dádiva da natureza, antes é um produto dos homens, da sua permanente luta, da sua circunstância histórica e da sua cultura."[594] Aliás, qualquer historiador que se debruce sobre esta temática constata e regista as dificuldades impostas pela natureza e, tornadas desafio, vencidas pela mão humana[595]. Dificuldades essas, que juntamente com imponderáveis climatéricos, contingências históricas, diplomacia e poderes políticos europeus, a procura de mercados interno e externo e legislação, fizeram depender, por tempo prolongado, quer o comércio, quer a produção do vinho do Porto[596]. A propósito desse conjunto díspar de dificuldades que por si só seriam mais do que suficientes para desmotivar qualquer homem a lançar mãos à obra, refere António Barreto: "Já seria aliás pouco «natural» fazer vinho no Douro, naquelas encostas de xisto[597], com aquele clima e naquelas circunstâncias geográficas. Mas faz-se, porque houve um «feliz encontro», como alguém disse, entre o mercado, por um lado, e os lavradores do Douro, por outro. Quando começou

---

[592] F. B. Aguiar, "Douro: um vinhedo histórico, um vinho universal", in Gaspar Martins Pereira, (coord.), Autour du Porto, cit., pp. 70 e 73.

[593] Cf. Conceição Martins, Memória do Vinho do Porto, cit., p. 424

[594] António Barreto, "Prefácio", in Conceição Martins, Memória do Vinho do Porto, cit., p. 18.

[595] O texto que abre o presente capítulo, escrito com um realismo simultaneamente doloroso e poético, mostra precisamente desafios lançados pela natureza, cuja capacidade de resposta humana suada e sacrificada, permite vencer. Sobre o trabalho humano, empreitadas, vitórias e avanços, ver também Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, *Memória de Pedra*, cit., pp. 46-49.

[596] Cf. Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, Lisboa, cit, p. 75

[597] António Barreto, ao longo dos seus escritos durienses, vai reforçando a importância da conjugação de três factores cruciais para o "esplendoroso vinho, singular e inimitável": "a terra de xisto e o clima único no mundo" e a mão do homem. Assim, conclui o autor, "o vinho do Porto, bem mais do que «natural», é um vinho feito pelo homem: ajudado, modificado, recriado, observado, equilibrado, controlado e, diga-se a palavra, fabricado pelo homem." António Barreto, "Prefácio", cit., pp. 11 e 13. A importância da "pedra lascada, do xisto partido" e do trabalho humano, são características primordiais apontadas por quem se debruça sobre a feitura deste tipo de vinho. Veja-se, por exemplo, em João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto. Os Sabores e as Histórias,* Lisboa, Publicações Dom Quixote, 2000, p. 14. Informações mais detalhadas sobre geologia, solos e clima durienses são fornecidos por MAGALHÃES, Nuno, "A Região", in *O Vinho do Porto e os Vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, pp. 17-21.

este «encontro», algures no século XVII, ou talvez um pouco antes, nem o que os Ingleses procuravam era o que viria a ser o vinho do Porto; nem o vinho do Porto era o que então produziam os lavradores do Douro. Foram décadas, foram séculos de trabalho em conjunto, de entendimentos e rivalidades, de comunidade de interesses e de conflitos, que acabaram por criar o produto que hoje conhecemos e cuja evolução não está terminada, nem talvez termine nunca."[598]

Foi então com investimentos extraordinários que se respondeu positivamente ao aumento da procura e consequente aumento de vendas; a produção estava menos dependente do clima e as doenças do passado - o míldio[599], o oídio[600] e a filoxera[601] - habilmente, senão mesmo cientificamente, combatidas[602]. Já existiam também conhecimentos para tratar a maromba[603]. E é precisamente graças a esses investimentos, que a produção do vinho do Porto se encontra mais desligada dos flagelos, das contingências climatéricas, enfim, das crises, obtendo, em contrapartida, uma projecção cada vez maior.[604] Repare-se, contudo, que foi precisamente o flagelo destas três pragas que

---

[598] António Barreto, "Prefácio", in Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 13.

[599] Em 1893 o míldio, um parasita vegetal, atacou implacavelmente a vinha nacional. Trata-se "com uma mistura de sulfureto de cobre e carbonato de cal, conhecida por calda bordalesa ou água celeste. A esta operação chama-se sulfatação.", Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., pp. 357 e 453, nota 101. Ver também Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto.* cit., p. 83; João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 71; Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 64;

[600] "O oídio é um fungo também conhecido pelas designações de polvilho ou cinzeiro. Quando atinge os vinhedos nacionais em 1850-51, é conhecido por «a moléstia». No Douro, ataca inicialmente as vinhas situadas nos terrenos mais fortes, fundos e frescos do Baixo Corgo, e só por volta de 1857 é que invade as terras quentes do Alto Douro. O antídoto para a «moléstia» começa a ser aplicado em 1853. Consiste na pulverização das videiras com enxofre em pó." In Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 452, nota 69. Ver também Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto.* cit., p. 45-48 e 78; João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 69; Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 59-61; Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro. Douro Superior*, cit., p. 34; Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 62.

[601] "A filoxera é um insecto que ataca e destrói as vinhas. Ao contrário do oídio, «a nova moléstia» (nome por que era conhecida no Douro a filoxera) começa por atacar os vinhedos do Alto Douro e só por volta de 1878-80 se estende ao resto da região e do país. Utilizam-se vários remédios para combater a doença, nomeadamente o sulfureto de carbono, mas o único que se revelou verdadeiramente eficaz foi o enxerto de castas locais em outras americanas. A reconstituição dos vinhedos atacados foi lenta, porque o seu elevado custo impedia a maioria dos viticultores de utilizar o bacelo americano." In Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 452-453, nota 79. Segundo a autora, as vinhas portuguesas foram afectadas por esta doença nos anos de 1860 a 1880, que atacou fortemente a produção dos vinhos do Douro e do Porto, ficando desta crise "os mortórios a testemunhar a sua extensão". " Não obstante a diminuição mais ou menos pronunciada da produção duriense e nacional, o facto é que esta foi, ainda assim, suficiente para satisfazer as necessidades dos mercados interno e externo.", *Idem,* p. 112. Ver também Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto.* cit., p. 29 e 48-67, onde o autor descreve, com algum pormenor, a crise filoxérica no Douro e as transformações por ela provocadas; João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 69-71; Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 61-64; Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, *Memória de Pedra*, cit., p. 59; Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro, cit.*, p. 35; Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., pp. 62-64.

[602] Cf. François Guichard, "O Porto no século XX: a afirmação metropolitana e os seus desafios", p. 605.

[603] A maromba apareceu nas vinhas do Douro, pela primeira vez em 1845; trata-se de "uma deficiência da planta em boro", e ficou conhecida por «mal negro» ou «gomose». Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., pp. 333 e 452.

[604] Cf. François Guichard, "Porto: um vinho, uma cidade", in Gaspar Martins Pereira, (coord.), *Autour du Porto*, ICEP - Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, p. 40.

obrigou à "reorganização fundiária do Douro"[605], tratando-se de uma reconstrução difícil do sector.

Gaspar Martins Pereira corrobora esta ideia, advogando mesmo mudanças, que, quanto a nós, se situam no âmbito do estrutural, ocorridas nos dois últimos séculos, derivando estas, na sua essência, da introdução da mecanização nas vinhas do Douro. Escreve o autor: "Timidamente, a mecanização vai-se introduzindo nas vinhas do Douro, pelo menos para algumas das tarefas mais violentas, como as surribas[606]. Já não se constroem muros de socalcos para amparar as vinhas. Novos sistemas de organização dos vinhedos vão redesenhando a paisagem"[607], introduzindo-se, a partir dos anos 60 do século XX, duas novas técnicas de plantação – os patamares e a vinha ao alto – que permitem precisamente o aumento da mecanização e a diminuição dos custos de produção[608]. Desta feita, a paisagem duriense resulta, nos nossos dias, numa complexa rede de técnicas de plantio, uma vez que as novas técnicas coexistem com as mais tradicionais, das quais, os socalcos são o seu registo mais conhecido[609].

Estamos, portanto, perante avanços técnicos e tecnológicos significativos, relativamente à viticultura dados os novos desafios colocados pela emergência da crise, que obriga à procura duma saída plausível para mais que compensar a perda de produtividade. A evolução[610] no plantio da vinha, a mecanização, as melhorias introduzidas, as dificuldades ultrapassadas, foram

---

[605] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 71; Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 64-65 e 70-71.

[606] "A surriba ou saibramento do terreno faz-se normalmente de 1,10 a 1,32m de profundidade, iniciando-se o trabalho com a abertura dos alicerces para o primeiro calço, cuja altura depende do declive do solo e da largura que se pretende dar ao geio. Mas na maior parte das novas plantações as paredes são mais altas, com traçados mais rectilíneos, e também mais sólidas. Os geios são normalmente mais largos, comportando várias fiadas de cepas." *In* Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto.* cit., pp. 80-81. Esse trabalho, que "ainda há poucos anos era feito com alavancas de ferro e pás, utilizando-se dinamite para vencer as camadas de xisto mais resistentes", é hoje "totalmente mecanizado". Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro,* cit., p. 40. Ver também A. L. Pinto da Costa, *Alto Douro Terra de Vinho e de Gente*, Lisboa, Cosmos, 1997, pp.269-270.

[607] Gaspar Martins Pereira, "Apresentação", in Gaspar Martins Pereira, (coord.), *Autour du Porto*, cit., pp. 17-18. João Paulo Martins refere-se também a grandes mudanças técnicas que têm contribuído para a renovação da paisagem, e Manuel Carvalho refere-se à chegada das primeiras máquinas agrícolas. Cf. respectivamente João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., pp. 72-73 e Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 84.

[608] Cf. C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 49. Uma descrição pormenorizada sobre estas duas técnicas – as formas modernas de armação do terreno e para instalação da vinha – é apresentada em Nuno Magalhães, "A cultura da vinha na região do Douro", in *Vinho do Porto e os Vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, pp. 86-90.

[609] Cf. Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, *Memória de Pedra*, cit., pp. 48-49.

[610] Relativamente à técnica e sua evolução, inovações introduzidas, desafios tecnológicos provocados por crises, como por exemplo a da filoxera, ver Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 91-95.

de tal ordem, que a sua importância leva a ter em conta a separação de duas épocas históricas crucialmente designadas por *antes* e *depois* da filoxera[611]. Assim, o oídio, a filoxera e o míldio originaram a "maior transformação da estrutura da propriedade de toda a história duriense"[612], com falências de centenas de proprietários, com quintas que mudam de mãos[613]. Assiste-se, assim, a "grandes alterações na estrutura fundiária das vinhas durienses", uma vez que, como se tem vindo a registar, estas normalmente coincidiram com épocas de crises comerciais ou de devastações provocadas por doenças nas vinhas.[614] Daqui decorre uma viragem histórica que marca a viticultura duriense nos tempos actuais, ou, como defendem J. F. A. e Gaspar Martins Pereira, uma «revolução tranquila», - de uma «viticultura empírica» vai-se passando para uma «viticultura científica», possível "com a participação de uma nova geração de quadros técnicos", com formação académica superior[615]. "Actualmente há cada vez mais enólogos a trabalhar no sector. A viticultura passou a assumir uma importância determinante para a qualidade do Vinho do Porto e a ciência do fabrico, a Enologia, passou a ser indispensável para que os vinhos tenham maior aceitação num mercado cada vez mais exigente"[616].

A tudo isto, sobrepõem-se mudanças sociais que não foram menores. Veja-se que a partir da filoxera, surgiram "novos grupos com poder económico" para investir na área, como, por exemplo, a burguesia portuense, quintas que mudaram de proprietários, transformação da paisagem com novos agentes em acção. O comboio faz também o seu aparecimento e "o Vinho do Porto ganha novo impulso"[617], sendo alvo de uma projecção nunca antes testemunhada.

---

[611] Cf. João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., pp. 91-96.
[612] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 105.
[613] *Idem*, p. 106; Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., pp. 62 e 66.
[614] Cf. Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 104-105
[615] J. F. A. e Gaspar Martins Pereira, "O Alto Douro e o vinho do Porto", in *O Tripeiro*, Ano 16, nº 11/12, Nov/Dez 1997, p. 353
[616] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 137. Gaspar Martins Pereira, "Origem e evolução de um grande vinho", in Gaspar Martins Pereira, e João Nicolau de Almeida, (Org.), *Porto Vintage*, cit., pp. 29-31; Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 35.
[617] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., pp. 71-72.

4.2. Demarcação da área produtora do vinho do Porto, regulamentação e organismos afins

4.2.1. A Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro

Numa tentativa de superar problemas surgidos no sector no Alto Douro e na viragem para a segunda metade do século XVIII, entre fraudes, falsificações vínicas e afectação do comércio, foi instituída por Sebastião José de Carvalho e Melo, conhecido por Marquês de Pombal, então Primeiro Ministro do país, e por Alvará Régio a 10 de Setembro de 1756, a Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro[618], localizada no Peso da Régua[619], e procedeu-se à primeira demarcação da área produtora do vinho do Porto. Note-se que, "em parte para corresponder aos desejos da lavoura e do comércio durienses e, em parte, para regularizar e valorizar a produção metropolitana, que se apresentava então como a mais interessante, Pombal decidiu intervir no sector em 1756, através da demarcação da área produtora de vinhos[620] de feitoria, de embarque e de ramo e da criação de uma companhia privilegiada, a Real Companhia das Vinhas do Alto Douro"[621], ao que se segue uma fase de relativa valorização do vinho do Porto[622]. Antes de prosseguirmos, importaria clarificar as diferenças entre aqueles tipos de vinhos: os vinhos de feitoria eram os vinhos de primeira qualidade, destinados à exportação[623]; os vinhos de embarque estavam destinados ao Brasil e ocupavam o segundo lugar na qualidade e no preço[624]; os vinhos de ramo são os vinhos restantes e "destinavam-se ao consumo interno e às tabernas do Porto"[625]. Estes vinhos

---

[618] Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 53. Muitos são os autores que abordam a intervenção do Estado Pombalino e a criação da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro; sobre isso ver, por exemplo, Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 44-45; João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., pp. 61-62, 65; C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 28-29; Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., pp. 30-31; Nuno Magalhães, "A Região", cit., p. 12. Segundo Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, "Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro, ou só Companhia, ou Companhia Velha ou Real Companhia Velha, ou Real Companhia dos Vinhos do Porto, ou Royal Oporto Wine Company – Porto". Cf. J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 59.

[619] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 49.

[620] Sobre a primeira demarcação, datada do período pombalino, ver também Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto.* cit., pp. 7 e 120; Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, *Memória de Pedra*, cit., p. 35; Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., pp. 54-56.

[621] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 83.

[622] Cf. Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 83. Lembramos uma fase anterior, 1750-60, caracterizada por uma depressão nas exportações do vinho do Porto. Cf. *Idem*, p. 83.

[623] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 48; João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 63; Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, *Memória de Pedra*, pp. 29 e 35.

[624] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 48

[625] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 48; MARTINS, João Paulo, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 63.

foram distinguidos pela Companhia após o estabelecimento dos limites da área de cultivo[626]. Desta feita, "«vinhos finos» «generosos», vinhos «do Douro», «de embarque», de «Feitoria» ou de «carregação» são os principais nomes porque foi sendo conhecido, ao longo do tempo, o vinho de qualidade superior, próprio para exportação (...), produzido por certas quintas, ou em certas áreas, ou, finalmente, na região demarcada do Douro".[627] Destaque-se que o primeiro trabalho da Companhia constou precisamente da fixação dos limites das áreas propícias à produção do vinho, trabalho que terminou em 1761, e que "traduzia a realidade vitivinícola do Alto Douro nos meados do século XVIII"[628].

Ao acima descrito acresce ainda, e como consequência, a necessidade de controlar as quantidades de vinho do Porto que devem ser produzidas – "os arrolamentos de vinho na região demarcada principiaram em 1772"[629]. Segundo J. F. A. e Gaspar Martins Pereira, a intervenção do Estado ao constituir a Companhia "visa essencialmente a submissão desses interesses à ordem política unificada e centralizada, defendida pelo despotismo esclarecido"[630]. A Companhia, que foi conquistando cada vez uma voz mais forte nos destinos do Douro e do vinho do Porto, adquiriu o monopólio de decisão neste sector, e transformou-se numa instituição terrível com um "enorme poder e despotismo"[631]. De tal maneira se impôs que, após a sua instituição, tudo passou a ser diferente no sector e na região do Douro. Apesar dos métodos radicais utilizados e defendidos por via pombalina, os resultados positivos alcançados marcam, então, uma nova fase da vida vitivinícola; neste contexto, a criação da Companhia é mesmo referida como acto fundador da região duriense enquanto capital vitivinícola[632].

É assim que tudo muda a partir de 1756, no Alto Douro; com a demarcação da área produtora de vinhos – "a primeira denominação de origem controlada do mundo"[633] – tanto a produção como o comércio tornam-se alvo

---

[626] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 48.
[627] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 32.
[628] *Idem*, p. 45 e 48.
[629] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 84.
[630] J. F. A. e Gaspar Martins Pereira, "O Alto Douro e o vinho do Porto", in *O Tripeiro*, Ano 16, nº 11/12, Nov/Dez 1997, p. 352.
[631] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 48.
[632] Cf. Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 44-45 e 49.
[633] Gaspar Martins Pereira, "Apresentação", in Pereira, G. M. (coord.), *Autour du Porto*, cit., p. 17. Conceição Martins alude também a esta constatação, registando mesmo tratar-se da "primeira demarcação de uma região vitivinícola no

de apertada regulamentação. Surgem os armazéns em Gaia e no Porto e a prosperidade económica que irradia do vinho cedo se faz sentir, contribuindo para a definição de costumes e relações.[634] Como daqui se pode depreender, a limitação da região vitivinícola do Alto Douro – "a primeira demarcação de um vinhedo de qualidade"[635] – ficou a dever-se ao controlo do Estado pombalino sobre este sector, daqui advindo a regulamentação de *fazeres* vínicos, bem como a consequente qualificação e certificação do produto.[636] Note-se que, o facto de se falar em *primeira* demarcação, deixa, desde logo, antever, posteriores trabalhos de remarcação, que prosseguiram até ao século XX[637]. Acrescente-se que a actual área "corresponde, grosso modo, à demarcação efectuada em 1908"[638].

A delimitação ou demarcação da região duriense sujeita a controle regulamentado, pode ser considerada como um indício do seu forte contributo económico do qual por sua vez dependem cidade (Porto), região (Douro) e país (Portugal), reflectido na submissão deste sector a cuidados e preocupações inerentes à preservação da sua qualidade e a impedimentos de imitações, ou de tentativas. Será útil ter presente que com este propósito a Companhia, produto explícito da intervenção Estatal, foi um organismo fundamental, porque regulador, do sector, pesem embora os conflitos suscitados entre lavradores e comerciantes. Segundo João Paulo Martins, com este organismo foram criados os alicerces que sustentaram, por dois séculos, o sector do vinho do Porto, o

---

mundo", Cf. Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 293.

[634] Cf. Gaspar Martins Pereira, "Apresentação", in Pereira, G. M. (coord.), *Autour du Porto*, cit., p. 17.

[635] J. F. A. e Gaspar Martins Pereira, "O Alto Douro e o vinho do Porto", in *O Tripeiro*, Ano 16, nº 11/12, Nov/Dez 1997, p. 352.

[636] Cf. *Idem*, p. 352. Bianchi de Aguiar, apresenta uma resenha histórica que avança também para a sua delimitação e regulamentação, criação de organizações afins, "distribuição do benefício" fixação da "graduação alcoólica mínima", classificação das "vinhas destinadas à produção de vinho com direito à Denominação de Origem «Porto»", onde mostra historicamente que a viticultura foi dirigida "para um objectivo de qualidade (...) seguida desde há quase 300 anos na Região Demarcada do Douro, [tratando-se d']a mais antiga regulamentação vitícola do mundo (...)", in F. B. Aguiar, Douro: um vinhedo histórico, um vinho universal", ", in Gaspar Martins Pereira, (coord.), *Autour du Porto*, cit., p.70. Chamaríamos a atenção para o facto de que o sistema de classificação de que acima se fala, permite também fixar o rendimento máximo por hectare e determinar, «quase cientificamente», as «parcelas» mais aptas à produção do Vinho do Porto", assunto que adiante será abordado de forma mais completa, F. B. Aguiar, Douro: um vinhedo histórico, um vinho universal", in Gaspar Martins Pereira, (coord.), *Autour du Porto*, cit., p. 69.

[637] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., pp. 62-64, 74. Sobre a nova demarcação do território, e particularmente inerente a acções da Companhia, ver também Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit. pp. 294 e seguintes. Sobre a intervenção do Estado e respectiva acção pombalina a propósito da demarcação regional, e do alargamento do limite da região com o surgimento de novos Alvarás Régios, veja-se também João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto. Os Sabores e as Histórias,* Lisboa, Publicações Dom Quixote, 2000, p. 57, 61-65; Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 45; C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 29-30.

[638] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 74.

que mostra bem da capacidade da Companhia para resolver e ultrapassar as crises que assolaram o sector.[639]

De início o objectivo da Companhia limitava-se ao mercado interno português. "Regulamentava as relações entre produtores e comerciantes e a circulação do vinho, controlava a venda no mercado do Porto, tabelava os preços, definia as qualidades, etc."[640] Em contrapartida, foi-lhe garantida a exclusividade da venda dos vinhos de ramo nas tabernas portuenses e nos arredores do Porto[641]. Posteriormente, a sua acção estendeu-se primeiro ao mercado brasileiro, por imperativo de Pombal (1776)[642], seguindo-se o alargamento da sua acção ao exterior com vista à obtenção de novos mercados. O comércio do vinho do Porto duplica nos vinte anos seguintes à criação da Companhia, retomando-se o ciclo de crescimento e a animação em torno da Feitoria do Porto e do sector[643]. Podemos então dizer que, "embora seja impossível avaliar o papel desempenhado pela «Companhia» na revitalização do comércio nos anos de 1770 e de 1780 ou até o seu contributo para o incremento das exportações para o Brasil (que aumentaram 44% entre 1796-99 e 1805-09), tudo leva a crer que ela foi determinante para anular os efeitos das perdas sofridas no mercado inglês."[644] Em 1777, regista-se o primeiro abalo sofrido pela Companhia, "quando perde o monopólio da exportação para os postos do Brasil e passa a concorrer com os produtos no abastecimento do mercado interno"[645]. Note-se que entre 1829-1833 deflagra uma grave crise para o sector. Em 1834, o liberalismo procede a reformas notórias no sector. "Simultaneamente, o decreto de 30 de Maio de 1834 pôs fim a quase oitenta anos de proteccionismo do sector, extinguindo todos os poderes de tutela da Companhia, concedendo a todos os lavradores «a livre

[639] Cf. João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 68. Ver também Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., pp. 53-54.
[640] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 83.
[641] Cf. Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 293.
[642] Cf. Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 86. Ver também Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto.* cit., p. 144.
[643] Cf. Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 49.
[644] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 87. Ver também Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto.* cit., onde o autor refere o papel e a acção da Companhia como garantia da qualidade da produção do vinho, pp. 94 e 98-100.
[645] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 50. Ver também as pp. 54 e 57-59 sobre a primeira extinção e posterior restauro da Companhia. João Paulo Martins é outro dos autores que apresenta resumidamente a criação da Companhia, a sua integração nos interesses económicos do estado pombalino, objectivos, regras, funções, ganho de privilégios e posterior perda de alguns dos privilégios, enfim, o seu papel desempenhado no sector; refere ainda a sua extinção em 1834 por parte dos liberais e posterior recriação em 1838, reorganização em 1843 e extinção de novo em 1863. Cf. João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., 62-68.

disposição das suas vinhas e vinhos», (...)"[646]. Com a sua extinção, em 1834, no período liberal, assiste-se a uma invasão de vinhos de muito fraca qualidade, dada a inexistência de controlo a esse nível, o que propiciou a ocorrência de novas fraudes[647]. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, consideram mesmo que "sempre foi assim: a uma liberalização descontrolada sucedem-se sempre maus períodos para o vinho do Porto e para esta povoação [Vila Nova de Gaia]"[648]. Ainda assim, após a sua reorganização, a Companhia não voltou a ter os poderes que deteve, não lhe sendo possível, por conseguinte, "actuar sobre os problemas da crise comercial"[649].

4.2.2. Da (re)construção do gosto vínico à evolução do processo de vinificação: a (i)legalidade da aguardentação e a polémica subjacente

Importa sublinhar que houve períodos nos séculos XVIII e XIX em que se praticaram irregularidades no *fazer* do vinho do Porto. Estas, incididas na utilização da baga de sabugueiro[650] e/ou na adição de "açúcar, caramelo, álcool ou glicerina" no seu fabrico, ou incidida ainda no recurso indevido à estrumação, à rega e mesmo à compra ilegal de uvas com vista a aumentar os seus proventos[651], provocaram a diminuição da qualidade do vinho do Porto, ameaçando a fidedignidade deste produto. Houve mesmo lavradores que, segundo os negociantes britânicos, adulteraram o processo de vinificação, pretendendo "fazer passar por vinhos finos vinhos que não o eram"[652]. Não deixa de ser interessante, quanto a este assunto, reter o ponto de vista de António Barreto, para quem o efeito combinado das técnicas de fabrico e até de "métodos menos legais, como a aguardentação, (...) fizeram o vinho do Douro

---

[646] Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 61.
[647] Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., pp. 33-34; João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 68.
[648] J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 20. Não pretendemos apresentar detalhadamente nem desenvolver todas as fases evolutivas da Companhia, progressos, retrocessos ou reajustamentos face a novos ciclos políticos ou mesmo económicos. É nosso objectivo, tão só, meramente dar conta, brevemente, do papel fundamental e vital que a Companhia desempenhou no sector. Aliás, a sua criação, extinção e posterior restauração mostram bem da importância do sector para o Estado, uma vez que todas essas decisões são do foro governamental. Contudo, os autores apresentam por ordem cronológica uma resenha histórica sobre intervenções do Estado na e a propósito da Companhia – ver também pp. 59-60.
[649] Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 34.
[650] A baga de sabugueiro "destinava-se a dar uma cor mais carregada aos vinhos." Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 449, nota 8; MARTINS, João Paulo, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 58; Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 42.
[651] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 12 e p. 449, nota 8.
[652] Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto.* cit., p. 94. Sobre este tipo de fraudes, ver também Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 74-75

evoluir até ser [o] vinho do Porto"[653] que hoje conhecemos, degustamos e apreciamos. Lembramos que o Douro é uma região própria para a produção de vinhos de consumo de mesa. Foi precisamente a partir desse vinho de consumo e da sua fortificação, que produtores, comerciantes e consumidores fizeram o vinho generoso, "encorpado, de forte graduação, com bastante açúcar, capaz de viajar e de envelhecer"[654], cuja "designação moderna de *vinho do Porto* refere-se a um produto que evoluiu com o tempo, tanto na qualidade e no modo de fabrico como nas vias de comercialização, preços e modo de exportação."[655] Note-se que "o vinho do Porto demorou quase 200 anos a encontrar a sua identidade"[656], vendo a sua imagem consolidada na segunda metade do século XIX[657]. Doenças do vinho, fraudes, concorrência e a evolução dos gostos dos consumidores implicaram a constante evolução do processo de produção do vinho do Porto[658].

No início dos anos 40 do século XIX, é espoletada uma polémica, entre o tecido negocial do vinho do Porto, sobre o processo de vinificação[659]: está em causa a produção de vinhos secos *versus* vinhos doces, tendo o Barão de Forrester tido um papel destacado[660]. Pelo seu papel proeminente no sector no século XIX, vale a pena referir a polémica encabeçada por Joseph James Forrester, a propósito da adição da aguardente no fazer do vinho do Porto. Antes, porém, tenha-se em linha de conta a pertinência levada em conta do gosto vínico, construído pelos consumidores e negociantes, bem como a importância da sua opinião a respeito; note-se, a este propósito, que os vinhos procurados pelos negociantes tinham evoluído para os "tintos, muito cobertos, encorpados e doces."[661] Escreve António Barreto sobre este assunto: "Neste particular aspecto, a verdade nem sempre é aceite: a qualidade de um vinho, o

---

[653] António Barreto, (1990) – "Prefácio", cit., p. 14.
[654] *Idem*, p. 14
[655] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 32. O itálico é nosso.
[656] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 109.
[657] Cf. *Idem*, p. 112.
[658] Cf. *Idem*, p. 109.
[659] "A palavra «vinificação» aparece somente em 1799 para designar a fermentação que transforma a uva em vinho. É definida como sendo o conjunto dos processos utilizados para transformar o sumo da uva em vinho. (...) Apesar de ter sido utilizada com maior ou menor abrangência, de acordo com a evolução da Enologia em geral, hoje em dia, os profissionais reservam esta palavra e o seu conceito apenas para a «fase das transformações que acompanham os fenómenos fermentativos»." In José Maria Soares Franco, "A vinificação", in *Vinho do Porto e os Vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, p. 136. No ponto 4.3 deste capítulo falaremos na técnica da vinificação.
[660] Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto*. cit., pp. 100-113; Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", p. 62.
[661] Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 61.

seu sabor e as suas principais características, depende mais do consumidor do que do produtor. Se este não se adapta àquele, está perdido. Tem todavia a possibilidade de satisfazer exigências medianamente ou com obras de arte; de matar a sede de quem quer beber ou de fazer descobrir novos mundos. É no campo definido por esses limites que os produtores vinhateiros exercem a sua actividade e revelam o seu saber. Uma vez mais, é deste encontro entre produtores e consumidores que nasce o vinho do Porto, um dos grandes vinhos da história."[662]

Não fosse a consideração pela construção do gosto vínico no *fazer* do vinho do Porto e, provavelmente, a dita polémica teria sido evitada. Senão, veja-se: Barão de Forrester, "figura popular em todo o Douro" "reclama o regresso à pureza original dos vinhos durienses"[663], rejeitando a adição de aguardente e defendendo a tradição cuja preferência incide nos vinhos secos[664] e acusa a falsificação do vinho, que adultera a sua qualidade. Este actor social insurge-se vivamente contra a adição de grande quantidade de aguardente nos mostos obtidos[665], considerando "que o uso excessivo de aguardente é uma espécie de adulteração camuflada e reclama o regresso do vinho do Porto à sua pureza original."[666] Esclareça-se que a adição de aguardente rompe com o estilo de vinhos secos e originais[667]. Aquela e o açúcar adoçam e encorpam o vinho, que juntamente com a baga de sabugueiro adquire uma cor retinta. Este novo estilo de vinho fica a dever-se à influência histórica e à preferência inglesa.

Por conseguinte, a polémica estala entre a genuinidade do *fazer* do vinho do Porto defendida por Forrester e a sua evolução, cuja importância do gosto do consumidor e, através deste, a força do comportamento dos mercados e dos exportadores, determinam a derrota da luta de Forrester[668].

---

[662] António Barreto, "Prefácio", cit., p. 15. Sobre alteração no processo de vinificação em função da alteração ou evolução do gosto, ver Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 57.
[663] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 66-67. Sobre efemérides inerentes ao Barão de Forrester ver J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 106.
[664] Cf. João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 58. A propósito da polémica no mundo do vinho do Porto, iniciada por Forrester, sobre práticas de vinificação, ver Gaspar Martins Pereira, "Origem e evolução de um grande vinho", in Gaspar Martins Pereira e João Nicolau de Almeida, (Org.), *Porto Vintage*, cit., pp. 36-42.
[665] Cf. Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 67.
[666] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 110.
[667] Cf. Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 110.
[668] Note-se, contudo, que hoje, aposta-se numa larga variedade de *Portos*, preservando acima de tudo a qualidade do produto, pelo que, o combate de Forrester, perdido no século XIX, pode ter deixado frutos, amadurecidos um século mais tarde. Veja-se que "hoje, a par da introdução de novas técnicas, recriam-se princípios tradicionais, assume-se a

A mostrar a importância do gosto no *fazer* do vinho e nas opções tomadas, leia-se o que escreve um «velho lavrador do Douro»: «*Se este sistema, sendo o de fazer vinho à antiga, fosse seguido pelo comércio todo, então poderíamos esperar tornarmos a ver os vinhos do Porto a gozar o seu inteiro crédito; porém, infelizmente, como o gosto ainda continua no geral para os vinhos negros, fortes e doces, e os vinhos puros o não são, os rejeitam, e o lavrador não tem remédio senão fazer os vinhos da maneira que lhes prometem o maior interesse*».[669]

Como se pode constatar, a procura e o gosto dos consumidores comandam a oferta incidida, por consequência, em vinhos encorpados, doces e tintos, dada a "dependência económica" dos produtores "face ao comércio exportador"[670]. Posteriormente a Associação Comercial do Porto emite um parecer que clarifica posições: "os vinhos (...) devem «ser feitos em harmonia com o capricho e o paladar do consumidor, mais ou menos tintos, mais ou menos doces»"[671]. Pode-se concluir, enfim, que o combate de Forrester sobre a manutenção de um *fazer* original foi vencido pelo gosto do consumidor. Acrescente-se, e a título de curiosidade pertinente, que entre os produtos adicionados ao vinho, a aguardente[672] foi o único que subsistiu após a instituição da Companhia e até aos dias de hoje, sendo uma condição básica para a qualidade do vinho do Porto que temos hoje em dia. Trata-se, afinal, duma prática que ficou conhecida por atribuição de benefício[673].

---

diversidade como uma posição cultural." In Gaspar Martins Pereira e Amândio Morais Barros, *Memória do Rio. Para uma história da Navegação no Douro*, Porto, Afrontamento, 2000, p. 58. Os Quadros 4.1 e A, este inserto no Anexo 4.1, mostram a variedade de categorias de vinho do Porto, especiais inclusive.

[669] Crónica publicada no *O Periódico dos Pobres*, um jornal do Porto em 1843, citada por Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 111. O sublinhado é nosso, para realçar a importância do gosto do consumidor no processo produtivo vínico.

[670] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 111.

[671] *Idem*, p. 112.

[672] A aguardente vínica é um "líquido alcoólico obtido a partir da destilação do vinho, que se adiciona ao mosto em fermentação para fazer Vinho do Porto. O seu fabrico e distribuição em exclusivo pela Companhia foram estabelecidos pelo alvará de 16 de Dezembro [de 1760] e legislação posterior." J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 34. Na mesma página podem ser encontrados mais detalhes inerentes à legislação do seu uso.

[673] A atribuição de benefício ou prática da «beneficiação» consiste na adição de um pouco de aguardente ao ainda vinho de mesa com vista a transformá-lo, tornando-o um vinho generoso. "No século XVIII começa a praticar-se a interrupção da fermentação dos mostos, introduzindo-se-lhes aguardente para tornar os vinhos mais «adamados»." In Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 449, nota 7. Salientamos que "esta prática (...) só iria (...) generalizar-se progressivamente, e sobretudo após a vindima de 1820, cujas qualidades excepcionais se procuraram, depois reproduzir." Isso conseguiu-se pós algumas resistências duras de vencer, dado o facto de, nas mesmas vinhas que dão origem aos vinhos do Porto, desenvolverem-se "alguns excelentes vinhos de mesa de denominação de origem controlada «Douro»". Cf. François Guichard, "Porto: um vinho, uma cidade", in Gaspar Martins Pereira (coord.), *Autour du Porto*, cit., p.28. Sobre benefício ver também J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 48. No sub-capítulo 4 deste capítulo, desenvolve-se esta prática, a sua distribuição a aborda-se a sua inserção na actualidade.

Como se pode compreender, sendo o vinho do Porto um produto bastante apreciado no estrangeiro, "o mais procurado pelos negociantes ingleses", cedo suscitou a necessidade de regulamentar as práticas que permitem a sua emergência final por forma a assegurar uma qualidade que se procura cada vez melhor e mais *fina* e a sua colocação nos diversos mercados em expansão[674]. Acompanhemos, então, a institucionalização de algumas dessas regulamentações de foro estatal, bem como consequentes criações institucionais.

4.2.3. Sobre outras criações institucionais estatais e interventivas no sector do vinho do Porto no século XX

Seria inadequado depreender que a intervenção do Estado[675] nos *fazeres e viveres* do vinho tenha sido inócua. O valor económico inerente à produção do vinho, altamente significativo, faz decerto prova disso. Para além de que "a construção histórica desse processo [inerente ao sector] representa hoje um património histórico quase único a nível mundial."[676]

É o seu interesse económico, que em primeira instância justifica a actuação política governamental, quer através da criação de legislação inerente ao vinho do Porto, de regras, regulamentação, normas de controlo relativamente quer à produção, quer ao escoamento (colocação nos mercados interno e externo), fixação de preços e de impostos e, inclusive, de organismos com o cargo de fiscalização dos ditames relativos ao vinho do Porto de modo a zelarem e garantirem a qualidade desejada.[677] Isto justifica-se porque, segundo António Barreto, "o que o Estado foi fazendo, durante décadas e décadas, foi afinal cuidar da galinha dos ovos de oiro."[678] Será útil não perder de vista que o vinho do Porto é o produto da economia portuguesa susceptível de angariar as receitas mais significativas. Por isso mesmo, o Estado presta especial atenção à

---

[674] Cf. António Barreto, "Prefácio", cit., p. 15.
[675] Para uma melhor contextualização histórica e política sobre a intervenção do Estado neste sector revestido de interesses económicos, ver Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto.* cit., pp. 120-139.
[676] J. F. A. e Gaspar Martins Pereira, "O Alto Douro e o vinho do Porto", in *O Tripeiro*, Ano 16, nº 11/12, Nov/Dez 1997, p. 351
[677] António Barreto, "Prefácio", cit., p. 14 e Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 378.
[678] António Barreto, "Prefácio", cit., p. 16.

sua produção e às exportações, nomeadamente a partir do século XVIII[679], legislando e instituindo organismos interventivos no sector[680]. "A *dança legislativa* em torno do Vinho do Porto não é de ontem, nem de hoje; (...) ora mata ora ressuscita demarcações e análises de controlo, estica e encolhe o Alto Douro, republicaniza a nobreza dos vinhos, mete-os no laboratório, rotula-os, educa e por fim manda-os por esse mundo fora com o nome universalmente conhecido de Vinho do Porto."[681]

Exemplo disso é a Comissão de Viticultura do Douro, criada em 1907 pelo Estado, nomeadamente por João Franco[682], para "travar a crise que assolava a região"[683], impedindo o uso indevido da marca «Porto», que então já exigia a graduação alcoólica mínima de 16,5 graus (hoje, esta situa-se entre 19 e 21 graus); detinha, assim, "funções de fiscalização, elaboração de registo de propriedade, atribuição de certificados de procedência, etc."[684]. Pretendeu-se, com isto, defender a qualidade do vinho e o uso da designação *Porto* que estava a ser usada indiscriminadamente no estrangeiro e no país, designando vinhos que não tinham nem a personalidade nem a feitura zelosa do vinho do Porto de qualidade[685]. Foi assim que, "definidos de vez os parâmetros e protegida a marca, o vinho do Porto chega aos nossos dias sem grandes transformações"[686]. Se não perdermos de vista que, ao contrário do que se passa com outros sectores ou actividades de foro económico, com o vinho do Porto e no seu sector, as actuações possíveis são as estabelecidas estritamente a nível legislativo, aceitaremos, então, e fazendo nossas as palavras de Carlos

---

[679] Vale a pena referir que Conceição Martins no seu memorável livro *Memória do Vinho do Porto*, cit., inclui um Anexo, todo ele dedicado a O Vinho do Porto na Economia Portuguesa dos Séculos XVIII a XX: Estatísticas da Produção e do Comércio. Para informações mais detalhadas ver, pp. 201-282. Segue-se uma Crónica Vinícola, da qual consta um Relato cronológico da história do vinho do Porto e da Região Demarcada do Douro, com referências à história vinícola nacional, do século XIV ao século XX. Ver. pp. 287-449. O registo destas fontes, colectadas agora na referida obra, mostra bem, no nosso entender, a importância deste sector para o nosso país.

[680] Para uma apresentação muito sumária sobre organizações institucionais no sector, ver. João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., pp. 147-150. Vital Moreira, por seu turno, apresenta todo um trabalho em que compila e desenvolve questões e organizações institucionais relativas ao vinho do Porto. O capítulo II, incidindo em "A história institucional do vinho do Porto (1756-1995) é bastante esclarecedor a este nível. A apresentação cronológica, bem como a contextualização de criações institucionais permitem uma óptima percepção quanto à complexidade vivida no mundo do vinho do Porto. Os capítulos III e IV, remetendo para "o actual formato institucional", permitem perceber-se da actualidade do interesse do sector a nível económico e político.

[681] J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 23. Itálico do autor.

[682] Vital Moreira, *O Governo de Baco. A Organização Institucional do Vinho do Porto*, porto, Afrontamento, 1998, p. 31.

[683] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 114. Ver também J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 59; Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 35. Vital Moreira, *O Governo de Baco,* cit., pp. 32-37.

[684] Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., pp. 67-68.

[685] Cf. João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 74.

[686] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 114.

Brito, que "é impossível compreender a dinâmica do sector sem se entrar em linha de conta com esta componente: o quadro legal."[687] Isto é, só se pode fazer o que a lei permite, o que, em última instância significa que não existem casos omissos uma vez que tudo o que não estiver expressa e manifestamente previsto por lei não pode ser executado, sobre pena de se incorrer em infracções e, por conseguinte, em sanções.[688]

Os Entrepostos da Régua e de Gaia, são outros dois exemplos de organismos criados pelo Estado; o de Gaia, criado em 1926[689], antes do da Régua, "passa a ser parte integrante da Região Demarcada"[690] e é onde se encontram "as caves do vinho do Porto, algumas fundadas já no século XVII", onde descansa e envelhece o vinho; são descritas por Fernando Peixoto com um misto de objectividade e de poesia: "Eis que entramos nas caves: pisamos um chão de terra escura, aqui e ali a marca do tempo patenteia-se nas teias de aranha entre os cascos, e os nossos olhos passeiam entre as fileiras de pipas sobrepostas. Estamos na presença de verdadeiros tesouros. São vinhos de anos, de décadas, respirando pela madeira o passar lento do tempo e envelhecendo, ganhando a nobreza da maturação, no sabor delicado e fino, no aroma inconfundível que inebria o visitante."[691] Remonta ao século XIX "a ideia da criação de um Entreposto para a localização dos armazéns do vinho do Porto. (...) Mas foi a legislação de 1926 que concretizou a zona delimitada (...) [confinando-a] à zona ribeirinha e histórica de Gaia."[692] Criado com vista à obtenção duma fiscalização mais rigorosa relativamente à produção e comercialização do vinho, o Entreposto de Gaia é uma espécie de prolongamento da área demarcada do Douro, onde são armazenados os vinhos durienses, e a partir do qual se procede à sua exportação. Nesta altura, é então decidido e decretado que "todos os armazéns e firmas que se dediquem ao negócio do vinho do Porto são obrigados a ter aqui os seus depósitos,

---

[687] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 52.
[688] Cf. C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 52.
[689] Cf. Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, Lisboa, p. 147, nota 134; Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 80; J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, pp. 22 e 72-73; Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 69. "O regime instaurado em 1926 virá, entretanto, impor uma apertada regulamentação sobre a viticultura duriense." In Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 36.
[690] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 76.
[691] Fernando Peixoto, "Do Douro para o mundo", in Gaspar Martins Pereira (coord.), *Autour du Porto*, cit., p. 87.
[692] *Idem*, pp. 86-87.

acabando-se assim com as exportações directas a partir do Douro[693]. A administração do Entreposto é entregue aos viticultores, que devem fiscalizar quer o vinho novo antes da sua entrada no Entreposto, quer o vinho beneficiado antes de exportado (decreto de 31 de Julho de 1926)."[694]

Desta feita, podemos asseverar que Gaia teve, durante dois séculos, um papel crucial no tocante ao vinho do Porto. Foi aqui que, graças ao seu micro-clima – temperatura e humidade essencialmente - foram construídos os armazéns, com os seus laboratórios e salas de provas. É nestes armazéns que ainda hoje envelhecem os vinhos. Vasco Magalhães procede a uma descrição extraordinária destes armazéns onde chegam os vinhos novos do Douro para serem guardados, aí descansarem e envelhecerem num ambiente que reúne para tal as condições ideais, das quais se destacam a temperatura e a humidade[695]. Era aqui que os exportadores residiam e faziam os seus negócios. Foi aqui também que, no século XIX, o vinho do Porto gerou uma espécie de força centrípeta, arrastando para o seu núcleo a própria população gaiense, transformando as suas gentes em "geração de operários e empregados ligados às vicissitudes da exportação dos vinhos do Douro"[696]: tanoeiros, barqueiros, empregados de armazéns, calafates, carregadores e descarregadores dos barcos que transportavam o vinho. As fábricas de garrafas, de rolhas, de caixotes ou de empalhamento de garrafões que se fixavam na periferia de Gaia, contribuíram fortemente para a proliferação não só da massa operária, mas primordialmente, de famílias cuja economia doméstica estava na dependência desse néctar dos Deuses[697]. Enfim, "o vinho era muito mais do Porto do que do Douro", diz João Paulo Martins[698].

Quanto à exportação directa do vinho do Porto, proibida até então, foi possível apenas a partir de 1986; concedida autorização legal para o efeito,

---

[693] Convém deixar claro que esta obrigatoriedade foi legislada em 1926, tendo sido alvo de alteração posterior a partir de 1986, como veremos quase imediatamente.
[694] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 378; Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 69.
[695] Cf. Vasco Magalhães, "Os estilos dos vinhos", cit., pp. 166-167.
[696] J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 21.
[697] Cf. J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., 21.
[698] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 136.

alguns produtores durienses[699], tornaram-se, então, produtores engarrafadores[700]. O produtor engarrafador é o proprietário duriense de parcelas cuja dimensão justifica o investimento em instalações próprias para o trabalho de vinicultura consequente à apanha da uva: vinificação e armazenamento. Sendo o vitivinicultor um produtor engarrafador, passou, nos últimos anos, a comercializar directamente os seus vinhos[701]. Não é demais lembrar que actualmente não é obrigatório vender-se o vinho do Porto aos exportadores como o era antigamente. Para além da venda de uma parte da produção aos exportadores, é possível, nos dias de hoje, criar-se uma marca própria para comercializar o vinho do Porto e produzir-se vinho de consumo com uvas excedentárias sem direito a benefício, uma vez que na região existe excesso de uvas face às necessidades de produção do vinho do Porto[702]. Veja-se que, "a maioria dos vinhos é [ainda hoje] preparada nos armazéns de Gaia",[703] dada a grande extensão de pequenas parcelas existentes na região (83 000 parcelas), todas elas cadastradas, e cujos lavradores (cerca de 34 000 viticultores) entregam as uvas tanto aos exportadores como às adegas cooperativas[704]. É precisamente para escoar os vinhos não beneficiados que, entre outras funções, servem as adegas cooperativas[705]. Note-se, de passagem, que de entre as profundas mudanças que ocorreram a partir da segunda metade do século XX insere-se o papel das adegas cooperativas[706], em torno das quais os viticultores se organizam, adquirindo um desempenho importante na "regulação do mercado e dos preços".[707] Contudo, não é de desprezar o "papel estratégico" das quintas na viticultura duriense. É nestes centros de exploração que é recolhida a produção vizinha de pequenos e médios proprietários, é aqui que se traçam estratégias, que se avançam com investigações e práticas quer enológicas quer técnicas, que se traçam novas

---

[699] Cf. Fernando Peixoto, "Do Douro para o mundo", p. 88.
[700] Cf. João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 77. Ver também C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 43-45, onde o autor aborda a questão delicada dos produtores engarrafadores, das lutas simbólicas encetadas pelos exportadores que detinham o monopólio das exportações e pelos viticultores reivindicando o direito à exportação directa a partir do Douro.
[701] Cf. Vasco Magalhães, "Os estilos dos vinhos", in *Vinho do Porto e os Vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, p. 179
[702] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 80.
[703] Fernando Peixoto, "Do Douro para o mundo", p. 88.
[704] Cf. Vasco Magalhães, "Os estilos dos vinhos", cit., p. 179.
[705] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 84.
[706] Carlos Brito alude também a transformações de monta ocorridas nas "últimas décadas", especificando, entre elas, o "surgimento das adegas cooperativas a partir dos anos 50" e as suas consequências no circuito económico. Cf. C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 18-21 e 41-43.
[707] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 84.

apostas vitícolas. No sector do vinho do Porto, "a grande quinta constitui um lugar de confluência de poderes, reais e simbólicos."[708]

Já o Entreposto da Régua foi criado mais tarde, em 1978, a título experimental, abrangendo unicamente os armazéns da Casa do Douro[709].

Pelo acima descrito, podemos desde já tirar a primeira conclusão: as preocupações inerentes ao vinho do Porto, produto resultante da cultura da vinha, mostram bem da sua importância no sector agrícola e no nosso país. Como refere António Barreto, "ainda hoje se debatem com vivacidade as questões da «Companhia», do Entreposto, do «benefício» e da aguardentação, assim como o papel desempenhado por certas pessoas como o Barão de Forrester e a Dona Antónia Ferreira."[710] No que respeita à sua dimensão económica para o país, salienta-se a dependência em que este, junta e especificamente com o Porto e o Douro, se encontravam relativamente ao escoamento do vinho do Porto. Não percamos de vista que o vinho do Porto, através da sua exportação, foi o meio de pagamento fulcral do comércio interno no nosso país e isto por um período que ultrapassou um século. Refere Conceição Martins que houve períodos "em que o vinho do Porto contribuiu em mais de dois terços para a exportação vinícola nacional, ou em que os vinhos em geral ultrapassaram os 50% do valor total de produtos vendidos ao estrangeiro."[711] Qualquer crise, praga ou imponderável danoso, bem como qualquer oscilação a nível do mercado comprador, reflectia-se a nível da própria balança económica, uma vez que as vendas, as exportações eram afectadas. Sendo vitais essas vendas, "a preocupação de assegurar a sua continuidade foi sempre uma prioridade persistente quer do meio dos negócios quer dos governos."[712] É nesse sentido que, segundo Conceição Martins, "a evolução do comércio do vinho do Porto[713] e dos vinhos em geral é, assim, um excelente

---

[708] Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, *Memória de Pedra*, cit., p. 86.

[709] Cf. Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 438; J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 73.

[710] António Barreto, (1990) – "Prefácio", cit., pp. 17-18. Importa referir que "num sector fortemente influenciado pelo Estado, Dona Antónia e James Forrester encarnam a força do empresário individual. Além disso, personificam o diálogo entre dois grupos de interesses – os lavradores portugueses e os exportadores ingleses – que, ao longo do tempo, tiveram por vezes dificuldades em se entenderem mutuamente." C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 32.

[711] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 27.

[712] Guichard, F., (1997) – "Porto: um vinho, uma cidade", cit., p. 30.

[713] Conceição Martins traça, com pormenor enriquecedor a evolução das exportações vinícolas desde finais do século XVIII aos nossos dias (pp. 27-28), o papel central do comércio do vinho do Porto e dos restantes na história, na política e na economia portuguesa (pp. 28-36). Aliás, todo o livro produzido pela autora irradia do vinho do Porto como centro

revelador da situação económica portuguesa, das suas relações externas, do seu comércio e da sua posição política e diplomática."[714]

Mas abordar o vinho do Porto implica abordar também o seu *fazer*. E neste, a tentação da falsificação cedo se fez sentir, como já tivemos oportunidade de aludir. Assim, porque as falsificações do vinho do Porto eram uma realidade, desvantajosa à produção vinícola duriense e ao próprio vinho do Porto, que cada vez mais era alvo de exigências de qualidade, tentou-se resolver esse problema, combatendo-se as falsificações no vinho do Porto, nova aposta institucional, agora por parte do Instituto do Vinho do Porto (IVP) que, já no século XX, controla e certifica os vinhos produzidos.

Criado em 1933 pelo Governo e situado no Porto, o IVP destinou-se a "fiscalizar a qualidade do produto e garantir a sua origem, mediante a concessão de certificados de origem ao vinho aprovado para exportação; promover a defesa internacional do vinho do Porto e o estudo e descoberta de novos mercados para a sua colocação; disciplinar e arbitrar as relações entre a produção e o comércio e promover estudos tecnológicos."[715] Organismo público de reconhecido prestígio a nível mundial, tutela máxima de autoridade no sector, a ele se deve uma cota parte bastante significativa de responsabilidade no que respeita à sua "recuperação e dinamização. (...) [tutelou] a disciplina da produção e do comércio, (...) [investiu] no promoção da imagem externa do vinho do Porto e (...) [contribuiu] decisivamente para garantir a qualidade através da certificação da denominação de origem (...)."[716] Em 1934 este organismo integra uma Câmara de Provadores Oficiais[717], organismo estatal

---

de pesquisa, de estudo, de influências. Desde a evolução das exportações, com consequente alargamento de mercados, ciclos de crescimento do vinho do Porto e comercialização (externa e interna), a autora é profícua em registos, elucidações e compilações, fornecendo a quem a consulta um panorama esclarecedor da importância central deste sector a nível nacional, regional e local. Cf. Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., pp. 27-36.

[714] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 28

[715] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 384. Palavras idênticas encontram-se também na explanação das competências do Instituto do Vinho do Porto apresentadas por Fernando Peixoto. Cf. Fernando Peixoto, "Do Douro para o mundo", in Gaspar Martins Pereira (coord.), *Autour du Porto*, cit., p. 92; Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 71. Ver ainda João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 148; Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 82; J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 93. C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 63-65; António Filipe, "Organização institucional", in *Vinho do Porto e os Vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, p. 190; Rogério Reis, *Roteiro do Vinho do Porto*, cit., p. 65; Vital Moreira, *O Governo de Baco,* cit., pp. 118-119.

[716] Fernando Peixoto, "Do Douro para o mundo", cit., p. 93.

[717] João Paulo Martins, alude também a esta Câmara. Ver em *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 76. O Provador é então "um misto de técnico e de artista, de cuja sensibilidade sensorial depende a obra de arte que é, sem dúvida, o

que certifica a *Denominação de Origem*, após o controle sensorial[718]. A Câmara de Provadores, juntamente com uma Junta Consultiva têm como função avaliar a qualidade do vinho do Porto previamente à sua colocação nos mercados interno e externo. A prova, tornada obrigatória, fica oficializada, bem como análises químicas ao produto final, cuja qualidade se legitima através da introdução e utilização obrigatória do chamado selo de garantia, promulgado pelo decreto-lei de 18 de Agosto de 1934[719]. Esse selo, traduzido em termos práticos por uma fita de papel atravessada sobre a rolha, garante, não só a Denominação de Origem Controlada Vinho do Porto, como, a aprovação da qualidade do vinho, certificada pelo IVP.[720] Como aponta Fernando Peixoto, esse selo representa o "passaporte que (...) lhe permitirá [ao vinho do Porto] a viagem confiante e tranquila até ao consumidor."[721]

Contudo, só em 1941 é que o regulamento relativo aos selos de garantia é aprovado para o vinho do Porto engarrafado, contendo o seu rótulo o seguinte: "«O vinho do Porto é um vinho natural, sujeito a criar depósito com a idade. Recomenda-se que seja servido com o cuidado indispensável para não turvar».."[722] A reforçar a importância do selo a garantir a legitimidade do vinho do Porto, é proibida no país a venda de garrafas que não tenham esse selo, e isto a partir de 1 de Outubro de 1943[723]. Para além do selo de garantia, mais recentemente é instituído "o engarrafamento na origem, que de 1960 a 1991 subiu de 6 para 81% do volume exportado"[724].

A qualidade e a autenticidade do vinho do Porto são, por conseguinte, objectivo do IVP, que para tal controla e certifica o produto. Só a partir do momento em que o vinho do Porto é certificado com a *Denominação de Origem*

---

vinho do Porto", in Fernando Peixoto, "Do Douro para o mundo", in Gaspar Martins Pereira (coord.), *Autour du Porto*, cit., p. 92. Ver Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 71. Note-se que a figura do Provador, hoje institucionalizada, é uma presença fundamental no *fazer vínico*, que provém de longa data, diríamos mesmo, de tempos imemoriais, pois "era em volta de si que tudo girava". In A. L. Pinto da Costa, *Alto Douro Terra de Vinho e de Gente*, cit., p. 329. O autor aponta mesmo especificidades inerentes às condições de trabalho e aos dotes do Provador.

[718] O controle sensorial é apenas uma das etapas do controle de qualidade levado obrigatoriamente a cabo, por provadores especializados; a outra etapa, incide no controle analítico, este, de foro laboratorial. Ambos os tipos de controlo de qualidade são submetidos ao longo do processo de envelhecimento dos vinhos. Cf. C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 18. Sobre o provador de vinho do Porto, suas funções e competências, ver Vasco Magalhães, "Os estilos dos vinhos", cit., pp. 177-179.

[719] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 386.

[720] Cf. F. B. Aguiar, Douro: um vinhedo histórico, um vinho universal", in Gaspar Martins Pereira (coord.), *Autour du Porto*, cit., p. 83.

[721] Fernando Peixoto, "Do Douro para o mundo", cit., p. 90.

[722] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 396.

[723] Cf. Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 399.

[724] Guichard, F., "O Porto no séc. XX: a afirmação metropolitana e os seus desafios", in Oliveira Ramos, *História do Porto*, Porto, Porto Editora, p. 605.

é que pode "ostentar o nome pelo qual é mundialmente conhecido. Até aí, deverá antes ser designado por *vinho generoso* ou, como muitos durienses gostam de lhe chamar, *vinho fino*"[725]. Todas as *démarches* encetadas com vista a alcançar-se, de forma garantida, a qualidade pretendida, tiveram um resultado que, pelas palavras de Manuel Carvalho, pode ser considerado francamente positivo: "nos anos 50 [do século XX], estava [então] superada a mácula da falsificação. A reorganização dos mecanismos de controlo no complexo universo do vinho do Porto, quer na produção quer no comércio, tinham resultado na melhoria da sua qualidade geral e numa crescente subida do seu valor comercial."[726]

No mesmo período em que foi criado o IVP foram criados também, e por lei, a Casa do Douro, um pouco antes[727], organização dos agricultores, ou produtores durienses, que tinha a seu cargo a regulação, disciplina e fiscalização da produção, e que ainda hoje existe[728], e o Grémio dos Exportadores do Vinho do Porto[729], organismo de associação obrigatória de todos os exportadores e entidades afins.

Enquanto que a Casa do Douro "visando disciplinar a produção de vinho do Porto (...) será dotada de diversas atribuições, desde o controlo das quantidades produzidas à garantia do escoamento dos vinhos, à fixação dos

---

[725] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 18. Itálicos do autor.

[726] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 83.

[727] A Casa do Douro foi criada pelo decreto nº 21.883 de 18 de Novembro de 1932, J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 56. Na mesma página pode-se tomar conhecimento dos decretos-lei inerentes aos estatutos e alterações dos mesmos. Vital Moreira apresenta também com pormenor extraordinário o calendário relativo à formação da Casa do Douro, personalidades intervenientes no processo bem como documentos relevantes. Cf. Vital Moreira, *Nas Origens da Casa do Douro, Cadernos da Revista DOURO – Estudos e Documentos,* nº 1, Santa Maria da Feira, GEHVID – Grupo de Estudos de História da Viticultura Duriense e do Vinho do Porto/Casa do Douro, 1996, pp. 15-121. Ver também Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 71; Vital Moreira, *O Governo de Baco*, cit., pp. 110 e seguintes.

[728] Cf. Fernando Peixoto, "Do Douro para o mundo", cit., p. 92; Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 82-83; sobre as suas primeiras tarefas consultar ainda as pp. 81-82 da mesma referência ou João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., pp. 106 e 149 C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 45-46 e 61. Sobre a Casa do Douro e sua criação ver também Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 36; Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 70; António Filipe, "Organização institucional", cit., pp. 191-192.

[729] Segundo Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, este organismo foi criado pelo decreto nº 22.460 a 10 de Abril de 1933 e regulamentado pelo decreto-lei nº 23.184 de 28 de Setembro. Cf. J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., pp. 44 e 88; C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 62. Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 36; Vital Moreira, *O Governo de Baco*, cit., p. 116. Apenas por curiosidade, já que não iremos desenvolver esta matéria, registaríamos que pouco antes da criação destes dois organismos, haviam sido criados o Grémio dos Exportadores de Vinhos Nacionais, em 1928, destinado "aos negociantes de vinhos comuns, licorosos e espumantes produzidos fora das regiões demarcadas" e o Grémio dos Vendedores de Vinho por Grosso, em 1932, "para regularizar as condições de abastecimento de vinho aos principais centros populacionais e manter os preços à produção" e obrigando, por decreto – 24 de Dezembro desse ano – à inscrição de todos aqueles que vendessem vinho aos retalhistas de Gaia e Matosinhos. Em 1935 este Grémio perde a sua designação de origem em troca de uma nova: Grémio dos Armazenistas de Vinhos, competindo-lhe "fiscalizar os vinhos nos armazéns, orientar o comércio e providenciar a propaganda no mercado interno." Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., pp. 380, 382, 383, 384, 387.

preços mínimos ao lavrador, ao fornecimento da aguardente para benefício, etc."[730], o Grémio tem a seu cargo disciplinar o comércio, vigiando e coordenando, controlando e fiscalizando as práticas exportadoras desenvolvidas pelas respectivas empresas, fixando ainda quantidades mínimas de *stocks* em armazéns próprios, bem como os preços mínimos de exportação[731]. Note-se que, este enquadramento institucional relativo ao vinho do Porto é traçado no início dos anos 30, no Estado Novo, que pretendeu reorganizar o sector com base num modelo corporativo e tendo como objectivo "disciplinar a produção e o comércio através da agregação dos principais grupos de interesses em entidades representativas."[732] Torna-se interessante constatar que são as crises vinícolas graves que mais concorrem para traçar a história institucional, ou, se preferirmos, o quadro legal, do sector e da região do Vinho do Porto. Senão vejamos: as três grandes reformas institucionais verificadas situam-se, respectivamente, em 1756 (pombalina), em 1907 (franquista) e no início dos anos 30 do século XX, mais precisamente em 1932 (salazarista); nas três é notória a protecção estatal, "mediante formas de organização da própria viticultura dotadas de poderes paraestatais". Nas três, é indiscutível a presença de governos autoritários na adjudicação e conciliação, "numa posição «superpartes»", dos conflitos de interesses entre viticultores e exportadores – "as duas principais forças sociais que historicamente se confrontam na economia vitivinícola do Douro e do vinho do Porto".[733]

Com a criação da Casa do Douro (1932), do IVP (1933), e do Grémio dos Exportadores do Vinho do Porto (1933) – estruturas que ainda hoje existem[734] - "nascia assim o triângulo corporativo que havia de tutelar o sector até ao advento do regime democrático saído da Revolução de 1974"[735], controlando a

---

[730] Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 71.

[731] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 384; J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 88; Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 82; João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 147.

[732] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 61.

[733] Vital Moreira, *Nas Origens da Casa do Douro*, cit., p. 15.

[734] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 76; J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 22. Chamaríamos a atenção para o facto do Grémio dos Exportadores ter sido substituído em 1975 pela Associação dos Exportadores de Vinho do Porto.

[735] Fernando Peixoto, (1997) – "Do Douro para o mundo", cit., p. 92. C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 62. "Por um período de mais de 60 anos a região demarcada viverá, assim, uma relação triangular entre o Estado – representado no IVP -, a lavoura – representada na Cada do Douro – e os exportadores – associados no Grémio dos Exportadores." *In* João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 76. Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 72. Sobre a extinção da organização corporativa, no pós-74 e consequências a nível de funções inerentes a cada uma destas organizações institucionais, ver Fernando de

qualidade do sector, que instigava à produção de vinhos cada vez mais excelentes. Deste, a Casa do Douro, representando a lavoura, e o Grémio dos Exportadores do Vinho do Porto, em representação do comércio, constituem os dois maiores grupos de interesses face ao sector, detendo "poderes públicos conferidos pelo Estado."[736] Este, através do IVP, constituirá o terceiro vértice do triângulo. Entre outras funções, o IVP tinha como missão "não só supervisionar as actividades da Casa do Douro e do Grémio, mas também conciliar os interesses dos lavradores e dos exportadores dentro do quadro legislativo estabelecido pelo Governo."[737] A Figura 1 permite uma rápida visualização e percepção desta corporação triangular vigente até Abril de 1974.

Se há uma historicidade – processo diacrónico -, actores com posições diferenciadas e em conflito, se há, enfim, uma luta pela definição *legítima* da qualidade do vinho do Porto (fortemente associada às dinâmicas de controlo da produção, distribuição e exportação) não será abusivo, então, falar da existência de uma *lógica de campo*.[738]

Com o 25 de Abril de 1974 introduzem-se mudanças significativas no sector: o Estado intervém directamente na Real Companhia Velha[739]; os governos democráticos acabam com o modelo corporativo que estava na base da organização económica do governo salazarista; desaparece o Grémio dos Exportadores em 1975, que veio a ser substituído pela Associação de Exportadores de Vinho do Porto, com a diferença de a esta não lhe terem sido conferidos poderes públicos. A Associação dos Exportadores de Vinho do Porto, representa então os interesses dos exportadores, tendo por objectivo "a promoção e defesa do comércio e exportação do Vinho do Porto"[740].

Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 36.

[736] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 61-62.

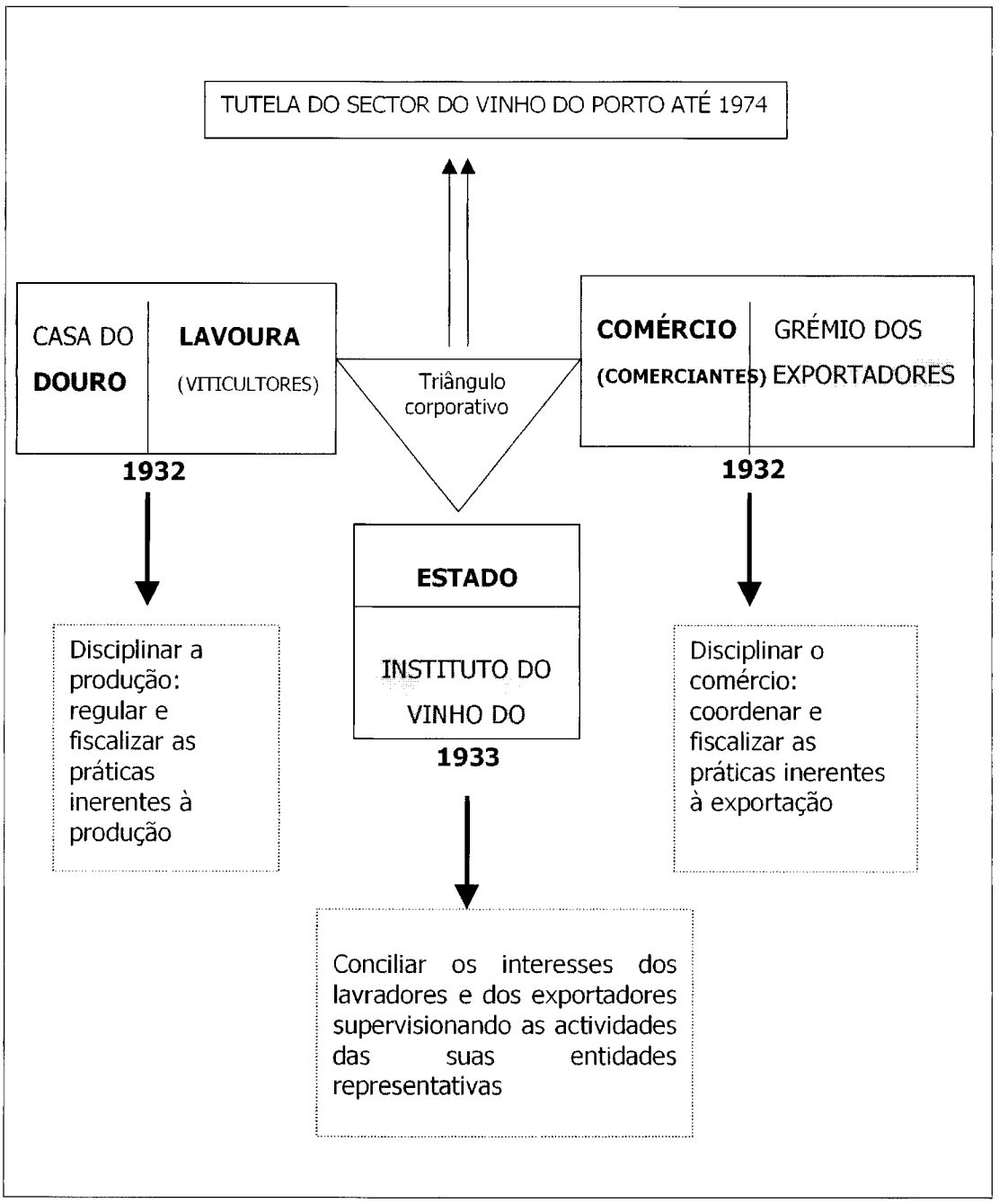
[737] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 61; ver também as páginas 63-64.

[738] A problemática da lógica de campo foi desenvolvida no primeiro capítulo. Sobre este assunto, pode ainda ser consultado Pierre Bourdieu, *Les Règles de l'Art. Génese et Strucutre du Champ Littéraire*, Paris, Éditions du Seul, 1992.

[739] A Real Companhia Velha é uma "empresa privada que descende da velha companhia de Pombal", Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 87.

[740] Rogério Reis, *Roteiro do Vinho do Porto*, cit., p. 69.

Figura 4.1 - TUTELA DO SECTOR DO VINHO DO PORTO: ENQUADRAMENTO INSTITUCIONAL DOS ANOS 30 A MEADOS DOS ANOS 70 (1974/75)



O IVP sofre remodelações; o governo tentou acabar com a Casa do Douro encontrando, no entanto, resistências por parte dos lavradores durienses que impediram o governo de levar o seu intento até ao fim[741]; não obstante, alteraram-se algumas das regras então em funcionamento; reconvertem-se quintas antigas no Douro, replantam-se vinhas em terras anteriormente abandonadas na era da filoxera; surgem novas tecnologias, melhora-se a viticultura e os barcos rabelos regressam ao rio mas para deleite e transporte de turístas.[742]

Outros organismos foram, entretanto, criados, extintos ou substituídos pelo Estado. Não nos parece, contudo, o momento certo para os apresentarmos exaustivamente[743]. Todavia, antes de terminarmos este ponto, apresenta-se-nos conveniente aludir à Confraria do Vinho do Porto, fundada em 1982, cujas funções simbólicas, entre outras, têm sido proeminentes neste sector. "Constituída por confrades efectivos – Mestres e Expertos – a sua chancelaria é composta pelos Chanceler, Almoxarife, Copeiro-mor, Almotacé e Fiel das Usanças. Os confrades honorários são designados Cancelários, Infanções e Cavaleiros."[744] Os confrades estão, a nível profissional, de alguma forma, ligados ao comércio do vinho do Porto: como comerciantes, gestores ou quadros superiores[745]. É sua função estatutária "«a difusão, promoção e consolidação do renome mundial do vinho do Porto e as respectiva região de produção»"[746]. "Guardiã das tradições e ritos ligados ao vinho do Porto"[747], é à Confraria que cabe o apadrinhamento cerimonial do *Ano Vintage,* como veremos já de seguida, bem como as entronizações de novos membros, entre outras funções. A entronização é "uma cerimónia de grande solenidade"[748], que só se realiza no Porto, no Palácio da Bolsa; o candidato a Confrade terá assim de se deslocar à cidade, seja qual for o local da sua residência, para, em

[741] Sobre estas alterações ou remodelações dos poderes destes órgãos institucionais de tutela estatal, ver C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 62-65; Vital Moreira, *O Governo de Baco*, cit., pp. 136-156
[742] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 85-86.
[743] Uma consulta mais completa sobre organismos, personalidades e afins ligados ao vinho do Porto pode ser efectuada em J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., pp. 30-180.
[744] J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 61; António Filipe, "Organização institucional", cit., p. 194.
[745] Cf. C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 57-58.
[746] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 58. Ver também Teresa da Silva Lopes, *Internacionalização e concentração no Vinho do Porto, 1945-1995*, Cadernos da Revista *Douro* – Estudos e Documentos, ICEP, Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, *1998*, p. 55.
[747] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 58.
[748] António Filipe, "Organização institucional", cit., p. 194.

presença, ser entronizado[749]. Porém, a eventual incomodidade da deslocação, sempre que esta se impõe, é superada em larga escala pelo prestígio atribuído pela condecoração, pelo título de Confrade. A Confraria do Vinho do Porto insere-se, assim, em toda uma simbólica cujo significado é vivido em termos de honra social, à boa maneira de Max Weber. Não constituindo, no entanto, um grupo de *status*, na forma como este autor o delineia, e muito menos uma classe, ordem ou casta, não deixa de manifestar como um traço social distintivo[750], quer a nível endógeno (na própria Confraria), quer a nível exógeno, do ponto de vista da sociedade envolvente, isto é, dos agentes sociais não abrangidos por esta *marca* social.

[749] Cf. António Filipe, "Organização institucional", cit., pp. 194-195.
[750] Cf. Pierre Bourdieu, *La Distinction. Critique Sociale du Jugement*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1979.

4.3. Fazeres e viveres inerentes ao vinho do Porto: o panorama actual

Hoje, o *Know-how* tecnológico relativo ao vinho do Porto está definido e os saberes transmitidos pela Enologia são um facto; ao saber geracional dos viticultores, juntaram-se os conhecimentos universitários de foro enológico, ficando assim enriquecido todo o saber-fazer vínico.[751]

Como aponta Bianchi de Aguiar, "(...) não existe nenhum segredo para produzir Porto. Melhor dizendo, é uma alquimia entre os elementos da terra, do clima, do amor e da arte dos homens. É um vinho que, como acontece nas maiores Denominações do mundo, aquando do processo de produção, concilia a técnica mais sofisticada com séculos de rigorosa tradição."[752] E a propósito de técnicas, Fernando Peixoto, entre outros autores, alude, e com particular pormenor, a um conjunto de operações tecnológicas, que vão desde o estágio dos vinhos nos armazéns, cuidados tidos, trasfegas e operações restantes[753].

4.3.1. A expansão da vitivinicultura duriense e a restrição demográfica. Características demográficas com incidências socioeconómicas

Tudo isto acentua uma realidade bem actual: o Alto Douro, largamente vitícola, depende do vinho do Porto[754]. "Os seus 25 000 viticultores e cerca de 80 000 assalariados"[755] revelam bem a importância deste sector, e mesmo a sua dimensão económica, pese embora o "peso esmagador da pequena propriedade"[756]. Acentuou-se, por conseguinte, o processo de proletarização,

---

[751] Cf. Gaspar Martins Pereira, "Apresentação", in Gaspar Martins Pereira (coord.), Autour du Porto, cit., pp. 17-18.

[752] F. B. Aguiar, Douro: um vinhedo histórico, um vinho universal", ", in Gaspar Martins Pereira (coord.), Autour du Porto, cit., p.77. Para um conhecimento mais detalhado sobre "a arte [de fazer] o vinho", e combinação da técnica ancestral com técnicas sofisticadas, ver também pp. 77-82.

[753] Cf. Fernando Peixoto, "Do Douro para o mundo", cit., p. 90. A nível técnico, nomeadamente sobre a vinificação dos Portos, teor de álcool, fermentação, tipos e categorias de vinhos do Porto ("Não existe um «Porto», mas sim vários «Portos»!, p. 79), trasfegas, envelhecimentos, classificação dos vinhos, armazenagem, controlo e certificação por parte do Instituto do Vinho do Porto e restantes voltas vínicas, pode-se consultar também, por exemplo, F. B. Aguiar, Douro: um vinhedo histórico, um vinho universal", ", in Gaspar Martins Pereira (coord.), Autour du Porto, cit., pp. 77-83.

[754] Cf. F. B. Aguiar, Douro: um vinhedo histórico, um vinho universal", ", in Gaspar Martins Pereira (coord.), Autour du Porto, cit., pp. 70; Gaspar Martins Pereira, O Douro e o Vinho do Porto. cit., p. 20.

[755] François Guichard, "O Porto no séc. XX: a afirmação metropolitana e os seus desafios", cit., p. 606.

[756] Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, Memória de Pedra, cit., p. 76; na mesma página, os autores apontam ainda para uma "dimensão média de menos de 0,5 hectares por cada vinha, pouco mais de um hectare para cada proprietário", alertando, contudo, para a grande disparidade no que respeita à distribuição da propriedade no Douro, onde, um número elevadíssimo de pequenos proprietários (ou "pequeníssimos", nas palavras dos autores) coexistem com um restrito número de grandes proprietários, na posse de centenas de hectares, e de um número significativo de "pobres sem terra". Sobre o trabalhador rural, a dificuldade em contratá-lo, a jornada de trabalho, o salário, perfil social, a miséria, ver A. L. Pinto da Costa, *Alto Douro Terra de Vinho e de Gente*, cit., pp. 257-267.

dados os conhecimentos a até a especialização que a cultura da vinha exige[757]. Apesar daqueles números, que no seu estado bruto se nos apresentam, eventualmente, como avultados, a população da região tem vindo a sofrer um "decréscimo quase constante desde 1960"[758], que nos dias que correm "parece permanente"[759]. J. F. A. e Gaspar Martins Pereira, referem-se a uma "sangria demográfica" que desde os anos sessenta tem vindo a afectar quase ininterruptamente a região, despovoando-a, nomeadamente de jovens activos,[760] o que contribui para um peculiar perfil social da população endógena, constituída por velhos com baixo grau de escolaridade e com fraco poder económico.[761] Contudo, e "curiosamente, o Douro é também terra de imigração, mas temporária."[762] Trata-se, no entanto, de uma imigração de curta duração, relativa ao trabalho da vinha, dada a insuficiência da mão-de-obra local no tempo das vindimas, em Setembro e Outubro: "Vêm então as «rogas», conjuntos ou ranchos de homens, mulheres e crianças, em grupo organizado, chefiado por um «rogador» (...) com destino marcado, isto é, para trabalhar numa ou várias quintas, sob contrato ou previamente apalavradas."[763] Note-se que as rogas, presentes nas vindimas, nasceram graças ao despovoamento e à carência de braços nas vindimas[764]. Mas existe também imigração de duração mais prolongada para efectuarem trabalhos de (re)construção relativos às exigências das vinhas. "Desde muito cedo que a agricultura duriense está comercializada (produz para o mercado), desde muito cedo que o capitalismo e o salariato vigoram na região."[765] Veja-se que, já no ano de 1703 os lavradores do Douro assalariavam mão-de-obra exógena ao distrito, dadas as necessidades agrícolas que superavam em muito a capacidade de reposta por parte do número de braços endógenos[766]. António Barreto considera que "o

---

[757] Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto.* cit., p. 15.
[758] António Barreto, "Douro: rio, terra e gentes", in Pereira, G. M. (coord.), *Autour du Porto*, cit., p. 56
[759] *Idem*, p. 56
[760] J. F. A. e Gaspar Martins Pereira, "O Alto Douro e o vinho do Porto", in *O Tripeiro*, Ano 16, nº 11/12, Nov/Dez 1997, pp. 358-359; Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., p. 76.
[761] Cf. Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, p. 30; MARTINS, João Paulo, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 81. Sobre despovoamento do Douro ver também p. 119; Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, *Memória de Pedra*, cit., pp. 52, 58-60, 64.
[762] António Barreto, "Douro: rio, terra e gentes", cit., p. 59
[763] António Barreto, "Douro: rio, terra e gentes", cit., p. 59. A *performance* das rogas no tempo das vindimas pode ser apreendida em Miguel Torga, *Vindima*, Lisboa, Dom Quixote, 2000.
[764] Para mais esclarecimentos, consultar João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 119; Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 50-51 e 101-102; Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, *Memória de Pedra*, cit., pp. 49 e 66; Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 11.
[765] António Barreto, "Douro: rio, terra e gentes", cit., p. 59.
[766] Conceição Martins, Memória do Vinho do Porto, cit., p. 289; PEREIRA, Gaspar Martins, O Douro e o Vinho do Porto. cit., pp. 64-67.

sector do vinho do Porto, pioneiro no desenvolvimento da agricultura comercial e do capitalismo agrário, foi também terreno principal e inovador para o crescimento do Estado moderno e do intervencionismo económico."[767] Como se pode daqui depreender, a "região demarcada ainda vive ao ritmo da vinha, e deste vinho que representa por si só dois terços do valor exportado pela viticultura nacional."[768] Não é por casualidade que "ao chegar ao Douro, é só vinha!"[769]

Note-se que nos dias de hoje, a região demarcada abrange 250.000[770] hectares; contudo, "a vinha cobre apenas 40.000 (16% superfície total) nos vales encaixados e profundos do Douro e dos seus afluentes. Desses 40.000 hectares, só 25.000 são considerados aptos a produzir o mosto destinado à elaboração do Vinho do Porto."[771] Bianchi de Aguiar, refere-se ao Alto Douro Vinhateiro[772], região demarcada do Douro que integra actualmente três unidades de paisagem: Baixo Corgo, Cima Corgo e Douro Superior[773], constituindo, cada uma destas três unidades, uma zona distinta no que refere à qualidade do vinho do Porto produzido, dadas também as suas diferentes características físicas, geográficas, geológicas e até climáticas.[774] Isto significa que nem todo o vinho produzido na região duriense é passível de tornar-se em vinho do Porto, "devido a imperativos de qualidade e também de mercado consumidor", o que obriga à divisão dos mostos "entre Vinho do Porto e Vinho do Douro (uma outra Denominação Controlada do vale – vinho não

---

[767] António Barreto, Prefácio, in Conceição Martins, Memória do Vinho do Porto, cit., p. 17.
[768] François Guichard, "O Porto no séc. XX: a afirmação metropolitana e os seus desafios", cit., p. 606.
[769] António Barreto, "Douro: rio, terra e gentes", in Gaspar Martins Pereira (coord.), Autour du Porto, cit., p. 53.
[770] Dimensão apontada por F. B. Aguiar, "O Alto Douro Vinhateiro é Património Mundial da UNESCO!", O Tripeiro, Ano XXI, nº 3, Março de 2002, p. 68; João Carvalho, "O Alto Douro Vinhateiro. Uma obra-prima colectiva a caminho da UNESCO", in O Tripeiro, Ano 18, nº 9, Setembro 1999, p. 263; por J. F. A. e Gaspar Martins Pereira, "O Alto douro e o vinho do Porto", in O Tripeiro, Ano 16, nº 11/12, Nov/Dez 1997, p. 352; e por Manuel Carvalho, Guia do Douro e do Vinho do Porto, p. 27; João Paulo Martins, Tudo sobre o Vinho do Porto. cit., p. 83; C. Melo Brito, Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto, cit., p. 17 e 36; Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, Memória de Pedra, cit., p. 76; MAGALHÃES, Nuno, "A Região", in O Vinho do Porto e os vinhos do Douro, cit., p. 12.
[771] F. B. Aguiar, Douro: um vinhedo histórico, um vinho universal", cit., p. 76.
[772] Alto Douro Vinhateiro é a "denominação da Região Demarcada do Douro na sua candidatura a Património Cultural da Humanidade proposta em 1999 pela Fundação Rei Afonso Henriques." In J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, Prontuário Histórico do Vinho do Porto, cit., p. 37.
[773] F. B. Aguiar, "O Alto Douro Vinhateiro é Património Mundial da UNESCO!", O Tripeiro, Ano XXI, nº 3, Março de 2002, p. 68. Uma descrição sumária sobre os contornos dinâmicos da área demarcada, desde os seus primórdios pombalinos é referida por Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, Memória de Pedra, cit., pp. 35-40; Nuno Magalhães, "A Região", in O Vinho do Porto e os vinhos do Douro, cit., pp. 21-26.
[774] Uma breve mas elucidativa descrição pode ser encontrada em Manuel Carvalho, Guia do *Douro e do Vinho do Porto*, pp. 27-29; João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., pp. 85-89; C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 36-38; Acúrcio Martins, Rota dos Vinhos, Matosinhos, Contemporânea, 2001, pp. 117-118.

licoroso)."[775] Após várias oscilações e de reajustamentos de inclusão e exclusão de espaços e freguesias, actualmente o espaço da demarcação "corresponde à que foi estabelecida pelo decreto de 10 de Dezembro de 1921[776].

4.3.2. Fazeres e viveres vínicos. Vindima, cadastro e atribuição de benefício

Porque o vinho não se produz sem trabalho, retomemos agora a discussão sobre os trabalhos da vinha, dada a sua pertinência para uma melhor compreensão do *fazer* e do *viver* vínico, vinícola e vitivinícola.

Foto cedida pelo I.V.P.

Apanha da Uva

[775] F. B. Aguiar, "Douro: um vinhedo histórico, um vinho universal", cit., p. 75.

[776] Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto.* cit., pp. 31. As freguesias que constam dessa demarcação podem ser consultadas na p. 34, nota 34. Entre as pp. 20-29 e 31 da mesma obra, são explicitados os limites relativos às zonas de produção desde o "Douro Pombalino" ao "Douro Pós-foloxérico" passando pela "transformação do espaço regional". Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães apresentam no seu prontuário histórico do Vinho do Porto os marcos cronológicos relativos à Região Demarcada. Cf. J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., pp. 148-149.

Os trabalhos da vinha, delicados e morosos, são anualmente cíclicos. "De vindima a vindima, é um nunca acabar de canseiras, a poda, a escava, a erguida, a cava, a sulfatagem contra o míldio, a enxofra contra o oídio, a redra..."[777]. Assim, um ano agrícola de labuta começa em Outubro, marcando o ritmo de vida dos homens durienses que à vinha e ao vinho se dedicam, e culmina com a vindima e a sua festa, momento alto na vida da região, fechando-se, então, o ciclo agrário vitícola[778]. Segundo Rogério Reis, a vindima, ou melhor, a "epopeia da vindima" representa "o último acto porventura o mais profícuo e solene, da dramatologia vitícola, ela que se desenvolve ao longo do ano com inúmeros cuidados e labores, com pesados investimentos e sérias apreensões, com a via-sacra de quem ama e constantemente se imola à videira e ao palmo de terra."[779]

Está aqui presente, no nosso entender, uma visão de certa forma romântica de um fazer que se presta a uma dupla significação e a uma dupla simbologia; por um lado, o ganha pão de quem precisa de trabalhar, ressaltando daí uma significação de possibilidades de trabalho com adequação ao real, e, consequentemente, uma tradução em ardor, canseira e até mesmo desgaste – se o amor e o apego à terra se sobrepusesse à exigência esgotante do labor inerente, a taxa de emigração não seria tão elevada, de certo. Por outro lado, a visão romântica e revivalista, de quem observa do exterior, sem participar por dentro, avaliando, não o sentir nem o fazer do trabalhador, mas a sua própria projecção num acto de certa forma já ultrapassado pelas exigências modernas da economia actual. Não se percam de vista, a este propósito, alterações significativas relativas à forma de produção, como iremos referir imediatamente abaixo. Contudo, ainda hoje é apenas na vindima, que, com os mostos obtidos, se determina a qualidade da produção de um grande vinho ou não[780].

---

[777] Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, *Memória de Pedra*, cit., p. 49.
[778] Cf. Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 44.
[779] Rogério Reis, *Roteiro do Vinho do Porto*, cit., p. 34.
[780] Cf. Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 98. O autor apresenta de seguida (pp. 98-107) uma descrição sumária mas muito interessante e elucidativa sobre os trabalhos da vinha e do que antecede a vindima. O mesmo pode ser encontrado em Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., pp. 41-42; A. L. Pinto da Costa, *Alto Douro Terra de Vinho e de Gente*, cit., pp. 286-297.

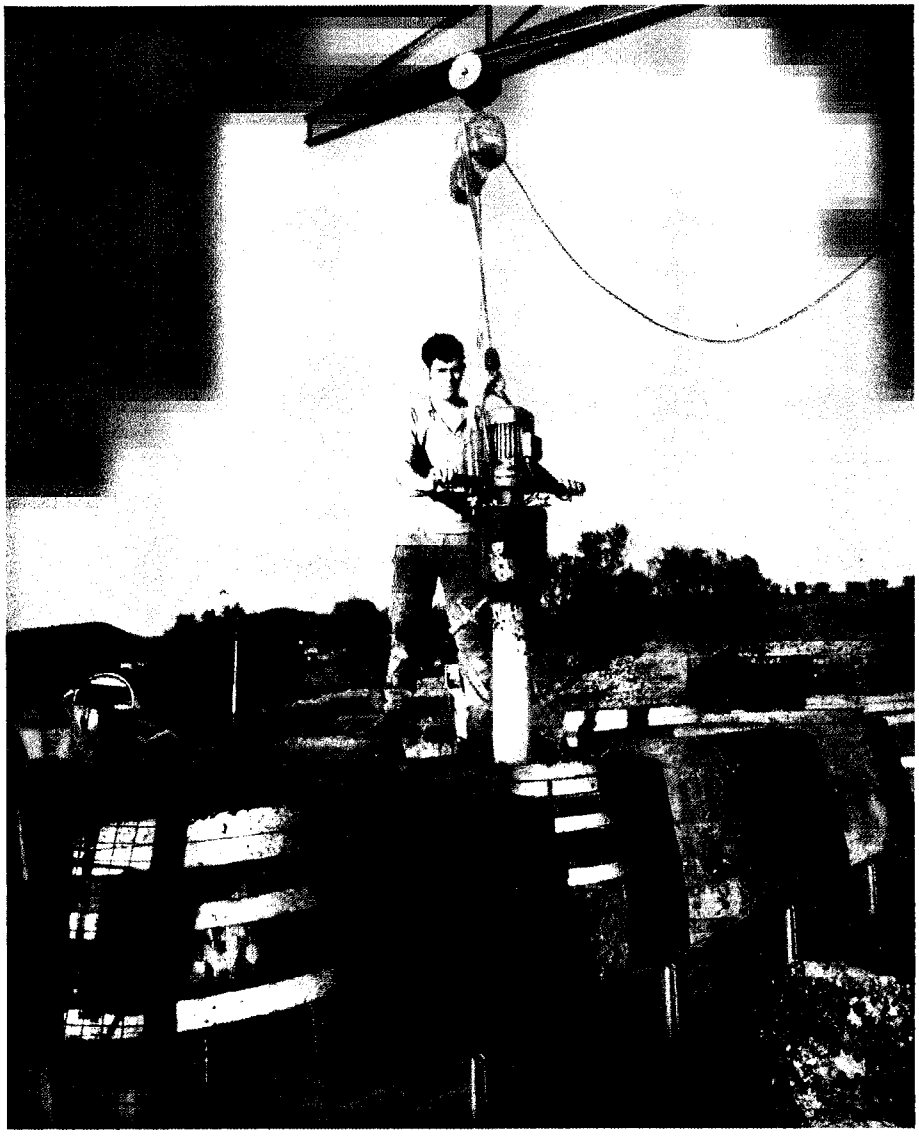


Foto cedida pelo I.V.P.

Pisa mecânica

Actualmente, o vinho é produzido de forma mecanizada, através de "esmagadores mecânicos e cubas de fermentação providas de agitadores com ou sem remontagem automática, em que as uvas são comprimidas por esmagadores centrífugos ou de rolos, munidos de bombas."[781] Mas nem sempre assim foi.

[781] Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 39.

Leia-se, a propósito da vindima e seu fazer em tempos idos, a descrição que se segue:

> *"As uvas eram outrora pisadas à noite por grupos de homens em filas paralelas (dois por pipa em média). Após duas horas de corta, em que percorriam o lagar em movimentos cadenciados para trás e para diante, cantava-se a «liberdade». (...)*
> *Desfaziam-se as filas, mas os lagareiros continuavam a pisa por mais duas horas, em tom festivo, ao ritmo do harmónio e das palmas das moças da roga e de outras pessoas que se reuniam na adega. Cantava-se e dançava-se. A presença das raparigas e os vapores inebriantes do mosto faziam trocar chistes eróticos, risos e gestos sensuais. Os corpos movimentavam-se esquecidos do cansaço de um dia de trabalho violento. A massa ficava depois em repouso até à manhã seguinte, altura em que metade dos homens entrava de novo no lagar. Esta «mexa» durava até que o mosto apresentasse a quantidade de açúcar por fermentar que se desejava. Abria-se então o lagar e o mosto era transferido para cubas, onde lhe era adicionada, aos poucos, aguardente vínica, o que, elevando o teor alcoólico (1º por almude), lhe travava a fermentação, mantendo o nível de doçura desejado.*
> *Na cuba ou tonel fazia-se depois a lota, ou seja, a homogeneização da massa vínica. Deixava-se cair o vinho para uma selha e daí transferia-se de novo para a vasilha. [Hoje faz-se por bombeação].*
> *O vinho ficava então em repouso nas cubas, tonéis ou, mais recentemente, em balseiros de cimento armado com paredes tartarizadas ou de aço inox, até fins de Dezembro ou Janeiro. Nessa altura efectuava-se a trasfega, separando o vinho das borras."*[782]

[782] Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 39. Sobre a pisa, o corte do lagar e a prova, bem como sobre trabalhos subsequentes à apanha da uva mas integrados na vindima, ver A. L. Pinto da Costa, *Alto Douro Terra de Vinho e de Gente*, cit., pp. 301-306.

Foto cedida pelo I.V.P.

Transporte da uva

Ocorre dizer, com Rogério Reis, que "Vindima já não é lirismo nem calvário. É um acto de fé, sincero e empolgante, nas repetidas virtualidades da região do Douro".[783]

[783] Rogério Reis, *Roteiro do Vinho do Porto. Riqueza Vinícola e Panorâmica*, Barcelona, Espanha, Editorial Escudo de oro, S.A., 1986, p. 35.

Como já referimos anteriormente, aos mostos adiciona-se aguardente para se produzir o vinho do Porto[784]. Esta prática, conhecida por benefício, e actualmente sujeita a autorização superior, é a "quantidade de mosto que cada produtor está autorizado a beneficiar com aguardente para produzir Vinho do Porto e consequente subsídio estatal"[785] e é atribuída segundo parâmetros muito rígidos e normas específicas, fixadas em 1935[786], e reiteradas em 1938 pela Casa do Douro. Em 1947 foram definidos "os pressupostos essenciais para a distribuição do benefício com base em elementos cadastrais"[787], os quais são da responsabilidade da Casa do Douro[788]. Em consequência, nem todas as quintas adquirem benefício para as suas uvas, o que faz com que o «benefício» seja uma "palavra mágica que diferencia as boas das más quintas"[789]. Senão vejamos: actualmente as vinhas da Região Demarcada estão cadastradas, isto é, estão registadas e têm uma classificação, que varia entre a letra «A» e a letra «F», consoante são consideradas mais ou menos aptas para transformar respectivamente mais ou menos mosto em vinho do Porto; assim, a letra «A» classifica as mais aptas e a letra «F» as de menor aptidão para o efeito, em função da pontuação obtida face aos parâmetros considerados.[790] A atribuição de benefício, que se traduz em pipas, depende da pontuação da vinha. Isto quer dizer que "as vinhas melhor pontuadas podem produzir mais Porto, as menos pontuadas terão menos benefício."[791] Tudo ponderado implica então que «A» significa mais pontuação, mais benefício, mais "pipas de mosto que pode transformar em vinho do Porto"[792], montante aquele expresso num «cartão de benefício» que o lavrador recebe. No Douro este cartão é um documento que

---

[784] Ver a nota nº 135 do sub-capítulo 4.3.
[785] J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 48.
[786] Trata-se da portaria 8198 de 12 de Agosto de 1935. J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 48.
[787] J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 48. Por cadastro entende-se "um registo oficial de todas as parcelas de vinha. É com base nesse registo que anualmente se distribui o benefício, isto é, a quantidade de vinho do Porto que cada parcela tem o direito de produzir." In C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 46, nota 10; a este propósito ver também as páginas 62 e 63. Ver também Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 36.
[788] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 46 e 62.
[789] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 108.
[790] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 108; Para mais detalhes sobre o sistema e os parâmetros de classificação ver ainda as pp. 108-114. J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 53. Sobre factores de pontuação, parâmetros de pontuação, letras de benefício e respectiva pontuação, ver Nuno Magalhães, "A Região", cit., pp. 27-28; sobre critérios de classificação de cada um desses parâmetros ver as páginas seguintes: 28-35. Também Gaspar Martins Pereira se refere ao «Método de pontuação» vigente, in Gaspar Martins Pereira, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", cit., pp. 72-73.
[791] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 113.
[792] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 113.

"vale ouro e é objecto de transação entre produtores"[793]. Por exemplo, é possível vender o cartão juntamente com as uvas quando o lavrador não tem possibilidades infra-estruturais adequadas à produção de vinho.[794]. Contudo, se o cartão for vendido sem as respectivas uvas, levanta problemas, subvertendo toda a lógica do sistema[795].

Daqui se depreende que não é possível produzir-se vinho do Porto indiscriminadamente. Os quantitativos a produzir, isto é, a quantidade de mosto a beneficiar varia de ano para ano, cabendo essa decisão à CIRDD (Comissão Interprofissional da Região Demarcada do Douro). Esta, composta em paridade por representantes da lavoura (Casa do Douro) e por representantes do comércio (Associação dos Exportadores de Vinho do Porto)[796], "emite anualmente um «comunicado de vindima» antes das vindimas se terem iniciado."[797] Lembramos que actualmente o CIRDD passou a ser a figura central na rede de relações do sector do vinho do Porto. Criada pelo Decreto-Lei nº 74/95 de 19 de Abril, tem como objectivo primordial "promover a convergência dos interesses da produção [lavoura] e do comércio na defesa do interesse geral da região do Douro bem como disciplinar e controlar a produção e a comercialização dos vinhos generosos com direito à denominação de origem «Porto»".[798]

É, por conseguinte, a Casa do Douro que distribui o benefício autorizado (cuja "decisão final (...) é sempre da responsabilidade do Instituto [do Vinho do Porto]"), pelos milhares de agricultores durienses[799], motivo pelo qual, hoje em dia, a Casa do Douro mantém um "enorme poder na rede global de relações do

---

[793] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 113.
[794] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 113.
[795] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 113; sobre a importância, críticas ou aplausos face ao cartão de benefício, ver pp. 113-114.
[796] Cf. Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 87. Quanto a objectivos e competências ver também João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., pp. 80, 113, 147; J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., pp. 57 e 59.
[797] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto.* cit., p. 113-114; Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães esclarecem que o comunicado de vindima é o "anúncio feito antes da vindima que informa qual a quantidade de mosto a beneficiar, feito pelo IVP após acordo no âmbito da CIRDD." J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 61; António Filipe, "Organização institucional", cit., p. 189.
[798] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 65. Teresa Lopes, utiliza praticamente as mesmas palavras ao referir-se ao CIRDD e suas competências. Cf. Teresa da Silva Lopes, *Internacionalização e Concentração na Vinho do Porto, 1945-1995,* Cadernos da Revista *Douro* – Estudos e Documentos, ICEP, Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, *1998*, p. 53; António Filipe, "Organização institucional", cit., p. 188.
[799] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 115. Para mais informações ver também páginas seguintes: pp. 116-119. Ver também C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 62-63.

vinho do Porto"[800]. Veja-se ainda que, sendo responsável pelo Cadastro, detém em seu poder "o mais poderoso instrumento de distribuição de riqueza gerada na região em torno do negócio do vinho do Porto"[801].

Quando termina a vindima, termina também o ano agrícola, o que tradicionalmente acontece "quando as rogas entregam o «folar» ou o «ramo»[802] aos patrões"[803]. Apesar do conhecido provérbio "«até ao lavar dos cestos é vindima»", conhecidíssimo no Douro, após o corte das uvas e dos "mostos entrarem em fermentação nas adegas já se começa a olhar para um novo ano. É outra vez o tratamento da vinha que regressa ao quotidiano dos durienses. É um novo ciclo que se inicia."[804]

Foto cedida pelo I.V.P.

Corte do Lagar

[800] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 63.
[801] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 46 e 63.
[802] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 63.
[802] É a rapariga mais bonita que entrega ao patrão o «ramo» que é "um ramalhete composto de ramos de videira ou de outro arbusto, enfeitado com uvas e folhas de papel matizado. O patrão, em nome dos homenageados, improvisava umas palavras de agradecimento e, para concluir, mandava distribuir vinho tinto por todos." In A. L. Pinto da Costa, *Alto Douro Terra de Vinho e de Gente*, cit., p. 295.
[803] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 104.
[804] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 104.

Contudo, após a colocação das uvas no lagar ou na cuba de vinificação, o trabalho prossegue[805], passando por etapas várias; mesmo depois de chegar aos armazéns, o vinho dá muitas voltas antes de chegar à mesa, destacando-se aqui o papel do enólogo, a importância actual do laboratório e da sala da prova, onde é avaliada a vindima, a separação dos vinhos, a declaração ou não do *Vintage*, a separação dos *Tawnies* com a respectiva idade e dos *Colheitas* e, finalmente, a colocação em pequenos cascos[806], com o fito de se proceder ao amadurecimento ou envelhecimento dos vinhos – etapa fundamental na operação vínica do *Porto*. É com o envelhecimento que o vinho encorpa e a sua cor altera-se, alourando-se, no caso dos tintos ou dourando-se, no caso dos brancos.[807] Obtém-se então uma variedade de *Portos*, destacando-se, de entre estas, o *Vintage*, enquanto "a relíquia dos vinhos do Porto"[808].

4.3.3. O *Vintage*, categoria suprema, e outros vinhos do Porto. Evoluções qualitativas, distinções categoriais.

Entretanto, por parte das firmas surge, cada vez mais, a aspiração à produção de Vintage – declaração de ano *Vintage* – vinho da mais elevada qualidade reconhecida, e declarado a partir de 1734[809]. Contudo, o termo *Vintage* aparece pela primeira vez apenas em 1932[810], para designar "«os vinhos extremes de uma determinada colheita, de superior qualidade,

---

[805] Para informação mais detalhada sobre este tipo de trabalho, pode-se consultar, entre outros, C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 17-19, ou Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 119-120, onde o autor apresenta também uma breve descrição da lotação dos vinhos disponíveis nas caves de Gaia, para a qual é fulcral a arte de fazer e a sensibilidade do Provador. Em A. L. Pinto da Costa, *Alto Douro Terra de Vinho e de Gente*, cit., podemos tomar conhecimento sobre todo o processo do envasilhamento e da trasfega, do qual transcrevemos apenas o início: "quando o mosto alcançava o teor de açúcar desejado, *sangrava-se* o lagar, estando ele de levante. A *lágrima* corria a bica cheia para uma pia fixa ou lagareta (...), ou para uma dorna móvel, de castanho ou carvalho (...)." (p. 306). Daqui segue para um tonel ou para uma cuba, ou ainda para um odre de pele de cabra no caso do envasilhamento ser de um armazém para outro. As páginas 306-308 e 310-318 são ricas em pormenores relativos a este processo, que evolui para o carregamento e transporte do vinho para o entreposto de Gaia. Os itálicos são do autor.

[806] Uma descrição breve mas esclarecedora sobre estas etapas pode ser encontrada em João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 136.

[807] Cf. Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 39.

[808] Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 40.

[809] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 290. J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, cit., p. 175.

[810] *Vintage* é uma designação de uso originário britânico. Entre nós, portugueses, a preferência ia, até à segunda metade do século XIX, para a designação *Vinho de Novidade*. Para informações mais detalhadas sobre a palavra *Vintage*, e suas polissemias, ver Gaspar Martins Pereira, "Origem e evolução de um grande vinho", in Gaspar Martins Pereira e João Nicolau de Almeida, (Org.), *Porto Vintage*, Porto, Instituto do Vinho do Porto/Campo das Letras – Editores, AS, 1999, pp. 13-15.

(vintage), que como tais tenham sido reconhecidos pela Comissão de Viticultura do Douro, (...)»"[811].

Vintage é, então, a categoria suprema, a eleita, dentro deste universo báquico. Mais especificamente, e de acordo com a terminologia oficial, é o "«Vinho do Porto de uma só colheita, produzido em ano de reconhecida qualidade, com características organolépticas, retinto e encorpado, de aroma e paladar muito finos»[812]; o «Vintage Port» tem vindo a conquistar um papel de relevo crescente no mundo dos vinhos"[813].

Contudo, nem todo o ano, nem em ano *Vintage* toda a propriedade, é passível de produzir *Vintage*, dado que este resulta de uma combinação perfeita e excelente exigida entre a qualidade do solo e as características conjunturais e excepcionais do clima, que surgem geralmente três a quatro vezes por década[814], bem como de cuidados específicos[815]. E sobre estes e a sua meticulosidade, não resistimos a transcrever a descrição apresentada por João Nicolau de Almeida a propósito da "extracção de qualidade das películas das uvas":

---

[811] Dec. Nº 20.956. de 2 de Março de 1932, sobre «Comércio dos Vinhos do Porto», citado por Gaspar Martins Pereira, "Origem e evolução de um grande vinho", in Gaspar Martins Pereira e João Nicolau de Almeida, (Org.), *Porto Vintage*, Porto, Instituto do Vinho do Porto/Campo das Letras – Editores, AS, 1999, pp. 14-15.

[812] Gaspar Martins Pereira, "Origem e evolução de um grande vinho", cit., pp. 15 e 33. Esta mesma definição é apresentada por Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 127; Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 40.

[813] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 127. Aspas do autor.

[814] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 124.

[815] Gaspar Martins Pereira considera que "(...) a excelência de um *Vintage* depende da conjugação favorável dos factores naturais (solo e clima), biológicos (castas) e técnicos (cultura da vinha, práticas de vinificação, lotação, armazenamento e engarrafamento) que possibilitam uma colheita excepcional Gaspar Martins Pereira, "Origem e evolução de um grande vinho", in Gaspar Martins Pereira e João Nicolau de Almeida, (Org.), *Porto Vintage*, Porto, Instituto do Vinho do Porto/Campo das Letras – Editores, AS, 1999, p. 31. Também José Maria Soares Franco apresenta resumidamente a história do nascimento de um *Vintage*, ou de como se «o» obtém – esse bem raro nascido dum cruzamento feliz entre o "trabalho do Homem (...) [ao qual] se junta a «Vontade de Deus» na Natureza." José Maria Soares Franco, "O homem e o Porto Vintage", in Gaspar Martins Pereira e João Nicolau de Almeida, (Org.), *Porto Vintage*, Porto, Instituto do Vinho do Porto/Campo das Letras – Editores, AS, 1999, pp. 111- 117.

"Para o Vintage é necessário extrair o máximo das uvas mas sem as brutalizar, para que os gostos amargos, herbáceos ou vegetais não passem para o vinho. Para conseguir isto, não descobri até à data nada melhor do que a pressão do pé humano no lagar tradicional tal como o faziam antigamente aqueles homens de colete, carregando cestos de vindima de 80 Kg. Na nuca, batendo os pés pela encosta abaixo, sem travões, ao ritmo da música que os conduzia ao lagar de ambiente medieval, com cheiro a mosto, aonde a monotonia, a alegria, o canto dos homens e mulheres enfiados no lagar com as calças enroladas até às virilhas, por vezes em cuecas, mostravam uma pele que nunca vira o sol, (...). Ao fim de quatro horas vividas neste cenário, homens e mulheres começavam a sair do lagar, espremendo com as mãos pernas abaixo o mosto vermelho vivo para que nenhuma gota não se perdesse, (...). (...) abria-se [então] a torneira do fundo do lagar, deixando escorrer o mosto para um tonel e, à medida que saía do lagar ainda em fermentação, adicionava-se aguardente vínica a 77º, na razão de 110/450 litros de mosto. Com esta fortificação de mosto a fermentação pára pois as leveduras não resistem à graduação alcoólica de 19-20º com que o vinho fica. (...)

Nos tempos antigos, as uvas iam inteiras com o engaço para dentro do lagar, onde eram seguidamente esmagadas com a força dos pés humanos à voz de um ritmo militar. Não era pêra doce. Os vinhos daí resultantes eram mais bravos e rústicos do que os actuais e só afinavam com o envelhecimento prolongado.

Hoje, como é óbvio, há os esmagadores e desengaçadores mecânicos eficientes e o lagar já recebe uvas em massa fluída. Isto evita o grande esforço dos pisadores, pois não têm de esmagar as uvas mas sim extrair suavemente, com o movimento e peso dos pés, as substâncias frutadas, aromáticas, taninosas e corantes que se encontram ligadas às películas, pois é nelas que estão armazenadas as melhores virtudes de cada casta. Os vinhos daqui provenientes, como se pode adivinhar, já são mais domesticados, suaves e tornam-se bebíveis mais cedo, embora possam também envelhecer como os antigos.

Aproveitou-se uma cultura do passado, adaptando-a aos nossos dias."[816]

[816] João Nicolau de Almeida, "Este Vintage vem do Douro", in Gaspar Martins Pereira e João Nicolau de Almeida, (Org.), *Porto Vintage*, Porto, Instituto do Vinho do Porto/Campo das Letras – Editores, AS, 1999, pp. 83-87. Sobre a pisa da uva para produção dos melhores *Vintage*, ver Bruce Duncan Gumaraens, "Porto Vintage", in Gaspar Martins Pereira e João Nicolau de Almeida, (Org.), *Porto Vintage*, cit., pp. 94-96.

Para que o ano seja considerado «Ano Vintage» exige-se declaração oficial, numa cerimónia solenizada pela Confraria do Vinho do Porto[817]. Para tal concorre o acordo de dez firmas exportadoras, no mínimo, quanto à excelência da respectiva vindima"[818].

Este vinho, "de «reconhecida qualidade», [é] engarrafado entre o segundo e o terceiro ano e aí envelhecido."[819] O *Vintage* é engarrafado em pleno estado bruto; isto significa que as suas potencialidades só serão desenvolvidas a par e passo do seu envelhecimento, que se processa lentamente, durante anos. "Começa a manifestar as suas qualidades, a sua harmonia, equilíbrio e complexidade quando ultrapassa os quinze anos de idade, por vezes mais, dependendo do ano. A longevidade destes vinhos é sempre difícil de prever, mas sabemos que mantêm a sua dignidade por muitas décadas."[820]

Se o vinho for engarrafado entre o quarto e o sexto ano após a colheita, já não será um *Vintage*, mas sim um *late bottled vintage*.[821] Como se pode, então, constatar, não existe «O» vinho do Porto mas «vinhos» do Porto[822]. O caso dos vinhos de castas tintas[823], que diferem uns dos outros pelo seu processo de envelhecimento, é disso um bom exemplo. Para uma melhor e rápida elucidação, veja-se o Quadro 4.1[824].

Vários são os autores que apresentam, nos seus escritos, com mais ou menos detalhe, as diferenças categoriais entre os vinhos do Porto, reforçando a

---

[817] Cf. Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 125.
[818] Cf. Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 125. Alguns pormenores sobre Ano Vintage, decisão e declaração, podem ser encontrados em Gaspar Martins Pereira, "Origem e evolução de um grande vinho", cit., pp. 44-46; Bruce Duncan Gumaraens, "Porto Vintage", cit., pp. 96-97; Paul Symington, "Vinho do Porto Vintage", in Gaspar Martins Pereira e João Nicolau de Almeida, (Org.), *Porto Vintage*, Porto, Instituto do Vinho do Porto/Campo das Letras – Editores, AS, 1999, p. 123.
[819] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 449, nota 9.
[820] Vasco Magalhães, "Os estilos dos vinhos", cit., p. 176.
[821] Cf. Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 449, nota 9.
[822] Cf. Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 121.
[823] Castas tintas e castas brancas dão origem à produção de vinhos distintos. "Existem dezenas de castas na região do Douro. (...) Todavia, investigação recente iniciada nos anos 60, (...) conduziu à selecção de cinco castas com excepcional qualidade e interesse par a produção de vinho do Porto: Touriga Nacional, Tinta Roriz, Tinta Barroca, Tinto Cão e Touriga Francesa." C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 15, nota 2. Mas existem muitas mais castas, sendo grande a sua variedade. Cf. Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro*, cit., p. 40. Sobre castas em geral e cada uma destas castas em particular, apresenta-se-nos interessante o contributo de João Nicolau de Almeida, "As castas do Douro", in *Vinho do Porto e os Vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, pp. 110-133. Sobre isto, ver também Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, *Memória de Pedra*, cit., p. 49.
[824] O quadro foi construído com base em informação recolhida em C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 15-16 e Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 122-123.

ideia que "a denominação «Vinho do Porto» abrange uma multiplicidade de categorias, tipos e marcas, de acordo com a cor, o envelhecimento, as características dos mostos, as lotações... Pode ser tinto, alourado ou branco, doce ou seco, de uma só colheita ou de várias, jovem ou velho, de categorias correntes («Porto Branco Seco», «Tawny» ou «Ruby») ou de categorias especiais (vinhos do Porto com indicação de idade, com data de colheita, «Vintage Character», «Late Bottled Vintage» ou «Vintage»). Em todos os casos existe uma regulamentação clara, garantia de qualidade controlada pelo Instituto do Vinho do Porto."[825]

[825] In Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, *Memória de Pedra,* cit., p. 27. Ver também João Nicolau de Almeida, "Este Vintage vem do Douro", cit., pp. 74-78. Vasco Magalhães apresenta uma descrição detalhada sobre as diferentes categorias de Porto; ver Vasco Magalhães, "Os estilos dos vinhos", cit., pp. 170-177. Par uma apresentação mais sumária mas nem por isso menos esclarecedora ver Acúrcio Martins, *Rota dos Vinhos,* cit., pp. 120-123.

Quadro 4.1 - Categorias de *Porto*, resultantes do tipo de casta e do processo de envelhecimento

CASTAS	PROCESSO DE ENVELHECIMENTO OU DE AMADURECIMENTO	CATEGORIA	DESCRIÇÃO[826]
Tintas	Em cascos de madeira	**Ruby**	"São vinhos que chegam normalmente ao mercado com a idade de três anos. Resultado de uma lotação, apresentam uma cor rubi e conservam ainda o fulgor da fruta." (MC) "É um vinho jovem, encorpado, frutado." (CB)
		Tawny	"Antes de passarem para a garrafa que os levará aos consumidores, estes vinhos passam normalmente cinco anos a envelhecer em cascos de carvalho. Com o passar do tempo vão perdendo a cor roxa original e ganham gradualmente tonalidades douradas (tawnies). Por serem vinhos de grande complexidade, os «tawnies» ganham com o envelhecimento uma progressiva elegância e subtileza. Dentro desta categoria é ainda possível estabelecer as seguintes distinções: **Tawnies com indicação de idade:** estes vinhos indicam no rótulo a idade média do lote que lhes deu origem: «10 anos», «20 anos», «30 anos» e «Mais de 40 anos». **Tawnies com indicação da data de colheita:** são produzidos quando as empresas querem distinguir uma colheita pelas suas excepcionais qualidades. Para além da menção do ano da colheita considerada, o rótulo indica também o ano do seu engarrafamento." (MC) É "o mais versátil dos vinhos do Porto pois pode ser bebido como aperitivo como digestivo". (CB)
		Estilo Vintage (Vintage Character)	"Vinho generoso e encorpado, resultante de um lote de várias colheitas. Pode ser bebido logo após o engarrafamento." (MC)
		Crusted	"Envelhecido em casco durante dois ou três anos, este vinho deve posteriormente passar três ou quatro anos na garrafa antes de ser consumido. A data do engarrafamento vem indicada no rótulo." (MC)
	Em garrafa (dando origem às qualidades superiores de Vinho do Porto) após um curto período de estágio em madeira	**Late Bottled Vintage (LBV)**	"Vinho que resulta apenas de colheitas de boa qualidade, o LBV passa entre quatro a seis anos em cascos antes de ser engarrafado. Os anos de estágio em madeira retiram-lhe parte da sua primitiva cor intensa, do seu corpo e da sua profundidade. Pode por isso ser consumido mal chegue ao mercado. Mas a sua estrutura permite-lhe ainda envelhecer durante muitos anos na própria garrafa." (MC)
		Vintage (categoria suprema)	Tem origem numa só colheita. Exige um estágio de três anos em madeira, após a qual, e com a prova final se decide se o vinho entra ou não na categoria dos *Vintage*, sendo então engarrafado como tal. "Caso contrário poderá continuar o envelhecimento nos cascos para dar origem a um «*Tawny*»". (MC - p. 125)
Brancas	Em cubas	**Muito doce («lágrima»), Doce, meio seco, seco e extra-seco**	Envelhecido três a cinco anos em cubas. "É normalmente bebido fresco como aperitivo". (CB) Distinguem-se uns dos outros pelo seu grau de doçura, expresso na categoria.

[826] A descrição consta de citações retiradas integralmente quer de (MC) Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., pp. 122-123, quer de (CB) C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 15-17.

Duma forma sintética, podemos classificar os vinhos quanto à cor, assim como também os podemos classificar quanto ao grau de doçura. O Quadro A (Anexo 2.2) permite uma rápida percepção do que acabou de ser dito.

Foto cedida pelo I.V.P.

Do Ruby ao Tawny – a sua evolução cromática

4.3.4. Considerações finais

Fecharíamos, então, este capítulo com as seguintes considerações:

Em Gaia aposta-se, como não podia deixar de ser, na melhoria técnica dos processos de vinificação, aposta-se na qualidade e aposta-se também na substituição da venda do vinho do Porto a granel por garrafas de vinho do Porto, cujas vendas, já em 1970, superaram aquelas – uma das mudanças profundas que releva do dinamismo do sector. Por falar em mudanças, e à laia comparativa, tenhamos presente o *fazer do vinho do Porto* à moda antiga, desde o despejo das uvas no lagar até à adição da aguardente vínica a 77% vol, "neutra, mas de excelente qualidade e proveniente da destilação de vinhos

sãos"[827], cuja produção não tem de ser obrigatoriamente na região, uma vez que a sua origem não interfere com o fazer do Porto. A isto chama-se a técnica da vinificação em lagares, que ainda hoje existe no Douro, mas, devido à carência de braços tem vindo a dar lugar ao uso de um "robô mecânico" que faz o trabalho da pisa da uva no lagar, ou à adopção de outras técnicas alternativas onde a cuba de inox tem vindo a ter destaque,[828] o que mostra bem do progressivo avanço tecnológico em tão curto espaço de tempo nas últimas décadas do século XX. As novas formas de vinificação, resultado de fortes investimentos a nível de investigação tidos como "fonte de inovação e progresso em qualquer região vitivinícola"[829], compatíveis com grandes e modernas instalações em vez das velhas adegas, com as esmagadoras mecânicas em vez dos lagares de granito onde as uvas eram pisadas (método mais comum até anos 60 do século XX), têm vindo a contribuir para alterações significativas no viver do sector, com especial incidência na concentração do processo de vinificação. As adegas cooperativas e as quintas dos exportadores ilustram bem a redistribuição do poder, que a propósito destas mudanças, se têm vindo a processar[830]. Fiquemos, contudo, com a ideia de que apesar das inovações e avanços resultantes de investigações e investimentos a este nível, "vinificar não se faz com receita: é preciso aprender, compreender e saber-fazer. Na vinificação não existe uma só verdade, mas várias, de acordo com os vinhos em causa."[831] Daí, então, que tão importante, ou mais até do que a vertente industrial, é a sensibilidade, o tacto, a inteligência humana, que, com todo o saber-fazer é posta ao serviço desta causa através do gosto próprio e duma reflexão que culminam na escolha do processo[832].

O vinho do Porto já foi o produto principal do conjunto das nossas exportações[833], tendo tido "um papel importante quer na definição de políticas

---

[827] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 126.
[828] Cf. João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., pp. 126-130. Para uma descrição mais pormenorizada ver também as páginas antecedentes, pp. 119-126. Os lagares, enquanto processo tradicional de vinificação são tratados por José Maria Soares Franco, "A vinificação", cit., pp. 141-148. O autor disserta também, e seguidamente, sobre as adegas enquanto modernas tecnologias de vinificação. Porém, todo o seu artigo é um rico esclarecimento sobre estas matérias.
[829] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 50.
[830] Cf. C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 50.
[831] José Maria Soares Franco, "A vinificação", cit., p. 163.
[832] Cf. José Maria Soares Franco, "A vinificação", cit., p. 163.
[833] Vários são os autores e os escritos, produções históricas ou literárias, que referem a importância histórica, económica e social do vinho do Porto, clarificando-a com base nas exportações, entre outros factores. Para além dos já anteriormente referidos sobre este assunto, ver também quase todos os autores que participaram em Gaspar Martins

económicas nacionais quer nas relações diplomáticas, em particular com a Inglaterra"[834], o que revela a sua importância histórico-social e nomeadamente económica e política em contexto português[835]; actualmente, contudo, o mesmo não se poderá afirmar, uma vez que, o vinho do Porto, "já não é, nos dias de hoje em Portugal, o produto principal de exportação; segundo Gaspar Martins Pereira, o seu peso no total das exportações não chega a 2%[836], vindo, inclusivamente a decrescer a sua importância no conjunto global das receitas externas, nomeadamente a partir da Segunda Guerra Mundial (1945)[837]. Contudo, esta drástica diminuição que nos tempos actuais se verifica relativamente à exportação do vinho do Porto, é entendida, por François Guichard, como um factor positivo na economia portuguesa, uma vez que não se deve a situações problemáticas vividas na vinha, de tipo pestes ou pragas, como outrora acontecera, ou à diminuição do interesse por parte dos importadores estrangeiros, mas sim porque Portugal e a sua economia têm vindo a conhecer uma diversificação ao nível das exportações, nomeadamente nos últimos tempos. Segundo o autor, "os mercados nunca compraram tanto, nem nunca foram tão diversificados, o que diminui os efeitos de irregularidades limitadas a um ou outro país cliente"[838]. E continua o autor: "Portugal já não depende apenas do vinho do Porto e o vinho do Porto depende mais de Portugal do que antigamente. Todos ganharam com isso: o país, o produto, a gente que vive do vinho e os que o apreciam."[839] Também Conceição Martins, ao referir-se à importância decrescente do peso da exportação do vinho do Porto no conjunto das exportações alude a causas de industrialização e de diversificação ao nível da produção[840].

Pereira (coord.), *Autour du Porto*, cit., como é o caso de: François Guichard, "Porto: um vinho, uma cidade"; António Barreto, "Douro: Rio, terra e gentes"; F. B. Aguiar, "Douro: Um vinhedo histórico, um vinho universal"; Fernando Peixoto, "Do Douro para o mundo". Uma vez que o nosso trabalho não está centralizado neste campo específico, reconhecendo-lhe, embora, o seu papel significativo no contexto português, faz sentido não o desenvolver mais. Contudo, na própria produção histórica, proliferam estudos e documentos a este nível, para além dos aqui referidos. As limitações do espaço por um lado e a proficuidade de produções por outro, impedem-nos de esgotar o assunto, ficando mesmo muito aquém.

[834] Gaspar Martins Pereira, "Apresentação", in Gaspar Martins Pereira (coord.), *Autour du Porto*, cit., pp. 16-17.

[835] Veja-se, o que a propósito, escreve Guichard: "para lá do campo da economia, uma tal primazia do vinho do Porto nos interesses nacionais teve também efeitos consideráveis na diplomacia, na política e na sociedade." Pode-se fazer referência, a este propósito, ao papel determinante que o sector do vinho do Porto teve "na história do Portugal dos séculos XVIII e XIX (...)". Cf. François Guichard, "Porto: um vinho, uma cidade", cit., p. 30. A ligação do vinho do Porto à política e à economia, nacionais e internacionais é, por conseguinte, um dado adquirido e constatado pelos que se debruçam e estudam estas matérias. Veja-se também, por exemplo, António Barreto, Prefácio, cit., p. 18.

[836] Cf. Gaspar Martins Pereira, "Apresentação", cit., p. 19; António Barreto, Prefácio, cit., p. 9.

[837] Teresa da Silva Lopes, *Internacionalização e concentração no Vinho do Porto,* cit., p. 20. Note-se que a sua análise tem como data limite, na actualidade, o ano de 1995.

[838] François Guichard, "Porto: um vinho, uma cidade", cit., p. 29. Teresa Lopes, encaminha a sua análise, perante esta constatação, precisamente neste mesmo sentido. Cf. Teresa da Silva Lopes, *Internacionalização e concentração no Vinho do Porto,* cit., pp. 20-23.

[839] *Idem*, p. 30.

[840] Cf. Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 28.

Tudo isto mostra bem o papel central que o vinho e o vinho do Porto vieram a adquirir ao longo dos últimos séculos, mantendo-se ainda hoje como sectores conhecidos e reconhecidos como fundamentais, não só a nível nacional, mas na história social duma região (Douro) e de duas cidades: a que lhe deu o nome (Porto) e a que lhe serve de entreposto (Vila Nova de Gaia). Tratam-se de espaços que se complementam entre si e que constituem a coluna vertical do mundo do vinho do Porto. No registo de Gaspar Martins Pereira, espaços ainda hoje inerentes ao "mundo do vinho do Porto: a sua região de origem, o Alto Douro; o Entreposto de Vila Nova de Gaia, onde envelhece a maior parte dos vinhos destinados à comercialização; a cidade do Porto que deu o nome ao vinho e que se desenvolveu com o seu comércio; o rio Douro que deu o nome à região produtora e a ligou à cidade do Porto e aos armazéns de Gaia; e, claro, o vinho do Porto, um vinho universal que enfileira na galeria dos melhores vinhos generosos do mundo (...)"[841].

O seu reconhecimento, estende-se hoje a nível mundial; a provar, está ainda o facto de o Alto Douro Vinhateiro ter visto a sua candidatura[842] a Património da Humanidade ser aprovada, na qualidade de Paisagem Cultural, a 14 de Dezembro de 2001 pelo Centro do Património Mundial[843]. Torna-se assim reconhecido mundialmente o seu valor único, em torno da vinha e do vinho, dado o seu cenário físico, morfológico, que sendo naturalmente adverso, foi vencido por esforço humano persistente, tendo deixado "sinais, traços de um continuado esforço para o apuramento de um produto também único que pela sua qualidade deu prestígio e é uma das marcas simbólicas de Portugal – o

[841] Gaspar Martins Pereira, "Apresentação", cit., p. 11.

[842] Na sequência da visita do Presidente do Centro do Património Mundial à região Duriense em 1993, promovida conjuntamente pela Associação Comercial do Porto, Associação de Municípios de Trás-os-Montes e Alto Douro, da Confraria do Vinho do Porto e do Instituto do Vinho do Porto, foi promovida, em 1999, a Candidatura do Alto Douro Vinhateiro a Património Mundial da UNESCO, pela Fundação Rei Afonso Henriques (FRAH), tendo sido esta aprovada no dia 14 de Dezembro de 2001 pelo Centro do Património Mundial. Cf. F. B. Aguiar, "O Alto Douro Vinhateiro é Património Mundial da UNESCO!", *O Tripeiro*, Ano XXI, nº 3, Março de 2002, p. 68. Na preparação da candidatura, fundamentava-se que o Alto Douro Vinhateiro "«constitui uma gigantesca" obra conjugada da natureza e do Homem"», em que «só a obtenção de um produto natural único, de qualidade excepcional e elevado retorno económico como o Vinho do Porto, alguma vez justificaria o esforço sobre-humano que, sensorialmente, se traduz nesta obra-prima colectiva, um "macro-jardim" de autor anónimo».» In João Carvalho, "O Alto Douro Vinhateiro. Uma obra-prima colectiva a caminho da UNESCO", in *O Tripeiro*, Ano 18, nº 9, Setembro 1999, 263. Mais: "«O Alto douro Vinhateiro, enquanto paisagem cultural dominada pela produção vitícola, é também uma "paisagem histórica" (...)»", assinalando-se ainda que "«a Região Demarcada do Douro constitui a primeira demarcação no mundo de uma zona de denominação de origem controlada, no sentido contemporâneo do termo», a qual data do período pombalino." *Idem*, p. 266.

[843] Braga da Cruz, "Alto Douro Vinhateiro Património da Humanidade", in *O Tripeiro,* Ano XXI, nº 3, Março de 2002, p.67 e F. B. Aguiar, "O Alto Douro Vinhateiro é Património Mundial da UNESCO!", *O Tripeiro*, Ano XXI, nº 3, Março de 2002, p. 68.

Vinho do Porto."[844] É esse saber secular acumulado ao longo das gerações, advindo de trabalho árduo, "saberes e arte" que fazem do *Porto* um "património cultural colectivo".[845] Por conseguinte, a Região Demarcada do Douro – o Alto Douro Vinhateiro - não é apenas um espaço geográfico onde, graças a propriedades específicas e encontros felizes, se produzem vinhos de elevada qualidade. É também, e hoje mais do que nunca, um espaço cultural, com uma forte tradição histórica relativa à vinha e ao vinho, à "genuinidade e qualidade do seu produto" com efeitos estruturantes face ao viver das populações locais[846].

"A região do Douro é hoje, por isso, uma denominação de origem histórica, que integra um património valioso, a começar pela qualidade, tipicidade e diversidade dos vinhos que produz e pela enorme variedade de castas."[847] Assim, o vinho do Porto e a sua região, para além do seu inquestionável valor económico congrega em si componentes histórica, cultural e política.[848]

A integração do sector no quadro legal torna inequívoco não só o seu contributo, mas também o seu "peso significativo na economia nacional", uma vez que, passando "a ser alvo de legislação específica (...) traduz as preocupações do Estado relativamente ao seu controlo."[849]

Pela pluridimensionalidade do vinho do Porto, por extravasar as respectivas regiões onde é gerado, onde nasce, onde cresce e envelhece, no registo de François Guichard, o vinho do Porto faz parte integrante do país; veja-se que "(...) é sobre o país em geral que recai o prestígio do vinho do Porto e para o qual joga a sua força emblemática: quem não sabe que «Portugal, é o país do vinho do Porto»?"[850] A corroborar este facto, está,

---

[844] Braga da Cruz, "Alto Douro Vinhateiro Património da Humanidade", cit., p. 67. Sobre a denominação *Vinho do Porto,* mundialmente conhecida, ver J. A. Gonçalves Guimarães e Susana Guimarães, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto,* cit., pp. 173-174.

[845] Gaspar Martins Pereira, "Origem e evolução de um grande vinho", cit., p. 31.

[846] Cf. J. F. A. e Gaspar Martins Pereira, "O Alto Douro e o vinho do Porto", in *O Tripeiro,* Ano 16, nº 11/12, Nov/Dez 1997, p. 352.

[847] *Idem,* p. 352.

[848] Cf. *Idem,* p. 355. Ver também Fernando de Sousa e Gaspar Martins Pereira, *Alto Douro,* cit., p. 12.

[849] Ana Padrão Temudo, (Coord.), *O Vinho do Porto na Margem Certa – Mostra Documental,* Vila Nova de Gaia, Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2000, p. 13. Entre as páginas 39-81 a autora apresenta cronologicamente o quadro legar referente ao vinho: legislação Pombalina (1755-1776), legislação Pós-pombalina (1777-1783), legislação de João Franco (1907-1932), legislação pós João Franco, legislação corporativa (1932-1973), legislação entre 1975-1997, legislação após 1-1-1998 e Regulamentação Interna do Instituto do Vinho do Porto, bem como uma cronologia do vinho do Porto desde o século XX A. C. até 1998.

[850] François Guichard, "Porto: um vinho, uma cidade", cit., p. 41.

segundo o autor, o *slogan* "Portugal, país do vinho do Porto", que utilizado recorrentemente ao longo do século XX, evidencia "uma constatação económica, apesar de traduzir uma realidade hoje ultrapassada"[851], pelo que acima já foi exposto. Neste sentido, continua ainda o autor: "(...) o vinho do Porto é simultaneamente a chave do passado e o vector de futuro da cidade do Porto."[852] Aqui o vinho do Porto promoveu trabalho e investimento; aqui foi gerada riqueza, através e pelo vinho do Porto. Mas é aqui também e hoje que, graças ao desenvolvimento de outros sectores económicos paralelos quer a nível industrial quer a nível de comércio e serviços, o sector do vinho do Porto constitui apenas uma componente minoritária no que concerne à promoção de trabalho, e mesmo à criação de valor produzido. Pese embora este facto, "esta actividade continua, contudo, a ser, de longe, a mais simbólica e a mais célebre da metrópole do Norte de Portugal, aquela que lhe confere a imagem de marca mais eficaz."[853] É neste sentido que Gaspar Martins Pereira se encaminha ao afirmar que "o vinho do Porto e a cidade que lhe deu o nome criaram uma cumplicidade funda que ultrapassa muito os interesses económicos do negócio,"[854] cumplicidade essa que se fundou e estreitou numa relação específica entre ambos: graças à sua posição ribeirinha, a cidade pode facilmente escoar os vinhos do Douro através do seu rio, tendo sido simultaneamente um "«porto» de chegada da navegação fluvial" e um "«porto» de saída para a navegação marítima".[855]

Como escreve Fernando Peixoto, "hoje tudo é diferente. O vinho, sem dúvida melhor que o de antigamente, continua a viajar para o estrangeiro, mas já não sai pela barra do rio. Mais tranquilo, viaja em compridos camiões TIR para a Europa, ou embarca em Leixões, rumo à Grã-Bretanha, à América, rumo a países tantos e tão longínquos..."[856], uma vez que o vinho do Porto já não se circunscreve maioritariamente ao mercado britânico. A exclusividade inglesa deixou de ser uma realidade nos dias que correm, encontrando-se actualmente

---

[851] *Idem,* p. 29.
[852] *Idem,* p. 40
[853] *Idem,* p. 40
[854] Gaspar Martins Pereira, "Apresentação", cit., p. 19.
[855] J. F. A. e Gaspar Martins Pereira, "O Alto Douro e o vinho do Porto", in *O Tripeiro,* Ano 16, nº 11/12, Nov/Dez 1997, p. 353
[856] Fernando Peixoto, "Do Douro para o mundo", in Gaspar Martins Pereira (coord.), *Autour du Porto,* cit., p.95.

à cabeça dos importadores a França, Bélgica e Holanda[857], destacando-se, de entre estes, a França[858]. Em 1995 Portugal apresenta-se como o terceiro mercado no que respeita ao consumo do vinho do Porto[859]. Portugal, aparece em 1996 em quarto lugar[860] no que respeita ao consumo do vinho do Porto, o que mostra bem alterações que, paulatinamente vão surgindo nos hábitos dos portugueses, e que se reflectem no próprio destino do vinho do Porto, desta monta, dirigido ao próprio mercado interno, actualmente em expansão[861].

A construção do porto de mar de Leixões, a utilização de novos meios de transporte, como comboio ou camião-cisterna – resultantes de investimentos tecnológicos – tiveram como consequência o desaparecimento gradual da "actividade ribeirinha de embarque e desembarque de vinhos"[862] ficando os barcos rabelos – anteriormente destinados ao seu transporte pelo Douro – destinados a festivais ribeirinhos, a cruzeiros turísticos ou a adornar bilhetes postais[863]. "O movimento fluvial começou a decair em 1879, data em que «o monstro de ferro» chegou a terras do Alto Douro."[864] As suas últimas viagens foram efectuadas na década de sessenta (1960-69) e, gradualmente, as pipas foram sendo substituídas por cisternas.[865]

---

[857] Cf. Gaspar Martins Pereira, "Apresentação", in Gaspar Martins Pereira (coord.), *Autour du Porto*, cit., pp. 17-18. Também Carlos Brito alude a esta diversificação de mercados de destino, apresentando ainda um perfil sucinto de cada um destes mercados a nível de preferências vínicas. Cf. C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., pp. 53-55.

[858] Cf. Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., p. 59. Sobre a perda da Inglaterra enquanto maior importador em favor da França, ver ainda Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 84; João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, Lisboa, Dom Quixote, 2000, p. 76.

[859] LOPES, Teresa da Silva, *Internacionalização e concentração no Vinho do Porto,* cit., p. 26.

[860] C. Melo Brito, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, cit., p. 54.

[861] Para esclarecimentos mais detalhados e nomeadamente sobre principais mercados de destino e seu comportamento face à comercialização ver Teresa da Silva Lopes, *Internacionalização e concentração no Vinho do Porto,* cit., pp. 29-32 e 141-142.

[862] Gaspar Martins Pereira, "Apresentação", cit., p. 17. Jorge Alves explicita "o esforço hercúleo no carregar e descarregar do rabelo" que dinamiza margem e rio movimentando-se tonéis de vinho do Porto margem acima e margem abaixo, acto contínuo de carga e descarga; o rio adquire novo colorido com essas embarcações típicas que sobressaem na paisagem fluvial. Cf. Jorge Fernandes Alves e José Lima Torres, *Douro e Leixões. A Vida Portuária sob o Signo dos Bilhetes Postais,* Porto, Asa, 2002, p. 16. Para mais referências ao *Rabelo* e ao "intenso tráfego fluvial dos vinhos durienses" ver Gaspar Martins Pereira e Amândio Morais Barros, *Memória do Rio*, cit., pp. 58-59; e sobre "várias centenas de embarcações [que em geral] andariam pelo Douro", destacando-se de entre estes os rabelos, ver as pp. 115-131 da mesma obra. E sobre categorias hierárquicas dos *rabeleiros* (itálico nosso), bem como uma espécie de perfil social e religioso dos mesmos, ver A. L. Pinto da Costa, *Alto Douro Terra de Vinho e de Gente*, cit., pp. 321-326.

[863] Cf. Fernando Peixoto, (1997) – "Do Douro para o mundo", cit., p. 95. Sobre barcos rabelos, o seu *andar*, o seu *viver*, ver Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, *Memória de Pedra*, p. 70.

[864] A. L. Pinto da Costa, *Alto Douro Terra de Vinho e de Gente*, cit., p. 326. Segundo o autor, a expressão «monstro de ferro» foi usada por Alves Redol, em *Porto Manso*, 3ª ed., Mem Martins, Europa América, 1979.

[865] Conceição Martins, *Memória do Vinho do Porto*, cit., 419. Sobre a mudança de transporte do Douro ao Porto – rabelos, comboios, camiões cisterna – ver também Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, p. 84 e MARTINS, João Paulo, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, pp. 77, 133-135; Claude Médale e Gaspar Martins Pereira, *Memória de Pedra*, cit., p. 67.

As mudanças atingem também um bom número das companhias inglesas, que nos dias de hoje, deixaram de existir; ou fecharam as suas portas ou foram absorvidas por firmas internacionais ligadas ao sector de bebidas. Mesmo assim, "subsiste ainda uma réstia da velha tradição inglesa alicerçada em estruturas familiares que reproduzem, geração após geração, o modelo britânico de estar no mundo."[866] Note-se que actualmente os exportadores estão concentrados em 27 grupos cujos "interesses são representados pela Associação dos Exportadores de Vinho do Porto"[867]; para confronto salientamos que em 1954 estavam registadas no IVP 81 empresas[868].

> *"Indiferentes a tudo isto, os camponeses continuam sob o sol escaldante das encostas do vale do Douro, submissos ao amor pelas suas videiras e pelo seu vinho, verticais, porém, no seu orgulho ancestral de quem sabe estar a produzir o melhor vinho do mundo."*[869]

> *"O homem do Douro traz a vinha nos olhos e na alma. Na frasqueira colecciona vinhos com a idade dos filhos, cronologias exactas de recordações e sentimentos, pedaços de si. De uma vindima à outra não sossega. Sobe e desce mil vezes os serros cascalhentos de xisto e pó, para tratar das videiras. É um nunca acabar de canseiras que o duriense vive ao ritmo do ciclo da vinha que marca a memória dos dias. Sente a ansiedade do nascimento ou do desabrolhar da vinha como se de um filho se tratasse. Implora com a mesma intensidade aos santos da sua devoção pela força das vinhas, pela saúde dos seus. Chora a morte das videiras como se chora um ente querido, com a saudade dos anos em que a viu nascer, crescer, frutificar. Teimoso como é, planta outras..."*[870]

---

[866] João Paulo Martins, *Tudo sobre o Vinho do Porto*, cit., p. 81.
[867] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 131.
[868] Manuel Carvalho, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, cit., p. 129.
[869] Fernando Peixoto, (1997) – "Do Douro para o mundo", cit., p. 95.
[870] Gaspar Martins Pereira, *O Douro e o Vinho do Porto.* cit., p. 9.

Capítulo 5

Usos e práticas em torno do vinho

"A primeira coisa que o arpoador, com dezanove anos, e o marinheiro, com dezassete, fizeram para mostrar que eram homens foi comportar-se como homens. O arpoador sugeriu a eminente conveniência de uma bebida, e Scotty procurou nos bolsos moedas e níqueis. Depois o arpoador pegou numa garrafa cor-de-rosa para a enchermos numa taberna qualquer (...). Bebemos vários copos da zurrapa barata. Seria eu menos forte, menos valente, que o arpoador e o marinheiro? Eles eram homens. Provavam-no pela maneira como bebiam. A bebida era a insígnia da virilidade. Por isso bebi com eles, copo atrás de copo, de um só golo, embora a maldita mistela não se pudesse comparar com uma barra de caramelo de mascar ou uma deliciosa «bala de canhão». Arrepiando-me, emborquei todas as rodadas, embora escondesse masculamente todos os sintomas."

Jack London, *Memórias de um Alcoólico*

5.1. Para uma abordagem histórico-sociológica aos consumos alimentares com repercussões nos consumos vínicos

Abordar consumos vínicos exige, face a um enquadramento mais vasto, uma aproximação, ainda que breve, aos consumos alimentares. Como anteriormente já referimos, os vinhos e os seus consumos inscrevem-se no campo mais vasto das práticas alimentares, repercutindo-se estas naqueles. É então, neste contexto alargado, que se situam os estudos, por parte das ciências sociais, sobre consumos alimentares, que, em termos históricos, não são recentes. Situando-nos no século XIX, destaca-se, desde logo, a abordagem antropológica da comida bem como a investigação em torno do tabu, do totemismo, do sacrifício e da comunhão; isto é, o consumo alimentar é aflorado, especialmente, do ponto de vista religioso[871].

Ora, o enquadramento religioso do consumo alimentar é realçado por Jack Goody quando alude à "refeição do sacrifício", que, enquanto acto social, se associa "ao acto de comer e beber"[872]. Desta feita, e seguindo de perto este autor, "segundo as ideias antigas, aqueles que comem e bebem juntos estão, por isso mesmo, ligados uns aos outros por um laço de amizade e obrigação mútua"[873]. Assim, nas palavras de Jack Goody "o acto de comer e beber em conjunto é a solene e declarada expressão do facto de todos aqueles que partilham a refeição serem irmãos e de todas as obrigações de amizade e de irmandade serem implicitamente reconhecidas no acto comum. Ao aceitar o homem à sua mesa, o deus aceita a sua amizade; (...) ele é recebido como um membro da comunidade para comer e beber junto com os seus companheiros, e na mesma medida em que cimenta o laço entre ele e o seu deus, o acto de veneração cimenta também o laço entre eles e os seus irmãos na fé comum"[874].

Ressalta daqui a ideia da comensalidade, considerada como o maior promotor da solidariedade na comunidade. Teixeira Fernandes observa isso mesmo ao considerar a mesa como um meio para a permuta social, na medida

---

[871] Cf. Jack Goody, *Cozinha, Culinária e Classes*, Oeiras, Celta Editora, 1998, p. 11.
[872] Jack Goody, *Cozinha, Culinária e Classes*, Oeiras, Celta Editora, 1998, p. 13.
[873] Jack Goody, *Cozinha, Culinária e Classes*, Oeiras, Celta Editora, 1998, p. 13.
[874] Jack Goody, *Cozinha, Culinária e Classes*, cit., p. 13.

em que a aproximação entre os comensais é susceptível de aprofundar relacionamentos. O autor refere-se mesmo às práticas de comensalidade enquanto "campo de particular expressão de ritualização", revestindo-se de inúmeras outras dimensões simbólicas, as quais não se desprenderão, decerto, das diferenças sociais e existenciais em que ocorrem[875]. Até porque, os hábitos alimentares, condicionados pelas existências sociais, relacionam-se com as concepções de vida forjadas socialmente. Assim, *partilhar a mesa com* apresenta-se como um acto social coberto de simbolismos e, por conseguinte, "carregado de múltiplas significações"[876].

Vale a pena referir, em termos de evolução analítica, o contributo prestado por Claude Lévi-Strauss, na medida em que promove o desenvolvimento de uma abordagem centrada nas relações de identidade entre as atitudes inconscientes dos indivíduos e a estrutura social de um grupo particular. Neste sentido, Lévi-Strauss vê na preparação da comida, um elemento básico da humanidade, orientando a atenção para o papel do fogo na transmutação da alimentação em cru para a alimentação cozida, como factor de separação entre natureza e cultura. Ou seja, este autor, de perfil marcadamente estruturalista, sustenta que, tal como a linguagem, sendo o acto de cozinhar comum a todas as sociedades humanas, incide, essencialmente, numa transformação cultural do cru[877]. O papel que o fogo desempenha na preparação e transformação da comida, e que tanta importância lhe confere Lévi-Strauss, é realçado por Jack Goody, enquanto "processo que, em seu entender, assinala a emergência da humanidade -, (...) [e] que separa "natureza" e "cultura"(...)"[878], concedendo particularidades às sociedades, no âmbito alimentar.

Referenciando-nos em Lévi-Strauss e nas ilações culturais por ele extraídas a propósito da preparação da comida, pode-se questionar até que ponto a cozinha de uma qualquer sociedade não é uma linguagem que traduz

---

[875] Cf. António Teixeira Fernandes, Ritualização da comensalidade", *in Sociologia*, nº 7, Porto, Faculdade de Letras, 1997, p. 7. António Teixeira Fernandes, *Para uma Sociologia da Cultura*, Porto, Campo das Letras, 1999, p. 255.
[876] António Teixeira Fernandes, Ritualização da comensalidade", *in Sociologia*, nº 7, Porto, Faculdade de Letras, 1997, p. 12-13.
[877] Claude Lévi-Strauss, *Le Cru et le Cuit*, Paris, Plon, 1964, pp.9 e 43-73. Ver também a abordagem deste assunto em Jack Goody, *Cozinha, Culinária e Classes*, cit., p. 19.
[878] Jack Goody, *Cozinha, Culinária e Classes*, cit., p. 19.

inconscientemente a sua estrutura[879]. Assim, tal como as sociedades se diferenciam umas das outras, também a globalidade das suas práticas alimentares diferirão entre umas e outras; tal como acontece, em cada sociedade entre umas classes ou fracções e outras.

Perante uma abordagem científica à alimentação e à comida somos levados a centrarmo-nos, também, na análise culturalista sobre as relações entre alimentos/cozinha e estrutura societal, salientando-se, aqui, a análise que Mary Douglas efectua à refeição. Para esta autora a comida é ponderada como um "código" e a "mensagem que a comida codifica será encontrada no padrão de relações sociais manifestado", ou seja, a comida traduz a simbólica da relação social; neste sentido, há "uma correspondência entre determinada estrutura e a estrutura dos símbolos através da qual se representa"[880]. Por isso, qualquer refeição "transporta algo do significado das outras refeições. Cada refeição é um evento social estruturado que estrutura outros à sua própria imagem"[881]; não se tratando de uma mera repetição e reforço, a refeição deverá ser entendida, sobretudo, como reacção às diferentes situações em que ocorre.

Chegados a este ponto, podemos, pelas abordagens científicas à comida, aos seus consumos e consequentes inter-relações com a estrutura societal, percepcionar que a identidade e a diferenciação de um grupo é revelada no acto de comer, em conjunto ou separadamente, bem como no conteúdo daquilo que é comido por diferentes colectividades, subculturas e estratos sociais que se diferenciam pelos seus estilos de vida - refira-se o cenário das festas, dos jejuns, das proibições e preferências, das maneiras de estar à mesa, dos modos de servir e do próprio serviço em si. Ou seja, a importância do quadro alimentar enquanto estruturador de diferenças sociais é um facto. Ao quadro alimentar atribuímos uma significação ampla, inerente à presença complexa e articulada de *o que* se come, *onde*, *quando*, *com quem* e *como*[882].

---

[879] Ideias presentes e defendidas nos trabalhos do autor. Ver, por exemplo, Claude Lévi-Strauss, *Le Cru et le Cuit*, Paris, Plon, 1964, e Claude Lévi-Strauss, *L'Origine des Manières de Table*, Paris, Plon, 1968.

[880] Mary Douglas, "Deciphering a meal", in Geertz, Clifford (org.), *Myth, Symbol and Culture*, Nova Iorque, Sage, 1971, p. 66.

[881] Mary Douglas, "Deciphering a meal", in Geertz, Clifford (org.), *Myth, Symbol and Culture*, cit., p. 69.

[882] Cf. Dulce Magalhães, "Diferenciações Sociais entre Práticas Alimentares", Relatório de uma aula prática de Sociologia

Por conseguinte, o quadro alimentar encontra-se, pelo menos potencialmente, imbuído de códigos e de ritos, sendo os cerimoniais aí presentes "frequentemente utilizados como manifestações de diferenciações sociais"[883]. Note-se que ao "longo da história", refere Teixeira Fernandes, "os hábitos da refeição aparecem como um indicador significativo de diferenciações sociais"[884].

Assim, é por via destas análises que sustentamos a hipótese de que os contextos vivenciais influenciam de forma determinante os hábitos alimentares de uma população[885], dos quais o consumo vínico fará, ou não, parte integrante. Igualmente, podemos entender o vasto campo da alimentação como uma espécie de memória, na medida em que permite a inserção da sociedade numa história, num colectivo. E essa história assentará em alicerces específicos que, enquanto bens integrantes dos patamares alimentícios, definirão a configuração do próprio quotidiano onde emerge o seu consumo. O vinho e o pão são apenas dois exemplos possíveis, como o é, também, o açúcar. Neste contexto, e a propósito deste último produto, Jean Claudian e Yvonne Serville consideram que "o açúcar não é somente um alimento (...); é, se quisermos, uma «atitude»; está ligado aos «protocolos» que não são somente alimentares; adoçar um condimento, beber uma coca-cola à mesa, estes factos permanecem, apesar de tudo, intrínsecos à alimentação, mas recorrer de uma forma regular aos «dairy bars», onde à falta de álcool coincide uma superabundância de bebidas açucaradas, não é somente consumir açúcar, é também através do açúcar, viver o quotidiano, o repouso, a viagem..."[886]. Como se pode observar, a presença de toda uma simbólica, assente em significados e sentidos socialmente construídos a propósito de produtos alimentares, é um facto, ao qual o vinho, decerto, não escapa.

---

da Estratificação e das Classes Sociais, Provas de Aptidão Pedagógica, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 1994, p. 12 e nota 9.

[883] António Teixeira Fernandes, Ritualização da comensalidade", *in Sociologia*, nº 7, Porto, Faculdade de Letras, 1997, p. 12.

[884] António Teixeira Fernandes, Ritualização da comensalidade", *in Sociologia*, nº 7, Porto, Faculdade de Letras, 1997, p. 12.

[885] Cf. Dulce Magalhães, "Diferenciações Sociais entre Práticas Alimentares", Relatório de uma aula prática de Sociologia da Estratificação e das Classes Sociais, Provas de Aptidão Pedagógica, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 1994, pp. 10-11.

[886] Jean Claudian e Yvonne Serville, "Aspects de l'evolution récente du comportement alimentaire en France: composition des repas et «urbanisation»", in Hémardinquer, Jean-Jacques. (org.), *Pour une Histoire de l'Alimentation*, Paris, Cahiers des Annales 28, Librairie Armand Colin, 1970, p. 307.

Do ponto de vista das ciências sociais e humanas começa, então, a sedimentar-se o eixo de análise que pondera a relação entre a alimentação, os seus usos e consumos e o lugar ocupado na estrutura social pelos indivíduos. Recorrendo a factos conhecidos referentes a um passado remoto e situados numa abordagem histórica, pode-se sustentar que nos séculos XIV e XV "quanto mais baixa é a posição social de uma pessoa, mais elevada é a percentagem do seu rendimento consagrada à compra de pão". Paralelamente, nos dias que correm, esta situação amplia-se a toda a parcela orçamental destinada ao consumo alimentar. A similitude processa-se, igualmente, face ao parcelamento do orçamento, sendo este percentualmente mais destinado à alimentação, quanto mais baixo for o rendimento familiar. Até porque, constituindo a alimentação uma necessidade básica, há, primeiramente, que a garantir. À medida que o rendimento familiar vai aumentando, vão sendo possíveis outros destinos orçamentais, mormente para bens de luxo, inclusivamente. Aqui, salienta-se a pertinente destrinça que Pierre Bourdieu efectua entre o gosto de necessidade e o gosto de luxo[887], que vem a propósito, e respectivamente, de bens de primeira necessidade e de bens de luxo, assunto, que de resto, e de alguma forma, já fomos dando conta no primeiro capítulo. Se o gosto de necessidade exprime o seu próprio ajustamento às necessidades de que resulta, o gosto de luxo será, na perspectiva de Pierre Bourdieu, característico de indivíduos que são o resultado "de condições materiais de existência definidos pela distância à necessidade, pelas liberdades ou (...) as facilidades que asseguram a posse de um capital"[888].

É também numa perspectiva histórica que Alen J. Grieco sustenta que "numa sociedade que fazia questão de sublinhar as distinções sociais por todos os meios, o tipo de alimentação permitia estabelecer uma segregação não só entre as diferentes classes mas também entre as culturas rural e urbana" [889]. Importa realçar que os diversos estudos sobre práticas alimentares que, nos

[887] Cf. Pierre Bourdieu, *La Distinction*, Paris, Editions de Minuit, 1979, p. 198. Ver também Claude Grignon et Christiane Grignon, « Pratiques alimenataires et classes sociales », in *Enciclopedia Universalis*, 1983, p. 376.
[888] Pierre Bourdieu, *La Distinction*, Paris, Editions de Minuit, 1979, p. 198.
[889] Allen J. Grieco, "Alimentação e classes sociais no fim da Idade Média e no Renascimento", in Jean-Louis Flandrin e Massimo Montanari (dir.), *História da Alimentação*, Lisboa, Terramar, 2001, p. 84.

dias de hoje, invadem os corredores da Ciência Social, se estabelecem, justamente, nestes pilares alicerçados nas diferenciações sociais, algumas das quais, transmutadas mesmo em distinções sociais[890]. Estudos de cariz geográfica, reforçam e enriquecem este tipo de abordagem, ao consideram que a comida é parte importante na reconstrução dos estilos de vida em diferentes contextos territoriais, posição defendida, por exemplo, por David Bell e Gill Valentine[891].

Jack Goody na sua análise às "culturas culinárias das principais sociedades da Europa e da Ásia" defende, dando-lhe relevo, a associação entre as diferentes práticas alimentares e as diferenciações sociais que recobrem a estrutura social, estendendo-se esta associação às esferas pública e privada, já que a alimentação no privado é susceptível de se diferenciar da alimentação na esfera pública[892]. O que aqui está presente, e de forma reforçada, é que a associação entre o "homem hierárquico" e a "cozinha hierárquica" é um facto para este autor, atravessando, no tempo, espaços geográficos. Subjaz aqui a realidade da diferenciação expressa na correlação classes sociais e especificidade alimentar, expressa logo à partida no próprio alimento em si[893].

---

[890] Situam-se nestes patamares não apenas os trabalhos de Pierre Bourdieu sobre práticas alimentares, de que já fomos dando conta, mas também os trabalhos de Claude e Christianne Grignon. Sobre estes últimos, ver, por exemplo, Claude Grignon et Christiane Grignon, « Pratiques alimentaires et classes sociales », in *Enciclopedia Universalis*, 1983, pp. 376-381 ; Claude Grignon et Christiane Grignon, « Les enquêtes sur la consommation et la sociologie des goûts », in *Revue Economique*, nº 1, 1988, pp. 15-31 ; Claude Grignon et Christiane Grignon, « Styles d'alimentation et goûts populaires », in *Revue Française de Sociologie*, XXI, 1980, pp. 531-569.

[891] Cf. David Bell e Gill Valentine, *Consuming Geographies – we are where we eat*, Londres, Routledge, 1997, pp. 1-20.

[892] Cf. Jack Goody, *Cozinha, Culinária e Classes*, cit., p. 133. Note-se que o autor se refere mais precisamente a espaços "mais ou menos em público". Neste nosso trabalho, distinguimos a clivagem entre espaço público e espaço semi-público, entendendo-os, respectivamente, como espaço de livre acesso a todo e qualquer agente social, como será o caso exemplificativo da rua e espaço restrito e com possibilidade de limitação ao acesso de determinados agentes sociais; aqui inscreve-se por excelência o exemplo das tabernas, cafés e restaurantes. Num contexto similar, José Madureira Pinto procede também uma clivagem entre espaço público e espaço reservado. Cf. José Madureira Pinto, "Uma reflexão sobre políticas culturais", in *Dinâmicas Culturais, Cidadania e Desenvolvimento Local*, Actas de Encontro de Vila do Conde, Lisboa, Associação Portuguesa de Sociologia, 1994, pp. 767-792., p. 768-769.

[893] A este propósito, observa o autor que "a forma extrema desta diferenciação encontra-se na atribuição de alimentos específicos a determinados cargos ou a determinadas classes, como os cisnes à realeza em Inglaterra, o vinho de mel à nobreza na Etiópia. Mas havia formas mais complexas e mais subtis de diferenciação, e para tentar distinguir algumas características principais da cozinha hierárquica devemos voltar-nos, em primeiro lugar, para o antigo Médio Oriente, o "berço da civilização" da Idade do Bronze, onde o advento da escrita juntamente com o grau elaborado das suas formas gráficas e esculturais nos permitem distinguir os contornos de uma cozinha muito diferente, nas suas implicações sociais, da que existia em África". Jack Goody, *Cozinha, Culinária e Classes*, cit., p. 105. Ideia similar é avançada por Teixeira Fernandes; vd. António Teixeira Fernandes, Ritualização da comensalidade", *in Sociologia*, nº 7, Porto, Faculdade de Letras, 1997, pp. 17.18.

Tudo isto leva Jack Goody a considerar que "na maior parte das culturas, existe um conjunto de relações íntimas e extensas entre a comida, por um lado, e crenças cosmológicas e ideológicas por outro"[894].

Da análise deste autor ressalta ainda um outro dado importante tendo em linha de conta o horizonte analítico da pesquisa que aqui desenvolvemos. Trata-se de diferenciações sociais inerentes ao campo da bebida que, segundo o autor, são mais acutilantes ainda do que no campo da comida, sendo porventura aquele em que as clivagens sociais se tornam mais notórias. Tal como refere este autor, "é a bebida, mais do que a comida, que reflecte a influência externa das sociedades industriais e o crescimento interno da diferenciação". Indo mais longe, e esmiuçando uma lógica interpretativa, considera que "a cerveja engarrafada conquistou o mercado de elite, embora exista um escalão superior que prefere o *whisky* e o conhaque; por outro lado, grande parte da população rural, fora das áreas muçulmanas, continua fiel à cerveja local. Por outras palavras, a progressão bebidas locais/cerveja engarrafada/bebidas alcoólicas caracteriza a hierarquia trabalhadores locais/ elite inferior/ elite superior, conquanto estes últimos bebiam sobretudo cerveja, embora as bebidas alcoólicas fabricadas localmente (*akpetashi*) se estejam a espalhar por todos os distritos do país"[895].

Não obstante a generalização da produção e do consumo de vinhos, o campo vínico no quadro das diferenciações sociais não pode ser descurado, pelo que admitimos que, o ponto que mais interessará sublinhar neste contexto é, certamente, o das diferenciações sociais baseadas ou extrapoladas da bebida. Assim, Jean-Louis Flandrin sustenta que os dietistas antigos distinguiam diferentes tipos de vinho adaptados a diferentes condições sociais, adiantando que "até ao século XVIII, o antagonismo ente vinho branco e vinho escuro era idêntico ao que existia entre pão branco e pão escuro. Enquanto «as pessoas de descanso», que constituíam as elites sociais, tinham necessidade de vinhos delicados, brancos ou claretes, os trabalhadores manuais exigiam vinhos

[894] Jack Goody, *Cozinha, Culinária e Classes*, cit., p. 127.
[895] Jack Goody, *Cozinha, Culinária e Classes*, cit., p. 188. O autor, ao proceder aos seus estudos em diversas culturas, vai tomando exemplos extraídos de países diversos. Este caso específico situa-se no Norte do Gana, em meados do século XIX.

alimentícios, tintos ou escuros"[896]. O uso da cerveja também era matizado socialmente, pois, "nas regiões da Europa Média onde a cerveja coexistia com o vinho, o seu estatuto nem sempre foi aquele que podíamos imaginar. Embora fosse menos alcoólica, mais alimentícia, geralmente de produção menos dispendiosa do que o vinho e com um estatuto cultural inferior, não era, na Alsácia, a bebida comum de camponeses: era a bebida popular da cidade e da taberna"[897].

Nesta abordagem introdutória, de clara utilidade epistemológica, não poderíamos deixar de salientar algumas características específicas das cozinhas euro-asiáticas sistematizadas por Jack Goody[898]. Assim, uma primeira característica advém da pertinência da correlação entre cozinha, classes sociais e estilos de vida empreendidos pelos protagonistas sociais aí inseridos. Um segundo traço diz respeito à existência de uma crescente diversidade de ingredientes e de ementas em virtude das trocas comerciais cada vez mais densas entre os povos, o que ocasionou uma interacção cada vez mais sedimentada entre a cozinha camponesa e a chamada "alta cozinha". Segue-se a importância concedida à paulatina especialização da cozinha, como universo de sistematização literária e social. Finalmente a constatação de que a cozinha, para além das clivagens sociais, veio a engendrar divisões do trabalho em função do género, sendo também, ela própria, palco de desigualdade, pelo facto de muitas das funções ditas "nobres" associadas à prática da cozinha serem transferidas do universo feminino para o masculino, de que é exemplo cabal, o dos grandes mestres de cozinha.

Neste ponto, é chegado o momento de se equacionar a relação entre cultura, valores e alimentação. Se se considerar que a cultura integra "diversos sistemas de valores, todos eles igualmente significativos"[899], então, pode-se considerá-la como o factor em torno do qual se orientam as opções de consumo alimentar, remetendo-as, inevitavelmente, para o trabalho pedagógico

---

[896] Jean-Louis Flandrin, "A alimentação campesina em economia de subsistência", in Jean-Louis Flandrin e Massimo Montanari (dir.), *História da Alimentação*, Lisboa, Terramar, 2001, p. 202. Aspas do autor.
[897] Jean-Louis Flandrin, "A alimentação campesina em economia de subsistência", in Jean-Louis Flandrin e Massimo Montanari (dir.), *História da Alimentação*, Lisboa, Terramar, 2001, p. 206.
[898] Cf. Jack Goody, *Cozinha, Culinária e Classes*, cit., p. 203.
[899] Bernard Valade, "Cultura", in R. Boudon, *Tratado de Sociologia*, Porto, Asa, 1995, pp. 460-461.

familiar e social enquanto criador de estilos alimentares, traduzíveis, por um lado e tradutores, por outro, de percursos familiares identitários e trajectórias sociais reconhecidas[900]. Podemos mesmo salientar que é o envolvimento social dos actores sociais que guia a escolha dos alimentos e regula o gosto de acordo com o que é definido *como bom* para determinado grupo social. A título ilustrativo, podemos referenciar um estudo acerca dos hábitos alimentares de portugueses residentes em Paris, que "mostra como os alimentos típicos da sociedade de origem viajam com as pessoas e como os hábitos culinários tradicionais em que os alimentos são muito trabalhados, são valorizados face à cozinha local da sociedade de acolhimento, considerada menos saborosa porque mais simples." Em contrapartida, são os jovens, mais do que os adultos, a adoptar alimentos endógenos à sociedade de acolhimento, principalmente a comida industrial[901].

Deste modo, podemos observar que a comida é um dos meios essenciais de que se servem as famílias para transmitir atitudes e sentimentos para com a criança. Na verdade, a mãe vê atribuído o desempenho desse papel na imediata associação às suas experiências de amamentar, num período em que a sobrevivência da criança depende unilateralmente do mundo dos adultos. Convém não perder de vista, contudo, que a adopção de um novo comportamento relativamente a um consumo, não acontece sem a anterior predisposição para a adaptação ou mudança de uma crença ou de um sistema de valores.

Do ponto de vista sociológico, a perspectiva de Pierre Bourdieu sobre os consumos alimentares é paradigmática, pois, sistematiza toda a problemática das diferenciações sociais intrínsecas aos consumos e à cristalização de determinados estilos de vida. Como já vimos, o panorama bourdiano do consumo assenta na diferença que o autor estabelece entre "gostos de necessidade" e "gostos de luxo". As opções de consumo são realizadas de

---

[900] Dulce Magalhães, "Diferenciações Sociais entre Práticas Alimentares", Relatório de uma aula prática de Sociologia da Estratificação e das Classes Sociais, Provas de Aptidão Pedagógica, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 1994, pp. 10-11.

[901] Luísa Ferreira da Silva, Cristina Vieira e Beatriz Soares, "Práticas e lógicas quotidianas da alimentação", in *IV Congresso Português de Sociologia*, Coimbra, APS, 2000, Cd-Rom, p. 4.

acordo com as preferências pessoais; simultaneamente, conhecendo a envolvente social dos indivíduos em causa, torna-se possível antecipar as suas preferências; neste sentido o autor defende que, o comportamento do consumidor mais não será do que o meio pelo qual as classes sociais exteriorizam o seu capital cultural (susceptível de ser convertido em capital económico), através do qual definem um lugar no sistema hierárquico de distinção social, num sistema mais amplo de desigualdade social, em termos de classes. Sobre isto Bourdieu é bem claro, defendendo lapidarmente a contribuição do gosto face ao "corpo de classe": "cultura *versus* natura, isto é incorporada, classe feita corpo, o gosto contribui para fazer o corpo de classe: princípio de classificação incorporado que comanda todas as formas de incorporação, ele escolhe e modifica tudo o que o corpo ingere, digere, assimila, psicologicamente e fisiologicamente"[902]. Para o autor, o gosto é, portanto, indissociável da cultura de classe, que o regula em termos normativos, mas condicionado à acção do *habitus*.

Segundo o sociólogo, à medida que se avança das "classes populares" para as "classes dominantes", o consumo dos alimentos não só se torna mais baixo em teor calórico, como chega a designar o gosto dos profissionais liberais e quadros superiores como orientados para o "ligeiro, o fino, o refinado" por oposição ao gosto popular, enquanto "gosto do grosseiro, do gorduroso"[903].

É de encontro a esta ideia que Bourdieu destaca a importância da imagem que cada classe faz do corpo em termos ideais e também dos efeitos da alimentação sobre o corpo, ou seja, ao privilégio dado à força física, à beleza, à saúde. Entendendo o corpo como produtor de informações, muitas vezes implícitas, necessárias à interacção, o autor conclui que enquanto para as classes populares a força física chegava a ser exaltada, impondo-se neste caso uma alimentação pesada (de alto teor calórico) à base de produtos capazes de sustentar fisicamente o corpo, forte, valorizando-se a substância em detrimento da forma – entre as profissões liberais, a preferência incidia sobre os produtos

[902] Pierre Bourdieu, *La Distinction*, cit., p. 210. O itálico é nosso. Esta concepção pode ser encontrada também em outros trabalhos; veja-se, por exemplo, António Teixeira Fernandes, Ritualização da comensalidade", *in Sociologia*, nº 7, Porto, Faculdade de Letras, 1997, pp. 13-15.
[903] Pierre Bourdieu, *La Distinction*, cit., p. 207.

ligeiros, saborosos e dietéticos, salutares e de baixo teor calórico, com a preocupação de alimentar sem engordar, valorizando, então, a estética corporal em detrimento da força física[904]. Esta mesma orientação é defendida por Bernard Lahire quando refere as inúmeras diferenciações entre os chamados gostos populares e os gostos legítimos, na medida em que constatou que essas diferenças começam, desde logo, pela (re)orientação do corpo e pelos estilos e hábitos alimentares[905].

Percebe-se, deste modo, que a acção não se concebe independentemente do corpo, das suas relações de mediação com o meio ambiente e com a coerência de um *self* actuante. Todos os sistemas sociais exprimem as rotinas da vida social diária e simultaneamente, são expressas nessas rotinas, mediando as propriedades físicas e sensoriais do corpo humano.

A estilização é uma das tendências que parece caracterizar as práticas de consumo actual, visível, por exemplo, entre subculturas juvenis onde os julgamentos estéticos e os adornos partilhados são traços de uma sociedade marcada por uma maior diversidade de comportamentos de consumo – diluindo, aparentemente, o constrangimento da estrutura de classe – libertos dos constrangimentos da aprovação social. No entanto, o fenómeno pode ser observado como sinal de insegurança social crescente, acompanhado pela observação de "novas tribos" ou grupos de afinidade, num difuso processo de consumo tendencialmente uniformizante, numa sociedade burocraticamente "macdonaldizada"[906]. Neste contexto, a estas diferentes apropriações, estão também subjacentes diferentes comidas e diferentes bebidas. Por conseguinte, as diferenciações sociais permanecem.

Stephen Mennel, Anne Murcott e Anneke H. van Otterloo[907] apontam para a mesma óptica, observando que as recomendações no sentido de cumprimento de regras alimentares que permitam a manutenção do estado de saúde (tais como, a redução do consumo de sal, de açúcar e de gorduras

---

[904] Cf. Pierre Bourdieu, *La Distinction*, cit., pp. 189-248. Num momento anterior de prestação de provas, já tivemos oportunidade de nos debruçar sobre esta temática. Ver Dulce Magalhães, "Diferenciações Sociais entre Práticas Alimentares", cit., p. 34-35.

[905] Bernard Lahire, *Portaits Sociologiques*, Paris, Nathan, 2002, pp. 352-356.

[906] George Ritzer, *The MacDonaldization of Society*, Los Angels, Sage Publications, 1999.

[907] Cf. Stephen Mennel, Anne Murcott e Anneke H. van Otterloo, *The Sociology of Food: eating, diet and culture*, Londres, Sage Publications, 1992.

saturadas, bem como o aumento do consumo de fibras, de leite, de vegetais, de pão escuro e de fruta), são mais frequentemente observáveis nos grupos com maior nível de rendimentos e estatuto profissional, como acontece, exemplificadamente, na Dinamarca, na Irlanda do Norte, na Inglaterra, no País de Gales e na Finlândia. Estas variações são visíveis ainda em outros consumos alimentares. Em Inglaterra, na Holanda e provavelmente na maioria dos países industrializados, são as classes médias que revelam os maiores consumos vegetarianos; as classes trabalhadoras seriam as que consumiriam maior quantidade de alimentos congelados e pré-confeccionados, por oposição aos tradicionais vegetais frescos, mais do agrado das classes médias.

Neste contexto, estamos em posição de referir que a comida e a bebida não se limitam à necessidade biológica do beber e do comer, nem às condicionantes relativas à produção, transformação, distribuição e consumo dos alimentos e bebidas; a bebida e a comida são realidades complexas e, sobretudo, fenómenos sociais complexos que engendram relações sociais diversificadas e complexas[908], resultando mesmo daqui o seu aspecto condicionante (mas não determinante) face à construção de identidades sociais. O adágio popular "somos o que comemos (e o que bebemos)", é apresentado neste sentido, permitindo-nos percepcionar uma relação estreita ente alimentação e identidades sociais[909].

À laia de síntese, podemos atestar, com Pedro de Andrade, que o acto de comer possui uma "natureza socio-textual", uma vez que a alimentação é um dos principais consumos da sociedade, que contribuiu fortemente para a fundação desta. Esse consumo é regido por diferentes interesses, que vão desde as indústrias alimentares, passando pelas cadeias de distribuição de víveres e pelos locais múltiplos de restauração. A comida é também um vigoroso elemento "edificador de identidade", na medida em que, "(...) somos(...) não só o que comemos, mas a nossa subjectividade coincide,

---

[908] Cf. Raquel Moreira, "Práticas alimentares e turismo: estudo de caso realizado no concelho de Sintra", in *III CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA, Práticas e Processos de Mudança*, Lisboa, Fevereiro de 1996, Oeiras, Celta Editora, 2000, CD-ROM.

[909] Sobre esta questão, veja-se o contributo interessante de Renato Mafra, "Identidade e escolha alimentar", in http://www.gastronomias.com/cronicas/escolha.html.

reconhece-se e legitima-se na maneira como lidamos com a comida e, em particular onde comemos"[910]. O mesmo se aplica à bebida, defendemos nós.

5.2. Uma diacronia histórica dos usos e consumos de vinho

O hábito de beber está profundamente enraizado nos quotidianos das populações; assim, o nosso prisma analítico centra-se na convicção de que o consumo de vinho é um processo social que não se reduz a práticas de alcoolismo; muito pelo contrário, trata-se de um processo muito mais complexo, que implica actores e cenários muito diversos, inscrevendo-se mesmo de modo indelével na própria história. Giorgio Pedrocco refere-se ao vinho como "o outro elemento insubstituível das classes rurais e urbanas" [911].

Pedro de Andrade, nos seus trabalhos, sublinha o facto de as bebidas terem desempenhado, desde sempre, não só um papel económico relevante, como também de significantes históricos e sociais. Giorgio Pedrocco também se posiciona neste patamar; retenha-se, a propósito, a importância social e económica que apresenta toda a dinâmica subjacente ao processo produtivo do vinho, sendo "a vinha europeia, nessa época [séc. XIX], a única em condições de abastecer todo o mercado internacional".[912] Neste sentido, "as bebidas não são apenas alimentos"[913], mas elementos importantes de identificação social. As diversas bebidas, para além de contribuírem para a definição de sociabilidades modernas, contribuem também para delimitação de práticas de distinção nas classes abastadas, nomeadamente durante o período em que são novidade. Trata-se de uma pragmática com raízes na história de vida das próprias sociedades, muito provavelmente desde que o vinho em si, em tempos

---

[910] Pedro de Andrade, Beber, *Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas*, Vol. I, Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Tese de Doutoramento, doc. policopiado, 2001-2002, p. 421.

[911] Giorgio Pedrocco, "A indústria alimentar e as técnicas de conservação Jean-Louis Flandrin e Massimo Montanari (dir.), *História da Alimentação*, Lisboa, Terramar, 2001, p. 348.

[912] Giorgio Pedrocco, "A indústria alimentar e as técnicas de conservação", Giorgio Pedrocco, "A indústria alimentar e as técnicas de conservação Jean-Louis Flandrin e Massimo Montanari (dir.), *História da Alimentação*, Lisboa, Terramar, 2001, p. 348. Este assunto, foi desenvolvido no capítulo anterior. Em todo o caso, lembramos, com o autor, o forte aumento que, no séc. XIX, o consumo de vinho sofreu, pese embora a, grande devastação das vinhas provocadas por graves doenças.

[913] Pedro de Andrade, Beber, *Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas*, Vol. I, Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Tese de Doutoramento, doc. policopiado, 2001-2002, p. 412.

imemoriais, foi descoberto. Note-se que "na realidade, todas as civilizações necessitam de luxos alimentares e de uma série de estimulantes, de «dopantes». Nos séculos XI e XII, a loucura das especiarias e da pimenta; no século XVI, o primeiro álcool; a seguir o chá, o café, sem contar o tabaco. Os séculos XIX e XX terão os seus novos luxos, as suas drogas boas ou detestáveis"[914]. Nas palavras de Pedro de Andrade, o álcool é uma espécie de "droga do ocidente", e ao contrário de outras substâncias, é das poucas legais[915].

5.2.1. – Expansionismo vínico: usos comerciais em plataformas económicas

Sustenta Pedro de Andrade que o vinho poderá ser caracterizado como "um produto, uma mercadoria e um ícone"[916], sendo neste registo que iremos fazer a sua própria diacronia histórica. Basicamente, a produção do vinho data de 5000 anos a.C., expandindo-se, mais tarde, por quase todo mundo. Neste ponto, a história da civilização confunde-se com a história da agricultura. Quando as tribos, ainda nómadas, plantaram as primeiras sementes e tiveram de esperar pela colheita, sedentarizaram-se, constituindo os primeiros núcleos permanentes de habitação humana, isto é, as bases da civilização. O vinho, enquanto mercadoria, foi mesmo o sustento económico de muitos países, na medida em que, motivou a construção de importantes rotas comerciais e estabeleceu divisões de classes. Situando-nos no contexto da Península Ibérica, é razoável admitir, face à diacronia vínica, que a vinha terá sido cultivada nos vales do Tejo e do Sado, por volta de 2000 a.C. sob a alçada dos Tartessos, sendo posteriormente levada a cabo pelos Fenícios no século X a.C., povos estes que dominaram todo o comércio peninsular, inclusive o do vinho. Aquando da expansão helénica, a partir de 1000 a.C., os gregos levaram a produção de vinho para a Itália, Sicília e África do Norte. A Itália (na época habitada pelos etruscos) já dispunha de cepas locais e logo tornou-se famosa

[914] Pedro de Andrade, Beber, Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas, cit., p. 414. Aspas do autor.
[915] Pedro de Andrade, Beber, Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas, cit., p. 588. Não sendo este o nosso enfoque, e independentemente deste carácter estruturante relativo ao consumo de vinho, não podemos deixar de lembrar que o alcoolismo faz parte dos hábitos de consumo das sociedades ocidentais, tendo sido objecto de múltiplas teorias, que o relacionam a factores sociais e a processos biológicos que caracterizam a nossa sociedade, de que a repressão das emoções é um exemplo.
[916] Pedro de Andrade, Beber, Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas, cit., p. 466.

pelos vinhos produzidos em suas colónias gregas, chegando a ser conhecida na Grécia como "Enotria Tellus" (Terra do Vinho)[917]. Mas os gregos somente entraram na Península no século VII a.C., desenvolvendo, então, de forma profícua a produção de vinho, sendo mesmo exímios na *arte de fazer* o vinho[918].

Mais tarde, no século VI a.C, os Celtas povoaram o espaço peninsular de diferentes variedades de videiras e deram início à legendária arte da tanoaria. Seria inadequado, nesta diacronia, não salientarmos o papel da romanização. A entrada dos Romanos em território nacional contribuiu de forma decisiva para a ampliação e modernização da cultura da vinha, existindo mesmo necessidade de escoar produção para Roma uma vez que a produção local não absorvia toda a oferta existente. O consumo do vinho começou a generalizar-se, mas sobretudo enquanto consumo masculino de vinho.

Nos séculos VI e VII consagra-se a expansão do Cristianismo; nessa época, o vinho torna-se um elemento indispensável para o acto sagrado da comunhão. No início do século VIII, e com as invasões árabes à Península Ibérica, o vinho continuou fortalecido em termos de cultivo e de consumo. Assim, e apesar do Corão proibir o consumo de bebidas, era permitida a intensa cultura da vinha; precisamente por isso a cidade de Lisboa manteve o papel fundamental de centro do comércio de vinho[919]. A Reconquista Cristã e a fundação da nacionalidade permitiram a instalação em território nacional de Ordens Militares e Religiosas, como por exemplo, os Templários, os Hospitalários, Sant'Iago de Espada e Cister, que contribuíram decisivamente para uma requalificação agrícola de vastas extensões de terras e com ela, a expansão de áreas de cultivo da vinha.

---

[917] Cfr. AAVV, História do Vinho, in http://www.petiscos.com/bebidas/index.

[918] Dados históricos recolhidos de diversas fontes dentre as quais destacamos, MERCATURA, *A História do Vinho*, in http://www.e-mercatura.net/html/pt; Susana Guerra, *O Vinho na Cultura Portuguesa*, in http://www.uni.pt/homepages/docentes/delfim/CulturaPort/SusanaGuerra9601177 e AAVV, *História do Vinho*, in http://www.petiscos.com/bebidas/index.

[919] Facto relevante é que entre os séculos XII e XIII, o vinho foi o principal produto exportado a partir de Lisboa. Cf. MERCATURA, *A História do Vinho*, in http://www.e-mercatura.net/html/pt; Susana Guerra, *O Vinho na Cultura Portuguesa*, in http://www.uni.pt/homepages/docentes/delfim/CulturaPort/SusanaGuerra9601177 e AAVV, *História do Vinho*, in http://www.petiscos.com/bebidas/index.

Foi desta forma que o vinho começou a integrar, de forma definitiva, os consumos sociais, sendo de destacar o seu relevo nos rendimentos dos senhores feudais. Aliás, esta tendência, verificada em território nacional, acompanha o que se passava na restante Europa Medieval, onde o maior prazer do povo era o vinho e a cerveja. É neste sentido que podemos dizer que cada época é caracterizada pelos seus comportamentos, hábitos de consumo de bebidas e atitudes em relação ao beber, que a tornam particular.

Saliente-se o papel central que a Igreja desempenhou na sobrevivência da vitivinicultura na Europa. Não apenas os monges continuaram a cultivar os vinhedos, como também asseguraram a expansão da viticultura, adaptando vinhas para o plantio nas regiões mais setentrionais da actual Holanda, Alemanha e Inglaterra. Embora não houvesse muito progresso nas técnicas de vinificação e conservação, o facto das vinhas terem de ser adaptadas a condições climáticas mais rigorosas exigiu maiores cuidados na escolha de variedades de boa qualidade, emergindo neste momento as "cépages nobles"[920]. No século XI, a vitivinicultura já florescia no norte da Europa, sob o severo regime dos *monastérios* medievais. No Reino Franco, o próprio Carlos Magno tinha vinhedos na região de Corton (daí o nome do vinho Corton-Charlemagne). Cluny, na Borgonha, era um dos maiores centros monásticos, dirigido pelos monges cistercienses, que tinham várias abadias na região da actual França e já produziam os vinhos Clos de Vougeot e Chablis no final do século XI. A reabertura do Mediterrâneo ao comércio cristão no início do século XIII, após as cruzadas, possibilitou de novo o intercâmbio de mercadorias e pessoas, principalmente através das cidades de Veneza, Génova e Pisa. Será útil ter em conta que a Europa sofreu transformações memoráveis ao longo dos séculos XIII e XIV. Desta forma, no curso dos rios e das estradas principais surgiram feiras e centros comerciais, corporações de ofícios e mercadores. O despontar da burguesia urbana enfraquece a estrutura feudal. As actividades económicas expandem-se e com elas a vitivinicultura, que passa a não ser tão dependente da produção nos *monastérios*[921].

[920] Cf. MERCATURA, *A História do Vinho*, in http://www.e-mercatura.net/html/pt;
[921] Cf. MERCATURA, *A História do Vinho*, in http://www.e-mercatura.net/html/pt.

A implantação da Idade Moderna e do Renascimento (séculos XV e XVII) teve como corolário, no contexto português, os Descobrimentos. Neste período, a par com os produtos trazidos do Oriente e do Brasil, o vinho assumia um papel preponderante nas trocas comerciais. Em meados do século XVI, Lisboa afigurava-se como o ponto nevrálgico de consumo e de distribuição do vinho pelo Império.

A introdução do vinho em África pelos portugueses, conduziu a uma significativa redução ou mesmo desaparecimento de determinadas bebidas locais, e até mesmo de modos de vida envolventes, sendo esta bebida, entre outros produtos, um dos suportes económicos da colonização europeia e, simultaneamente, uma das forças preponderantes da periferização das sociedades não ocidentais. Contudo, a cerveja, Holandesa e Inglesa, difundida no século XVII, foi lenta e progressivamente substituindo o vinho enquanto "bebida hegemónica de vocação universal"[922].

Entre os séculos XVII e XVIII, o vinho continuou a deter um lugar charneira no âmbito dos produtos comercializados, facilitando a expansão e o enriquecimento da economia portuguesa através da exportação. Aliás, pode-se considerar que na sociedade portuguesa a afirmação histórica do campo dos vinhos é uma realidade. A vinha cultivava-se em todo o país e os vinhos mais importantes eram os que provinham do Algarve (Portimão e Lagos), da Caparica, de Alcochete, do Barreiro, do Lavradio, do Seixal, de Alhos Vedros, de Lisboa (Loures, Charneca, Unhos e Camarate), de Torres Novas, de Leiria e de Ourém, de Cantanheda, da Lousã, de Figueiró dos Vinhos, de Santarém (Alenquer e Torres Vedras), de Lamego e de Monção. Mas foi somente no século XVII que surgiu o vinho mais famoso de Portugal, o vinho do Porto[923], - reforçando a implantação do vinho português no quadro internacional, tal como já foi desenvolvido no capítulo anterior.

---

[922] Pedro de Andrade, Beber, *Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas*, cit., pp. 466-473.

[923] Cf. Susana Guerra, *O Vinho na Cultura Portuguesa*, in http://www.uni.pt/homepages/docentes/delfim/CulturaPort/SusanaGuerra9601177

No século XIX, os viticultores portugueses, dentro de uma crescente lógica de capitalismo de mercado, preocupavam-se sobretudo com o facto de terem uma intensa e lucrativa produção de vinhos, não tendo grandes preocupações com a qualidade do produto. Assim, o princípio da quantidade suplantou o da qualidade, tentando responder à concorrência dos mercados da restante Europa e América, com vinho a preços mais baixos. A importação de licores espirituosos e aguardente estrangeira é um facto consumado. Foi neste contexto que surgiu ainda a praga da filoxera[924], penetrando num ambiente propício ao seu desenvolvimento que se prendia com o envelhecimento das vinhas. E este foi um período de crise e de retraimento na produção de vinhos em território nacional, nomeadamente, na Região do Douro[925].

No século XX assiste-se à regulamentação oficial de denominações de origem portuguesa (Porto, Madeira, Moscatel de Setúbal, Carcavelos, Dão, Colares e Vinho Verde) tendo como objectivo organizar o mercado da produção e da distribuição de vinhos com critérios de autenticidade e de qualidade[926].

Em síntese, esta incursão diacrónica mostra que a vivência no quotidiano é socialmente construída, aplicando-se este paradigma, com particular relevo, à abordagem dos consumos e das dinâmicas vínicas.

Esta avaliação ficaria incompleta se não apresentássemos algumas das principais determinantes do consumo vínico na actualidade. Assim, se no campo da bebida o vinho era um elemento caracterizador, senão mesmo dominante, de determinadas épocas, hoje em dia, essa dominância rivaliza fortemente com o café, a cerveja e os refrigerantes que assumem cada vez maior importância social. Se estabelecermos um paralelismo entre o consumo de bebidas alcoólicas e não alcoólicas, podemos compreender com maior exactidão as flutuações do consumo. E estas oscilações por si só, afectam com certeza a plataforma económica de um país. Em Portugal ao longo dos anos 90 do século

---

[924] No capítulo anterior tivemos oportunidade de abordar esta praga com efeitos devastadores no sector vínico; vd. Nota 51 do ponto 413.

[925] Cf. Susana Guerra, *O Vinho na Cultura Portuguesa*, in http://www.uni.pt/homepages/docentes/delfim/CulturaPort/SusanaGuerra9601177

[926] Cf. MERCATURA, *A História do Vinho*, in http://www.e-mercatura.net/html/pt.

XX, verificou-se um decréscimo do consumo de bebidas alcoólicas, passando de 65% em 1990, para 51% em 1997; neste patamar, a maior perda diz respeito ao vinho que passou de 30% para 22%, no mesmo intervalo temporal. Contudo, não podemos considerar que se tenha verificado uma substituição do vinho pela cerveja; tudo aponta, antes, no sentido de uma transferência para bebidas não alcoólicas, uma vez que, na mesma década estas registaram um aumento de 35% para 49%. É, todavia, importante realçar que, dentro destas últimas, o destaque vai para o aumento do consumo de água, refrigerantes e sumos[927]. No que concerne aos licores e aguardentes o seu consumo sofreu quebras significativas, apresentando-se com uma taxa de crescimento média negativa.

Quadro 5.1. Balança Comercial de produtos alimentares e bebidas

Produtos	1990			1997		
	Valor da importação	Valor da exportação	Saldo Comercial	Valor da importação	Valor da exportação	Saldo Comercial
	Milhões de Esc.			Milhões de Esc.		
TOTAL PRODUTOS ALIMENTARES E BEBIDAS	385.005	172.331	-212.674	762.700	311.808	-450.892
TOTAL DE PRODUTOS ALIMENTARES	362.453	105.815	-256.638	708.632	204.757	-503.875
TOTAL DE BEBIDAS	22.552	66.516	43.964	54.068	107.051	52.983
Bebidas alcoólicas fermentadas	3.194	62.831	59.637	11.031	98.987	87.956
Dos quais: Vinhos e produtos vínicos	**2.101**	**59.777**	**57.676**	**8.408**	**93.275**	**84.867**
Dos quais: Cerveja	1.083	3.018	1.935	2.446	5.704	3.258
Outras bebidas alcoólicas	15.158	1.256	-13.902	26.970	3.775	-23.195
Dos quais: Aguardentes e licores	6.194	1.070	-5.124	7.505	2.194	-5.311
Dos quais: Outras (Rum, Whisky, Gin, etc.)	8.964	186	-8.778	19.465	1.581	-17.884
Bebidas não alcoólicas	4.200	2.429	-1.771	16.067	4.289	-11.778
Dos quais: Águas	33	432	399	231	701	470
Dos quais: Refrigerantes	2.555	1.340	-1.215	6.029	2.273	-3.756
Dos quais: Sumos, néctares e xaropes	1.612	657	-955	9.807	1.315	-8.492

Fonte: INE, Balança Alimentar Portuguesa, 1990-1997, Série Estudos nº 79.

Em suma, podemos dizer que o vinho, a bebida mais carismática do imaginário português, encontra-se em regressão no contexto português, mas também, a nível mundial, se o comparamos com o consumo de cerveja, refrigerantes e mesmo com certas bebidas de forte teor alcoólico como o *whisky*. Em relação ao contexto português, podemos ainda acrescentar que a

[927] Pedro de Andrade, Beber, *Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas*, cit., p. 475.

diminuição do consumo de vinho se repercute também na actividade de produção vitivinícola, que se tem vindo a agravar nas últimas décadas. Não obstante, e como podemos visualizar no Quadro 5.1., o vinho continua a ser um denominador comum no âmbito das trocas comerciais das bebidas.

Refira-se ainda que Portugal figura entre os dez maiores produtores de vinho do mundo, com uma produção média nos últimos cinco anos de 6.423.800 de hl[928] que se tem vindo a estabilizar desde a década de 90 do século XX, pese embora o registo dos últimos 50 anos que se cifra num decréscimo de produção de cerca de 50%[929]. No panorama mundial, Portugal tem vindo, assim, a perder, a partir de 1997, posições no ranking mundial, designadamente face à África do Sul, à Austrália, à Alemanha, à Argentina e aos Estados Unidos.

5.2.2. Usos vínicos, consumos simbólicos

A par de outras bebidas alcoólicas, o vinho tem uma história, que em determinada altura, se confundiu com a história económica, com a política e com a cultura do mundo. No contexto da sociedade de consumo, as substâncias estimulantes e propulsoras de prazer, como por exemplo o álcool, contêm, inclusive, um significado social e simbólico.

Em termos de simbologia, valeria a pena referir que as próprias expressões associadas ao vinho demarcam bem a sua amplitude e significado nas representações sociais e na memória colectiva dos povos de que são exemplos: "dádiva dos deuses", "sangue de Cristo", "fruto da videira e do trabalho do homem", "essência da vida", "néctar dos deuses", entre outras. São expressões bem ilustrativas da importância e enraizamento culturais do vinho na tessitura cultural das sociedades. Como se pode ver, o vinho associou-se também ao divino, tendo-se instituído como um dos elementos essenciais do cristianismo e é identificado ao *sangue de Jesus*. Aliás, nos textos bíblicos são

[928] Cf. Instituto da Vinha e do Vinho, *Vinhos e Aguardentes de Portugal*, Anuário 2000/2001, Instituto da Vinha e do Vinho, Lisboa, 2001.
[929] Manuel Cardoso, "Portugal Perdeu um Milhão de Pipas de Vinho", in Jornal Expresso, 28.04.01.

profícuas expressões que, associadas ao simbólico, remetem para os consumos vínicos, de forma quer exaltada quer contida[930]. Manifestamente, as grandes religiões ou divinizam ou proíbem o vinho[931], que adquiriu, é defensável, o valor de culto. E este quadro de culto adequa-se, então, a uma similitude entre vinho e comida, integrados que estão num patamar mais abrangente – a alimentação. Manuel Guimarães mostra-se bastante elocuaz a propósito do culto da comida, no sentido em que "é, em quase todas as religiões, um importante sinal de ligação e compromisso do sagrado para onde os fiéis transportam instintivamente práticas diárias às quais associam sinais de saciedade e conforto"[932]. Neste sentido, pode-se considerar que o culto do vinho se apresenta no mesmo registo em que se apresenta o culto da comida.

No quadro medieval português, podemos salientar a ligação estratégica do vinho à literatura e à religião. Se, na primeira relação, o vinho está associado à saúde e à festa, na segunda destaca-se não só o ritual cristão da comunhão, mas também a associação do clero à existência de adegas "bem recheadas" de vinho, tendo sido este constituído por grandes viticultores, como acima já tivemos oportunidade de ver. O vinho era recomendado pelas regras monásticas e a localização de uma Sé tinha em linha de conta a apetência do terreno para o cultivo da vinha[933].

Simultaneamente, o vinho como ícone serviu de fundamento para realização das festas dionisíacas, tornando-se símbolo do modo de vida hedonista e fonte de inspiração literária. Aliás, na Grécia, o culto de Dionísio motivou festividades. Veja-se que os gregos adoptaram o vinho como uma dádiva dos deuses, sendo Dionísio, o seu deus do vinho, o primeiro na escala do Olimpo e filho do próprio Zeus, considerado também o protector das belas-artes e do teatro.

---

[930] António Teixeira Fernandes, Ritualização da comensalidade", cit., pp. 21-22. O autor remete, inclusivamente, para passagens bíblicas exemplificativas do que acabou de ser dito.
[931] Pedro de Andrade, Beber, Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas, cit., pp. 466-468.
[932] Manuel Guimarães, À mesa com a História, Sintra, Colares Editora, 2001, s/p.
[933] Cf. MERCATURA, A História do Vinho, in http://www.e-mercatura.net/html/pt; Susana Guerra, O Vinho na Cultura Portuguesa, in http://www.uni.pt/homepages/docentes/delfim/CulturaPort/SusanaGuerra9601177 e AAVV, História do Vinho, in http://www.petiscos.com/bebidas/index.

A simbologia do beber remonta à Grécia clássica. A civilização grega atinge o seu apogeu nas artes, na arquitectura e na filosofia no século V a.C., principalmente em Atenas. Nessa cidade-estado, entre o início daquele século e o final do século IV a.C, a filosofia grega tem a sua época áurea, sob a liderança sucessiva de Sócrates, Platão e Aristóteles que exerciam as suas actividades sobretudo nos chamados simpósios, onde o vinho era um elemento central[934].

Os simpósios assumiam-se como rituais iniciados pela comida, seguindo a tradição dos banquetes, mas cuja actividade principal se centrava em torno da bebida. Após as preces, a escolha dos oradores e do tema do debate, todos bebiam vinho puro. Aliás, já Platão, nas suas obras refere a simbólica enaltecedora, por vezes reprovadora, associada ao vinho[935]. A este propósito, Pedro de Andrade considera que a prática do beber, segundo o "banquete platónico, significa o teste da razão em confronto com a desrazão que a bebida proporciona"[936]. O vinho, portanto, teve um papel fundamental na formação e consolidação da filosofia grega que iria influenciar toda a cultura ocidental[937].

Nesta procura da génese dos usos e simbologias do vinho, podemos abordar o papel das Legiões Romanas. Os romanos retomaram os rituais dionisíacos, imprimindo-lhes um carácter mais violento. O vinho era bebido pelos legionários e era tido como mais saudável e seguro que a água das terras estrangeiras. Além disso, os romanos incentivavam o plantio da videira pelos bárbaros nas regiões conquistadas, para que se estabelecessem em bases mais permanentes, facilitando o controle sobre as populações pacificadas. A implantação da videira na Gália pode ser considerada um dos factores de maior importância na história do vinho. Os romanos aperfeiçoaram bastante a produção dos vinhos. Embora ainda subsistisse o costume de se adicionar água, resinas, mel e outras substâncias ao vinho, considera-se que já há 2000 anos,

---

[934] Cfr. Shone Grimbly, *Encyclopedia of the Ancient World*, Londres, Fitzroy Deanborn Publishers, 2000.
[935] Constatação explanada por, por exemplo, António Teixeira Fernandes, "Ritualização da comensalidade", cit., pp. 19-21 e Pedro de Andrade, Beber, *Poder e Saber. Consumos Sócio-simbólicos e Culturais nos Estabelecimentos de Bebidas*, cit., p. 542.
[936] Pedro de Andrade, Beber, *Poder e Saber. Consumos Sócio-simbólicos e Culturais nos Estabelecimentos de Bebidas*, cit., p. 542.
[937] Cfr. Shone Grimbly, *Encyclopedia of the Ancient World*, Londres, Fitzroy Deanborn Publishers, 2000.

se bebia em Roma um vinho algo semelhante ao de hoje, com características jovens, elaborado com certa rusticidade, mais ou menos seco ou forte, dependendo da meteorologia. Os romanos possuíam tudo o que era necessário para envelhecer o vinho. Diferentes dos gregos, não tinham somente ânforas de barro, mas também barris e garrafas muito semelhantes às actuais, recorrendo, inclusivamente, ao uso de rolhas. O método romano de cultivo de videiras ainda é usado no sul da Itália e norte de Portugal e, na Gália, deixaram os fundamentos técnicos até hoje empregados nos melhores vinhedos. Os romanos também tinham as suas preferências por vinhos de determinadas regiões, o que constitui a base do actual conceito de *origem controlada*[938].

5.2.3. Um breve contraponto na actualidade vínica

Ao longo de vários séculos a bebida social mais consumida foi o vinho. Cruzando o consumo de bebidas alcoólicas e a faixa etária, e tendo em linha de conta o período do tempo voltado para o consumo semi-público, verifica-se que os jovens recorrem com mais frequência a um consumo semanal (normalmente voltado para os fins de semana, associado à *cultura de saídas*), enquanto o maior consumo dos adultos se processa diariamente e em grau superior, relativamente às restantes faixas etárias[939]. Por conseguinte, nos dias que correm, e segundo os trabalhos de Pedro de Andrade, o consumo de vinho relaciona-se mais com os adultos e com a terceira idade do que com os jovens, facto que contribui para a secundarização desta bebida a favor da cerveja. Ora, isto não quer dizer que os jovens não sejam consumidores de vinho; contudo, o seu consumo associa-se predominantemente a determinados ritmos, semanais ou mensais e não diários. Assim, equacionando a temporalidade do consumo vínico pode-se considerar que esta varia entre o consumo diário, muito associado à frequência quotidiana das tabernas, e o consumo mensal. Pesem embora mudanças significativas neste campo, registam-se ainda algumas continuidades pragmáticas. Assim, o vinho continua a ser, como sempre foi, uma bebida tipicamente masculina; isto é, o seu consumo diário continua

---

[938] Cfr. Susana Guerra, *O Vinho na Cultura Portuguesa*, in http://www.uni.pt/homepages/docentes/delfim/CulturaPort/SusanaGuerra9601177

[939] Pedro Andrade, "A taberna mediática, lugar reticular de negociações sociais e socializações", in Revista Crítica de Ciências Sociais, nº 33, 1991, pp. 265-286.

monopolizado pelo sexo masculino, facto que se estende, inclusivamente, à decisão de compra do vinho; ora, sendo esta geralmente do domínio masculino, como acabou de ser referido, demonstra bem a importância do género na construção social do campo do consumo vínico. Quanto aos perfis sociais, os reformados revelam-se os consumidores mais assíduos do vinho, ingerindo-o diariamente; os proprietários, trabalhadores e desempregados são segmentos da sociedade que se caracterizam, também, por um consumo de vinho diário, destacando-se estes dois últimos por se inserirem em escalões médios/altos deste consumo[940].

Apresenta-se pertinente, neste momento, salientar um outro estudo realizado recentemente junto do consumidor português de vinhos, e sob a coordenação de Isabel Figueiredo, onde se demonstram algumas tendências recentes e perfis sociais dos consumidores de vinho[941].

Assim, e pelos dados obtidos, regista-se em média, a compra de nove garrafas de vinho por mês no agregado familiar dos inquiridos, valor esse que não é muito distinto quando analisado em função do rendimento. Note-se que boa parte dos inquiridos tem produção própria de vinho ou proveniente dos seus familiares[942], informação procedente dos próprios inquiridos. Este dado salienta a importância ainda estruturante do consumo vínico nas famílias portuguesas, pesem embora mudanças que, tudo o sugere, se orientem para o nível estrutural.

Os indivíduos localizados na Região Norte do país mostram um ritmo de compra superior aos das restantes regiões, facto que é comprovado pelos valores de comercialização[943] e o local privilegiado de aquisição de vinho é o hipermercado, sendo a Internet e o clube de vinhos, os locais de escolha mais reduzida. Em geral, a casa aparece como o local de maior consumo de vinho; no entanto, os indivíduos com menos de 24 anos e os indivíduos solteiros

[940] Pedro Andrade, "A taberna mediática, lugar reticular de negociações sociais e socializações", cit., pp. 265-286.
[941] Isabel Lousada Soares Figueiredo (coord.), *Estudo do Consumidor Português de Vinhos*, Porto, Universidade Católica Portuguesa – Escola Superior de Biotecnologia, 2003. Este estudo, foi levado a cabo pela Escola Superior de Biotecnologia no Porto, incidiu sobre os vinhos da Região Norte (Minho e Trás-os-Montes) e baseou-se em critérios de representatividade a todo o país.
[942] Cf. Isabel Lousada Soares Figueiredo (coord.), *Estudo do Consumidor Português de Vinhos*, cit.
[943] Cf. Isabel Lousada Soares Figueiredo (coord.), *Estudo do Consumidor Português de Vinhos*, cit.

consomem maioritariamente no restaurante. A semana e o fim-de-semana são as principais ocasiões de consumo dos indivíduos do sexo masculino, enquanto que para o sexo feminino são as ocasiões importantes que marcam o seu consumo de vinhos. O vinho, na sua maioria, é consumido com a família ou amigos e raramente o consumidor bebe vinho sozinho. O consumo de vinho para a amostra deste estudo é, no global, regular: 90,4% dos inquiridos consomem vinho no fim-de-semana, 63,6% ao jantar e 50,8% ao almoço. Por seu turno, o vinho do Porto evidencia uma lógica de consumo diferente dos outros vinhos, sendo presença importante em ocasiões festivas e em ofertas[944], e não um hábito à refeição. A maioria dos inquiridos considera o vinho como parte integrante do quotidiano e da alimentação, alegre e festivo, saudável e uma prenda agradável, mas generalizadamente caro[945]. Beber vinho moderadamente, é aceite pela maioria dos inquiridos, como uma prática saudável; contudo, nesta matéria observa-se alguma insegurança oriunda, porventura, de algum (des)conhecimento, no que refere à contribuição do vinho para a prevenção de doenças cardíacas[946].

Ao finalizar esta breve diacronia histórica dos usos e consumos do vinho, podemos, uma vez mais, dar relevo à importância das próprias construções e reconstruções identitárias sociais em torno do vinho, que o transformam, não num acessório, mas num elemento determinante de abordagem das práticas sociais.

[944] Cf. Isabel Lousada Soares Figueiredo (coord.), *Estudo do Consumidor Português de Vinhos*, cit.
[945] Isabel Lousada Soares Figueiredo (coord.), *Estudo do Consumidor Português de Vinhos*, cit.
[946] Isabel Lousada Soares Figueiredo (coord.), *Estudo do Consumidor Português de Vinhos*, cit.

5.3. Cenários de vaivém no consumo vínico: orientações actuais com resquícios no passado

Miguel Vale de Almeida considera que "o social é feito de locais e de pessoas reais, e não fictícias"[947]. Este posicionamento epistemológico e metodológico orientará a nossa abordagem no decorrer deste sub-capítulo.

Nos espaços semi-públicos de consumo de bebidas, nomeadamente locais onde é possível consumir bebidas alcoólicas, dentro das quais se inclui o vinho, podemos distinguir as tabernas das casas de pasto e dos cafés, entre outros. As tabernas podem ser caracterizadas pela existência do petisco semicru, enquanto que as casas de pasto se evidenciam mais pelas refeições quentes. Mais recentemente, e no que respeita aos cafés, estes adoptam com mais frequência o serviço de refeição, oferecendo, na maioria dos casos, a refeição completa à mesa. Finalmente, os bares e os snacks disponibilizam, quase sempre, refeições completas. Podemos ainda realçar que em termos de frequência, a tarde e a "tardinha" são dois momentos do dia de grande afluência a estes locais.

Tabernas, tascas, casas de pasto, botequins, baiucas, bodegas, vendas e similares, constituem e compõem a pluralidade de espaços onde, ao longo da história da humanidade, se foi consumindo vinho e outros alimentos. Assim, o desenvolvimento da própria sociedade e das suas instituições acompanhou o enraizamento deste tipo de estabelecimentos, desde tempos idos. Como refere Hans Conrad Peyer, "à medida que se desenvolvia a economia monetária, espalhou-se no conjunto do mundo grego uma hospedagem profissional e paga, com tabernas e serviços de carnes cozinhadas. (...) Já bem implantadas por volta do ano 400 a.C., [as tabernas] localizavam-se essencialmente nos portos e nas cidades comerciais, nos santuários e nas cidades termais, bem como junto das grandes estradas que ligavam as cidades"[948].

---

[947] Miguel Vale de Almeida, *Senhores de Si. Uma Interpretação Antropológica da Masculinidade*, Lisboa, Editora Fim de Século, 2000, p. 14.

[948] Hans Conrad Peyer, "Os princípios da hospedagem na Europa", Jean-Louis Flandrin e Massimo Montanari (dir.), *História da Alimentação*, Lisboa, Terramar, 2001, p. 58.

Ora, estes estabelecimentos congregavam dois aspectos que, a nosso ver, são fundamentais e consubstanciam o seu papel e importância na complexificação da sociedade e dos modos de vida que lhe são característicos. O primeiro, prende-se com a natureza da sua implantação territorial, geralmente em cidades ou nos caminhos de ligação entre elas, demonstrando o crescente desenvolvimento de pólos de troca e de comércio e a crescente atracção dos territórios urbanos para esse efeito. Falar de taberna implica, então, referirmo-nos a inscrições territoriais do social. A taberna/tasca poderá, assim, ser considerada como um espaço social associado a diversas dicotomias como por exemplo urbano/rural, produção/reprodução, classes dominantes/populares. O segundo aspecto, embora interligado ao primeiro, recai na sua crescente multifuncionalidade; veja-se que estes espaços com serviços profissionais disponibilizados, não só começaram por ser locais de venda de produtos alimentares, mas também locais de consumo dos mesmos e ainda espaços de descanso e de recreação, materializando aspectos importantes da chamada esfera do "não-trabalho" em espaços considerados semi-públicos. Interessante é considerar-se que para existir hospedagem, é necessário, paralelamente, existir uma mobilidade de pessoas e bens. A este título, os romanos tiveram uma importância fundamental, pois com as suas vias de comunicação lançaram a necessidade de hospedagem de pessoas e mercadorias[949]. Sobre isto, acrescenta Hans Conrad Peyer que, "no Império Romano, as tendas de vinho e as tascas (taberna, campona, propina), bem como as hospedarias que punham à disposição dos seus clientes os meios para dormir e estábulos (tabernas, *hospitium*, *diversorium*, *mansio*, *stabulu*) multiplicaram-se nas cidades e, progressivamente, nos pontos de paragem e nas mudas de cavalos que se distribuíam ao longo das grandes estradas do Império"[950].

Sobre estes espaços – tabernas romanas – cuja estrutura física era constituída, geralmente, "por uma cozinha e uma sala de jantar que dava para a rua e as hospedarias possuíam quartos de dormir com leitos, quartos de

[949] Cfr. http://www.canaltur.com.br/hotel_historico.htm#romanas.
[950] Hans Conrad Peyer, "Os princípios da hospedagem na Europa", cit., pp. 58-59. Parentesis e itálicos do autor.

vestir e de banhos, a que se juntavam com frequência os estábulos"[951], emerge tanto uma imagem pública como consequentes representações sociais, nada abonatórias nem para os próprios espaços nem para os seus frequentadores. Isto é, são espaços representados socialmente como espaços «mal-afamados»; os seus frequentadores situavam-se no que pode ser designado como vasto espectro das classes baixas, sendo primordialmente representadas as profissões de carregadores, de marinheiros, de prostitutas. Note-se que a sua inscrição espacial se fazia longe dos núcleos populacionais mais abastados e privilegiados, encontrando-se afastados das "zonas abastadas, pois os ricos não tinham geralmente a menor dificuldade em encontrar alojamento, alimento e divertimento, graças à hospitalidade que lhes era dispensada a título amigável pelos seus pares, nas cidades e no campo, e mesmo nas províncias"[952]. Este tipo de usos do espaço assinala, de forma particularmente interessante, as clivagens e dominações de classe já sentidas na sociedade tradicional.

Nas tabernas, obrigadas por lei a pendurar um ramo à porta para identificação, emergiam, como actividades mais frequentes, os dados e a prostituição, portanto, orgias, cantos, e danças animavam o seu interior. As próprias confrarias faziam as suas refeições nas salas semi-públicas das tabernas. A taberna assumiu também uma reputação de espaço desviante, dado ser um espaço de roubos e assassinatos. Não raro, os próprios taberneiros procediam a diversas misturas de vinho com água ou outras adulterações e fraudes comerciais, e faziam batota no jogo[953]. Por conseguinte, não causará admiração que o nome de taberneiro corresponda a uma conotação de comerciante e nada lisonjeira.

Encarando a tasca - a taberna - como qualquer espaço onde se processa a venda de vinho, então pode-se considerá-la, num certo sentido, contemporânea do vinho e do beber. Contudo, o que a define especificamente é a existência de um local de consumo de vinho e de germinação de sociabilidades específicas precisamente em torno do vinho que "pressupõe a

[951] Hans Conrad Peyer, "Os princípios da hospedagem na Europa", cit., p. 59.
[952] Hans Conrad Peyer, "Os princípios da hospedagem na Europa", cit., p. 59.
[953] Cf. Pedro de Andrade, "A taberna mediática, lugar reticular de negociações sociais e socializações", in Revista Crítica de Ciências Sociais, nº 33, 1991, p. 276.

relação social e produz a sociabilidade."[954] Isto é, trata-se de um espaço "que permitiu um *habitus* social peculiar, instituindo uma maneira estruturada e histórica de estar e de ser, que se diferencia dos outros lugares ou ocasiões sociológicas em que se bebe vinho (casa, igreja, rua, adega, armazém, café, quiosque, feira, romaria, festa, banquete, bodo, enterro, cantina, estação de transporte, local de trabalho, etc.)[955]".

5.3.1. – A taberna na história

Se seguirmos a diacronia histórica, observamos que na Antiguidade, o auto-consumo e a hospitalidade obstaculizavam o nascimento da taberna por parte dos povos produtores ou consumidores de vinho. A taberna mostrou-se pela primeira vez junto às grandes estradas do Egipto. Na Grécia antiga, a taberna localiza-se em torno dos templos, servindo também de estação de correio.

No império romano, os imperadores e os embaixadores frequentam assiduamente a tasca, encontrando-se esta ao longo das estradas da Península Itálica e também em torno dos ginásios e dos circos. Sabe-se mesmo que as autoridades organizaram um sistema de espionagem aperfeiçoado nas tascas sendo o registo dos visitantes obrigatório para os que aí pernoitam[956].

Na Idade Média, a taberna institucionaliza-se; assiste-se, simultaneamente, ao aparecimento de novas personagens: o cristão e o seu complemento, isto é, o representante do clero na nova religião. Ora, os taberneiros não mantêm muitas afinidades com os cristãos na medida em que estes são apologistas da ascese e do jejum; contudo, a taberna continua em progressão[957].

Ao longo dos tempos a tasca funcionou como refúgio de escritores e foi peça básica em alguns acontecimentos históricos. De forma ilustrativa, a Tomada da Bastilha é antecipada por acções dos bebedores das tabernas, dos contrabandistas de vinho e dos tasqueiros da periferia de Paris, que se

[954] António Teixeira Fernandes, "Ritualização da comensalidade", cit., p. 27.
[955] Pedro de Andrade, "O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico", in *Povos e Culturas*, nº 3, 1988, p. 240.
[956] Cf. Pedro de Andrade, "O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico", in *Povos e Culturas*, nº 3, 1988, pp. 239-241.
[957] *Idem, ibidem.*

insurgem contra os pesados impostos sobre o álcool. É comprovada a importância dos impostos na história das revoluções, sendo o vinho um dos produtos de maior taxação, sobretudo em França e Portugal, países de grande produção e consumo. A tasca também viu entrar nas suas portas os adeptos da Maçonaria ou de outras correntes políticas durante os séculos XIX e XX, período que assistiu também à ascensão do café e da cervejaria, transformando-se estes últimos em locais determinantes para as actividades políticas[958].

Relativamente às formas de beber na taberna, podemos afirmar que elas possuem um significado sociológico, adquirindo mesmo contornos de ritualidades. Assim, a *rodada* só pode existir num sítio onde o vinho seja vendido, revelando-se também, nesse gesto, situações de poder, de comemoração, e de aproximação social. Os concursos de bebida são também frequentes nas tabernas. Do ponto de vista das representações sociais, respondem a uma necessidade de comunhão e de coesão, por vezes como resposta a um contexto exterior percepcionado como ameaçador[959].

A tasca surgiu como um cenário por excelência, dedicado ao consumo de vinho. Contudo, esse consumo preexistiu ao estabelecimento de venda de vinho a retalho, embora encontre nesse *locus* a sua expressão social mais conseguida, consolidando a chamada sociabilidade tabernal, como iremos acompanhar adiante. Pelo acima exposto, conclui-se que, "a taberna, enquanto lugar principal de realização da prática pública de beber, trabalhou assim, desde cedo, como uma instituição de sobrevivência de uma larga franja da população portuguesa"[960].

5.3.2. – Para pragmáticas tabernais: rituais e vivências na taberna

O jogo é a actividade que mais se liga ao beber da taberna podendo revestir-se de diferentes naturezas: os jogos de destreza e os jogos de dinheiro e de azar. Relativamente aos jogos de destreza, saliente-se o chinquilho e a

[958] Idem, ibidem.
[959] Cf. Pedro de Andrade, "O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico", cit., p. 243.
[960] Pedro de Andrade, "O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico", cit., p. 230.

laranjinha; em ambos, tenta-se atingir um alvo localizado longe dos jogadores. O chinquilho celebrizou-se nas tabernas dos arredores de Lisboa, durante as «hortas» ou «retiros», que eram refeições colectivas de origem aristocrática, sendo constantes a partir do século XVIII[961]. Quanto aos jogos de dinheiro e de azar, considera-se que este tipo de jogos foi aquele que sofreu um controlo mais pesado por parte das forças de segurança. Aliás, alguns jogos, como os dados e as cartas, foram objecto de uma legislação repressiva.

No entanto, convém salientar que os jogos lúdicos constituem uma acção socializada. Para Graça Índias Cordeiro, o jogo "constitui um nó de múltiplos laços sociais, já que actualiza e reforça positivamente vínculos de vizinhança, de parentesco e de amizade"[962]. Sustentamos, a este propósito, que a invenção dos jogos contrapõe o tempo do lazer ao horário de trabalho. O jogo encerra todo um conjunto de momentos de relaxe após a rigidez da produção.

Em contraponto ao olhar do sexo como mecanismo de reprodução, a sexualidade da taberna tem como principal característica a promoção de práticas sexuais não prolíficas, sendo a lógica predominante a da despesa e a de consumação de desejos, impossível em outros lugares. As práticas sexuais na tasca acompanham outras actividades, como o beber e a música. Neste sentido, acrescenta Pedro de Andrade, "a taberna funciona assim, normalmente, mais como aperitivo sexual ou jogo preliminar do que como efectivo teatro do acto sexual. Também neste aspecto, a natureza semi-fechada da taberna constrói o ambiente ideal para o comércio do corpo"[963].

No século XIX a representação emblemática da sensualidade tabernal incide na prostituta e na fadista. O comércio do corpo nas ruas onde se situavam as tascas é, também, frequente. As casas de pasto e as tabernas foram sempre quadros de vício e de vadiagem, sendo de referir que sempre se gastaram recursos necessários para a subsistência quotidiana nas tabernas.

---

[961] Luís Filipe Maçarico, "Subsídios para uma reflexão antropológica. Patrimónios e identidades nos jogos populares de raiz tradicional", in *Elo Associativo*, n.º 25, Junho de 2002.
[962] Graça Índias Cordeiro, "Sociabilidade e Associativismo Popular em Lisboa: Alguns Elementos para a Identificação de um Terreno Urbano" in "Colóquio Viver n(a) Cidade", Lisboa, 1990, LNEC/CET, p. 134.
[963] Pedro de Andrade, "O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico", in *Povos e Culturas*, nº 3, 1988, p. 247.

A música existiu desde sempre nas tascas portuguesas tendo sido inspirada no vinho; o cantar à desgarrada, típico por exemplo em Lisboa, popularizou-se nas tascas[964]; as próprias canções de pendor político também tiveram como berço muitas das tascas. José Machado Pais defende que a "Lisboa boémia é um espaço de intersecção do mundo do *fado* com o mundo da *prostituição* e como nesse espaço se verifica uma convivência aberta entre os seus vários participantes, desde os *fadistas* até aos *marialvas aristocratas*, quer nas *tabernas*, quer nas *esperas de touros*"[965]. Desta forma podemos dizer que o fado se liga à tasca. Como nota de interesse, refira-se que o ambiente boémio onde terá nascido o fado é aqui evocado pela presença de alguns elementos: o banco alto de balcão, onde está sentado um rapaz a fumar um cigarro, o gato que bebe leite num prato (comum nas antigas tabernas), a mesa (à volta da qual se desenrola o acontecimento) e as vestes dos intervenientes. O mesmo autor salienta que "o fado pode ser considerado como filho da prostituição e das baiucas. Daí que no bordel estivesse sempre presente uma guitarra"[966]. Como nota de interesse, refira-se o ambiente boémio descrito por José Machado Pais: "até altas horas, havia descantes, *fado batido*, gritaria infernal, grandes pancadas sobre a mesa ao arremessar da carta sebenta que empolgava a vasa. De quando em quando, emergia a voz rouca do fadista avinhado ou aguardentado a cujo canto da boca se pendurava um cigarro, fazendo com o fumo entrecerrar a pálpebra. Cantava-se então o fado e as proezas da navalha. (...) Taberna tranquila, sem murros, sem gritos, sem facadas, era «fraca taberna». A taberna impunha-se pelo vinho, petisqueiras e *chinfrim*"[967]. Assim podemos constatar que "as tabernas eram «centros notórios para a reunião de galdérias, de sujeitos sem ofício nem benefício e de patuscos de profissão vaga ou intermitente». Todas essas tabernas – completos muladares do vício, paludosos marnéis do crime – eram infestadas por marítimos frecheiros, valentões blasonadores, fadistas e loureiras pirangas,

[964] Cf. Pedro de Andrade, "O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico", in *Povos e Culturas*, nº 3, 1988, p.250.
[965] José Machado Pais, *A Prostituição e a Lisboa Boémia do Século XIX aos Inícios do Século XX*, Lisboa, Editorial Querco, 1985, p. 44. Itálicos do autor.
[966] José Machado Pais, *A Prostituição e a Lisboa Boémia do Século XIX aos Inícios do Século XX*, Lisboa, Editorial Querco, 1985, p. 45.
[967] José Machado Pais, *A Prostituição e a Lisboa Boémia do Século XIX aos Inícios do Século XX*, Lisboa, Editorial Querco, 1985, p. 55. Itálicos e aspas do autor.

ancilas do prazer vendido a moeda refece"[968]. Assim, podemos concluir que a taberna mantém uma relação de génese com a música, particularmente nas suas feições mais populares, de onde se destaca o fado de outrora e também, na actualidade, os arremessos fadistas, as *canções pimba* ou outros géneros sincréticos de exaltação a feitos heróicos da masculinidade ou desventuras no amor.

A taberna é um espaço de práticas quotidianas inerentes a uma interacção face a face entre os taberneiros e os clientes. Esta interacção é marcada por determinados rituais que a caracterizam, tais como, *beber à saúde*, concursos de beber, rodadas, entre outros.

O ritual de beber cria um espírito de grupo entre os clientes da taberna, uma vez que, embora o acto de beber seja individual, o facto de um conjunto de indivíduos o fazer no mesmo local, tendencialmente da mesma forma, isto é, seguindo as mesmas etapas, leva a que este se torne num ritual colectivo. Assim, o *beber à saúde* é paradigmático a este respeito. Os motivos que estão na origem desta prática são vários e vão desde o brinde aos amigos, passando pela coesão da família, até ao amor. Qualquer momento considerado importante pode constituir um pretexto para legitimar a celebração do beber[969]. Mas o brindar apresenta diferenças de género. Enquanto as mulheres brindam mais aos amigos, às pessoas amadas, aos familiares, aos momentos importantes e à vida, os homens brindam com maior intensidade às equipas de trabalho, às equipas desportivas e até mesmo ao prestígio do dono do local de bebidas. Por outro lado, as diferenças face a diferentes condições perante o trabalho estão também presentes no brindar. Neste âmbito, e a título de exemplo, podemos referir que os estudantes, agentes sociais ainda não integrados na vida activa, saúdam com mais frequência as amizades, tempos fundamentais e grandes causas, enquanto que os reformados, agentes sociais já excluídos da vida activa, celebram os recém nascidos, as equipas desportivas e o para além da vida.

---

[968] José Machado Pais, *A Prostituição e a Lisboa Boémia do Século XIX aos Inícios do Século XX*, Lisboa, Editorial Querco, 1985, p. 46. Aspas do autor.
[969] Pedro de Andrade, Beber, *Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas*, cit., p. 614.

Este tipo de saudação não se baseia apenas numa negociação social que tem por fim a legitimação de uma pessoa, de um grupo, de um local colectivo, de um momento histórico, entre outros possíveis. O brinde é passível de ser identificado também como um ritual quotidiano que pode ser enquadrado numa antropologia urbana[970]. Estas são, em linhas gerais, as razões sociais que explicam a prática de *beber à saúde*.

Um outro ritual que se aproxima da prática do *beber à saúde* é o da rodada, no qual estão bem explícitas relações de sociabilidade e de solidariedade. A rodada consiste na oferenda de bebida por parte de um dos actores a todos os agentes presentes, e pode ser entendida como uma estratégia de acumulação de capital social. A rodada possui duas finalidades, ambas enquadradas nos relacionamentos sociais e nas redes de sociabilidades: a manutenção dos amigos e a renovação dos conhecidos. No entanto, pode ser ainda vista como uma forma de ajudar uma pessoa sem meios a beber.

Tanto o *beber à saúde* como a rodada são duas práticas que, apesar de próximas, apresentam dissemelhanças, pois se, por um lado, no *beber à saúde* o grupo já se encontra constituído, e o brinde não é mais do que um complemento, uma manifestação da sua coesão, por outro, na rodada o grupo forma-se pela razão de um dos actores presentes, pretender pagar uma bebida. E neste caso, mais uma vez se apresenta reforçado o quadrante das sociabilidades, quer pelo aprofundamento, quer pela extensão, isto é, quer pela sedimentação de laços já iniciados, quer pelo alargamento de conhecimentos por via de laços em iniciação ou a iniciar.

Mais uma vez, se apresenta como pertinente a relação entre a faixa etária e a rodada, ressaltando daí alguns factos curiosos. Os adultos são os agentes sociais que denotam maior preocupação em manter amizades e a fazer novos amigos por via da rodada. Os jovens, por outro lado, dão um significado diferente à rodada, pois usam-na com o objectivo de seduzir uma pessoa ou

[970] Pedro de Andrade, Beber, *Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas*, cit., p. 614.

ajudar um companheiro que esteja temporariamente falido. Estes, tal como os mais velhos, servem-se da rodada como meio de ostentação e prestígio[971].

A rodada não é apenas apanágio do género masculino. Por conseguinte, o género feminino não se auto-exclui à sedução da rodada, utilizando-a mais no sentido de pagar uma bebida a alguém. Apesar de tudo, na sua grande maioria, a rodada é um ritual mais masculino do que feminino, vivenciado, tendencialmente, desta forma ainda na actualidade.

Os concursos de beber estão, também, contidos nas práticas de sociabilidade e de solidariedade sociais que se desenrolam nos estabelecimentos semi-públicos de bebidas. Consistem, então, em identificar a pessoa que bebe em maior quantidade e no menor período de tempo. Esta é, sem dúvida, uma das práticas mais frequentes nos mais jovens, se bem que os mais velhos lideram no que respeita ao consumo de bebidas fortes[972].

Para finalizar esta matéria, importa ainda salientar que uma abordagem às tabernas/tascas e similares obriga a recuar, uma vez mais na história até ao séc. XVIII, uma vez que, as reminiscências deste tipo de estabelecimentos, na actualidade, não se centram apenas no consumo do vinho; os pequenos petiscos, tais como, o bolinho de bacalhau, a patanisca, a bifana, entre outros, fazem parte do *corpus* tabernal, sendo o seu consumo neste *locus* sempre acompanhado do copo de vinho.

De forma geral, podemos assim, associar os espaços sociais semi-públicos do beber, não só a práticas de sociabilidade e amizade, inerentes à diversão em geral, ao *beber à saúde*, à rodada e aos concursos de beber, mas também a formas de solidariedade social.

---

[971] Pedro de Andrade, Beber, Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas, cit., p. 623.
[972] Pedro de Andrade, Beber, Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas, cit., pp. 622-625.

5.3.3. Sob o prisma da transacção comercial na taberna

Façamos incidir agora a taberna num novo registo analítico: as transacções comerciais que se estabelecem neste tipo de locais. O taberneiro utiliza muitas vezes a dádiva de vinho e/ou petiscos para obter outros bens (batatas, tecidos, etc.) e até mesmo informações. E daqui decorre o fiado (crédito popular que surge inicialmente nas tabernas e pequenas mercearias, e mais tarde nos cafés e bares, que tem como princípio base a confiança), devido à inoperância das políticas empreendidas pelo Estado–Providência. Esta prática revela-se de extrema importância, servindo mesmo de resposta a esta situação, tendo-se, posteriormente, transformado em sistema pré capitalista de créditos. Desta forma, os interesses económicos subjacentes a estes espaços são mútuos, uma vez que o vendedor das bebidas assegura um cliente e este obtém o modo de pagamento que lhe é mais cómodo. No entanto, não pode ser descurado o facto de esta relação criar uma dependência muito grande entre o devedor e o credor, embora esta relação encerre em si uma forma notável de entreajuda e de vitalidade da Sociedade–Providência.

Quando o cliente tarda a pagar as suas dívidas, ou quando o credor resolve aproveitar-se da situação de dependência criada, requerendo, por exemplo, condições de pagamento inaceitáveis ou mesmo degradantes, surgem conflitos muito graves, que minam quer a relação de confiança entre ambas as partes, quer o princípio da entreajuda inerente ao fiado.

Nos dias de hoje, o empréstimo nos estabelecimentos de bebidas actuais, assume contornos um pouco diferentes, tais como, a utilização do cartão de crédito bancário (que diminui o risco para o comerciante), o cartão de crédito da casa (que constitui uma solução intermédia, uma vez que assenta, como no fiado, numa certa confiança na palavra do devedor) e a chamada garrafa reservada que constitui uma posição de mediação informal[973].

[973] Pedro de Andrade, Beber, Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas, cit., p. 631.

A população mais idosa, vulgo terceira idade, é o escalão etário que acede mais vivamente à tradição do fiado; simultaneamente, é também a que recorre com mais regularidade ao cartão da casa, ou à garrafa reservada. No que diz respeito às formas de pagamento mais modernas, como é o caso da utilização do cartão de crédito bancário, são os jovens e os adultos que mais o subscrevem[974].

Se estabelecermos uma comparação de género, verificamos que os homens utilizam com mais frequência qualquer uma das formas de empréstimo, afirmando que estas conduzem a um aumento do consumo. No que diz respeito às mulheres, estas recorrem ao crédito, ou porque não têm dinheiro, ou porque faz parte de um costume. As mulheres são também apontadas como as protagonistas da "morte do fiado". Aliás, podemos, no entanto, afirmar que o fiado, associado aos modos de solidariedade social tradicional, se encontra nos dias de hoje em progressiva diminuição[975]. Pese embora o facto de ainda ir persistindo em alguns espaços semi-públicos de cariz mais tradicional, é algo que não caracteriza, de todo, e igualmente, todos eles.

Os estabelecimentos de bebidas são também palco de outros fenómenos que se inserem nos processos de entreajuda, tais como o empréstimo de dinheiro entre frequentadores, a contratação para um emprego, "a leitura gratuita de jornais pelos clientes, o uso do telefone e mesmo os banhos de chuveiro facultados"[976] por estes estabelecimentos. Estes espaços, mais do que locais de consumo de bebidas são, então também, espaços onde se estabelecem redes de solidariedade, e onde são visíveis processos quer de reciprocidade (assentes na troca de bens, serviços e outras interacções entre agentes sociais que gozam de uma situação económico–social equivalente), quer de redistribuição (distribuição de bens e serviços entre agentes sociais que mantêm uma certa hierarquia económico-social).

---

[974] Pedro de Andrade, Beber, Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas, cit., p. 597 e segs.
[975] Pedro de Andrade, Beber, Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas, cit., p. 597 e segs.
[976] Pedro de Andrade, Beber, Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas, cit., p. 608.

Em jeito de conclusão, podemos dizer que existe ainda um outro conjunto de serviços, muitas vezes oferecidos nas tabernas, excluídos dos processos de entreajuda e voltados para a busca de uma contrapartida económica; referimo-nos ao contrabando e à prostituição. Sobre este assunto, veja-se que os locais de bebidas podem ser definidos como um espaço social básico de resistência à dominação socioeconómica, que assenta, em parte, em estratégias de reprodução da pobreza. Estas, por seu lado, não são inócuas a actos solidários. Por exemplo, a prática do fiado, vista como um acto de solidariedade e entreajuda, típica deste tipo de estabelecimentos, pode ilustrar esta situação de reprodução de pobreza.

5.3.4. Em jeito de síntese

Os rituais, costumes e tradições ligadas à bebida, relevam-se inumeráveis e são enquadrados em contextos de sociabilidade, solidariedade e amizade. Desta forma, e consequentemente, as casas de beber apresentam-se, também, como locais propícios para o surgimento de relações de sociabilidade, de solidariedade e de amizade. Os rituais respeitantes à prática de *beber à saúde*, os concursos de beber e as rodadas, reforçam as relações de camaradagens e de amizade. Aqui prevalecem rituais, costumes e tradições mais ligados a concepções específicas de masculinidade, sendo visíveis, por exemplo, no modo e beber rude, que pode estar associado aos procedimentos, aos discursos encontrados nas tabernas e nos bares de populações marginais.

Os estabelecimentos de bebidas funcionam então como locais passíveis de se forjarem novas amizades e reforçar as existentes. Neste sentido podemos estabelecer uma comparação entre as diversas faixas etárias. Tanto os adultos como a terceira idade partilham da convicção de que nestes espaços podem-se conhecer novas pessoas, sendo que para esta última categoria, estes locais são também lugares que propiciam o reencontro de velhos amigos. No que diz respeito aos mais jovens, as celebrações são as práticas mais usuais neste tipo de estabelecimentos, sendo que apresentação de contactos ou conhecidos é importante para esta faixa etária, como também para os adultos.

Relativamente às diferenças de género, no que diz respeito às redes de amizade estabelecidas nestes locais, enquanto que os homens procuram fazer novas amizades, as mulheres preferem participar em celebrações, apresentar pessoas conhecidas ou aconselhar amigos.

Finalmente, uma última nota leva-nos a realçar que, apesar da clara importância social e mesmo económica que o espaço tabernal ainda conserva nos dias de hoje, mais precisamente no Porto, muitos destes estabelecimentos foram encerrados por via de algumas iniciativas de requalificação urbana, uma vez que não possuíam as condições exigidas por lei, no que respeita à restauração[977]. Isto faz-nos considerar os cenários vínicos como palcos em constante reformulação e actualização. Indo mais longe, poderemos mesmo equacionar se estas transformações no espaço tabernal não fazem parte dum consenso generalizado sobre a forma de ocupar espaços de "não trabalho", fazendo-nos reportar estas considerações às palavras de P. Bourdieu, inerentes ao exercício do poder simbólico que "só se exerce com a colaboração daqueles que o sofrem porque contribuem para o *construir* como tal (...) esta submissão nada tem de uma relação de «servidão voluntária» e esta cumplicidade não é concedida por meio de um acto consciente e deliberado; é ela própria efeito de um poder, que se inscreveu duradouramente no corpo dos dominados, sob a forma de esquemas de percepção e de disposições (a respeitar, a admirar, a amar, etc.), quer dizer, de crenças que tornam alguém *sensível* a certas manifestações simbólicas, como as representações públicas do poder"[978].

[977] Informação recolhida em Dezembro de 2003 no Posto de Turismo do Porto.
[978] Pierre Bourdieu, *Meditações Pascalianas*, Oeiras, Celta Editora, 1998, p. 151. Aspas, itálicos e parêntesis do autor.

5.4. Consumos vínicos e estruturação dos quotidianos: um passeio histórico com destino à actualidade

Dado o nosso objecto de estudo, seria inadequado não se proceder a um traçado a propósito da pertinência dos consumos vínicos na estruturação dos quotidianos da população. Allen J. Grieco fornece-nos, a esse respeito, excelentes reflexões, salientando que, "segundo um lugar-comum medieval, a sobrevivência dos seres humanos era assegurada pelo consumo de vinho (de *ale* ou cerveja na Europa do Norte), de pão e de «todas as outras coisas» que se comiam com pão"[979]. Acrescente-se ainda que " (...) por esta altura (séc. XV), os vinhos mais caros e apreciados eram os vinhos brancos que pontificavam à mesa dos grandes, enquanto os tintos, mais baratos e menos apreciados, se ficavam por tristes e sôfregas goelas plebeias"[980].

Os gostos das classes superiores não foram sempre e por toda a parte os mesmos, e até ao final do século XVII o vinho tinto era considerado um alimento grosseiro, inerente às classes inferiores. Note-se que as bebidas alcoólicas mais vulgarizadas eram o vinho e a cerveja. Na Europa Mediterrânea destacava-se o vinho enquanto que a cerveja era predominante na Europa Setentrional e Oriental. Não obstante, tratam-se de hábitos enraizados, sendo que não se bebia cerveja ou vinho apenas para matar a sede ou porque a água do poço provocava problemas intestinais. Bebia-se para alcançar euforia e excitação, necessárias para combater as inseguranças, os medos e os cansaços da vida quotidiana, para afastar o espectro da fome e da guerra. Aliás, é com este propósito que população da Idade Moderna fez amplo uso das sementes opiáceas da papoila e de plantas alucinogénicas[981].

O vinho toma parte do imaginário ligado à memória da literatura de cordel onde ocorre simbolicamente um conflito ente água e vinho: " (...) a

---

[979] Allen J. Grieco, "Alimentação e classes sociais no fim da Idade Média e no Renascimento", in Jean-Louis Flandrin e Massimo Montanari (dir.), *História da Alimentação*, Lisboa, Terramar, 2001, p. 83. Parêntesis e itálico do autor.
[980] Manuel Guimarães, *À mesa com a História*, Sintra, Colares Editora, 2001, s. p.
[981] Raffaella Sarti, *Casa e Família: habitar, comer e vestir na Europa Moderna*, Lisboa, Editorial Estampa, 2001, pp. 308-309.

tristeza do beber de água (...) a alegria dos bebedores de vinho (...)"[982]. Por seu turno, Michel Maffesoli considera que "(...) a existência quotidiana é fragmentada, polissémica, constituída por sombras e luzes, numa palavra, o que é cada vez mais admitido, feita por um homem simultaneamente «sapiens» e «demens»[983]", sendo portanto de enquadrar o consumo vínico no que o autor designa a busca do prazer como marca indelével do hedonismo contemporâneo[984], podendo aqui contextualizar-se todas as manifestações de libertação lúdica, relacional, social e criativa associadas ao consumo do vinho. Sem nos alongarmos muito, lembraríamos, neste momento, toda a tolerância de que, neste momento, é objecto o consumo de álcool na altura da realização da Queima das Fitas, nos festejos de S. João, nas despedidas de solteiros, entre outros eventos.

Com efeito e se considerarmos o uso e os valores inerentes à prática vínica, podemos dizer que obedecem a uma diversidade de objectivos. É nesta óptica que Pedro de Andrade traça uma tipologia face ao beber, salientando nesta o *beber-resistência*, o *beber político*, o *beber lúdico*, o *beber ritual* e o *beber-vertigem*[985]. Falar de consumos, de sociabilidades e de rituais vínicos impele-nos a abordar todo um conjunto de maneiras de ser, fazer e estar perante o vinho, isto é, de práticas sociais que encerram especificidades. É por isto mesmo que iremos recorrer ao que consideramos ser a tipologia mais acabada de beberes, tendo em vista a enunciação das práticas sociais e ritualidades que subjazem ao consumo de vinho.

Relativamente ao *beber-resistência*, podemos dizer que se subdivide em três categorias fundamentais: o *beber-necessidade*, o *beber clandestino* e o *beber guerreiro*. No que diz respeito ao primeiro sub-tipo, considera-se que grande parte da população portuguesa, nomeadamente as classes populares, bebe como forma de resistência à carência alimentar que esta população foi

---

[982] Pedro de Andrade, Beber, Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas, cit., p. 546.
[983] Michel Maffesoli, O Conhecimento do Quotidiano, Lisboa, Veja, s.d. data, p. 158. Itálico e aspas do autor.
[984] Tânia Nogueira e Débora Rubim, "A era do deleite - Entrevista com o sociólogo francês Michel Maffesoli", in http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT916554-1664-6,00.html
[985] Tipologia de Pedro de Andrade referida em Pedro de Andrade, "O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico", in Povos e Culturas, nº 3, 1988, pp. 230-239. A presença ou ausência do ifen nos tipos do beber, reproduzem totalmente a forma como o autor os apresenta.

sofrendo através dos séculos. Esta realidade permite percepcionar nas classes populares que o desejo e o prazer de beber se confundem com uma necessidade, contrariamente ao que acontece com os consumos de elite, em que existe uma liberdade de escolha entre o prazer e a obrigação. Quanto ao *beber clandestino*, encontra-se por exemplo nos trabalhadores das vinhas, pois estes alimentam-se frequentemente de uvas ou vinho, actos que muitas vezes estão proibidos contratualmente. Por seu turno, o *beber guerreiro* pratica-se de forma mais esporádica, sobretudo durante conflitos armados[986].

Já o *beber político*, é entendido como um acessório de atitudes socio-políticas ou inclusivamente como uma sua alavanca. Numa análise mais alargada, constata-se que o beber pode mesmo interferir na vida socio-política de uma cidade, tal como na de um país. Sobre isto, Pedro de Andrade lembra, e bem, que "já no tempo do Pombal, a famosa revolta dos taberneiros do Porto, em 1757, revelou-se a mais importante contra o Marquês. Os tasqueiros e o povo frequentador das tabernas insurgiam-se contra a disposição legal que previa o encerramento de grande número desses estabelecimentos, devido ao privilégio de monopólio de venda do vinho a retalho, outorgado à Real Companhia Velha, naquela região. A ingestão de vinho imediatamente antes dos distúrbios, que alastraram a toda a cidade, constituiu um dos detonadores microssociológicos de uma situação explosiva, motivada, paralelamente, por outras causas mais gerais, macrossociológicas e históricas"[987].

Por sua vez o *beber lúdico*, remete para várias formas de beber a ele associadas: concursos de beber, rodadas, beber à saúde, etc. Ao vinho também se associa um significado sagrado, situando-se aqui o *beber ritual*. Um exemplo do beber ritual referido pelo autor incide num hábito vivido pela tripulação de um barco de pescadores, no Porto, e refere-se ao «beber a companha». Nas palavras do autor, "trata-se de uma forma de beber em grupo, na taberna, tendo cada tripulação ou associação de pescadores a sua preferida. Normalmente ao Sábado à noite, com o casaco em cima dos ombros, trazia-se o pão e outros alimentos dentro de um lenço atado com nós nas pontas.

[986] Pedro de Andrade, "O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico", in *Povos e Culturas*, nº 3, 1988.
[987] Pedro de Andrade, "O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico", in *Povos e Culturas*, nº 3, 1988, p. 233.

Sentavam-se nos longos bancos característicos das tascas, à mesa comum, falando do trabalho do mar, dos sucessos acontecidos durante as mais memoráveis bebedeiras da semana, ou de assuntos extraordinários, como lobisomens e bruxas que os perseguiam à chegada a casa, e que os ameaçavam de morte ou de má pesca se contassem a alguém esses encontros"[988].

O *beber* pode também raiar a *vertigem*, "a partir de uma aceitação ou de uma recusa, menos ou mais sistemática, de uma realidade contextual, e tomar, como forma de resposta, um sobre-investimento libidinal"[989], apresentando-se como uma tentativa de fuga à realidade e descentramento do espaço concreto e das condições de vida.

Esta diversidade de beberes – resumida no Anexo 3.1 - para além de se mostrar heurística e metodologicamente de grande utilidade, revela sobretudo a inevitabilidade da existência de práticas sociais, o que faz recordar as palavras de Erving Goffman ao referir-se à "participação num agrupamento"; a este propósito considera o autor que, embora "signifique sempre constrangimento e organização, existem disposições sociais especiais que levam a uma estruturação suplementar das condutas ou uma estruturação mais importante para todos aqueles (...) que estão presentes" e este é o fundamento da interacção social, pois esta pode ser definida como o que emerge em situações sociais, "isto é, em ambientes nos quais dois indivíduos, ou mais, estão fisicamente em presença da resposta de um e do outro"[990].

[988] Pedro de Andrade, "O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico", in *Povos e Culturas*, nº 3, 1988, p. 235.
[989] Pedro de Andrade, "O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico", in *Povos e Culturas*, nº 3, 1988, p. 237.
[990] Erving Goffman, *Os Momentos e os seus Homens*, Lisboa, Relógio d'Água, 1999, p. 151 e p. 195.

5.5. O vinho: modalidades e vinculações de uso

Inscrevendo mais uma vez a nossa análise na de Pedro de Andrade, podemos dizer que a socialização para o consumo de vinhos é composta por duas fases distintas: a socialização directa e a socialização indirecta. Segundo o autor, a socialização directa associa-se ao consumo enquanto "aquisição de competências, conhecimentos e atitudes quanto a orçamentos, preços e atitudes para com marcas comerciais" e a socialização indirecta, associa-se ao consumo "como as motivações subjacentes que levam um adolescente a comprar a primeira lâmina de barbear e uma rapariga a comprar o seu primeiro soutien"[991]. A socialização indirecta do consumidor é a componente mais importante do processo social de socialização para os profissionais do *marketing*, pois é esta que permite compreender a escolha dos produtos pelos consumidores.

A bebida na infância é um fenómeno que comporta graves problemas de saúde amplamente difundidos, revelando-se, por isso, muito preocupante. No que concerne aos jovens, o consumo de bebidas pode ser visto como uma prática de sociabilidade. Este consumo está frequentemente ligado a associações juvenis e a estabelecimentos de ensino, onde se destacam as celebrações universitárias, como é o caso da Queima das Fitas. As chamadas "barraquinhas" amplamente difundidas e espalhadas por todo o espaço que acolhe o evento anteriormente referido, os próprios slogans das "barraquinhas" e os nomes singulares atribuídos às misturas de bebidas alcoólicas, são uma das grandes atracções desta comemoração[992].

Este tipo de consumo juvenil poderá, por vezes, aparecer enquanto "beber coercivo", uma vez que este está associado aos diferentes ritos de passagem de um grau estudantil para outro. Aqui estão contidas, como refere Pedro Andrade, "verdadeiras práticas de sujeição e humilhação dos caloiros

[991] Pedro de Andrade, Beber, Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas, cit., p. 242.
[992] Sobre este assunto, ver também Dulce Magalhães, "O vinho: Práticas, elogios, cultos e representações em questão na sociedade portuguesa", Sociologia, Problemas e Práticas, nº 32, Abril de 2000, pp. 11-12.

relativamente aos estudantes em etapas mais avançadas, desembocando em formas de intolerância encapotada (...)"[993].

A título de curiosidade, diga-se de passagem, que na sociedade portuguesa, e considerando a mortalidade nas estradas por grupo etário e causas, podemos concluir que os jovens se assumem como grandes consumidores de bebidas alcoólicas com maior ilustração em comportamentos de risco. Assim, se centrarmos o nosso olhar sobre os condutores passageiros de veículos ligeiros segundo as vítimas mortais, a categoria etária mais representada, no ano de 2004, centra-se no intervalo que vai dos 20 aos 24 anos, associada à influência do álcool[994].

Há algumas décadas atrás, quando os jovens começavam a trabalhar nas fábricas eram encarados como homens enquanto produtores; porém continuavam a ser crianças. Ora, o estatuto de homem era-lhes conferido, posteriormente, e a propósito da frequência à taberna, do consumo de vinho, tabaco e de mulheres da vida, o que tem como corolário a propulsão para a frequência dos estabelecimentos de bebidas, sendo esta, de certa forma condicionada pelos efeitos geracional e etário[995].

A imagem do beber e da embriaguez foi variando ao longo da história e no espaço geográfico. Na Europa Medieval e Renascentista, a bebida estava relacionada com a actividade sexual e com a violência. As mulheres desta altura eram grandes consumidoras de álcool apesar das restrições associadas ao discurso de cariz patriarcal. O vinho e a cerveja surgiam como duas bebidas que eram consumidas em grandes quantidades, uma vez que faziam parte dos hábitos alimentares do povo.

Nos E.U.A, o álcool é a substância viciante mais utilizada pelas mulheres, sendo que 4 milhões de dependentes da bebida alcoólica pertencem ao sexo

---

[993] Pedro de Andrade, Beber, Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas, cit., p. 243.
[994] Direcção Geral de Viação, Estatísticas de Sinistralidade, Lisboa, Novembro de 2004, p. 4 in http://www.dgv.pt/dgv/index.asp.
[995] Cf. Pedro de Andrade, Beber, Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas, cit., p. 245.

feminino. Este facto acarreta graves problemas para a família e filhos, visto que as doenças causadas pelo álcool nas mulheres, têm efeitos mais graves do que nos homens, uma vez que aquelas metabolizam-no diferentemente. Assim sendo, as doenças do coração, a hepatite, a pressão arterial, deixam de ser um problema tipicamente masculino passando a afectar, também, grande parte das mulheres consumidoras[996].

A bebida está também ligada aos homens e mulheres "protagonistas de acontecimentos sociais ou culturais"[997]. No campo da literatura, a bebida alcoólica servia, não raras as vezes, para inspirar numerosos escritores, tais como, Ernest Hemingway, Jack London, entre outros. As mulheres escritoras eram também apreciadoras do álcool, usando-o para condimentar as suas obras literárias.

De qualquer forma, a imagem que aparece associada aos estabelecimentos de bebida, enquanto espaços tipicamente masculinos, não se esbateu por completo. Os homens constituem mais do dobro das mulheres que frequentam estes espaços. Esta realidade social é mais visível nas tabernas, mas também não se afasta muita da realidade vivida nos cafés e bares, uma vez que estes, principalmente nos meios rurais, são, sobretudo, espaços masculinos. Tal como na taberna, que surge inicialmente como um espaço típico de homens, o mesmo acontece também no café e no bar, apesar de se registar em graus diferentes. Cervejarias e snack bares ilustram também essa realidade. No entanto, as mulheres vão conquistando, pouco a pouco, estes espaços tradicionalmente masculinos, principalmente no que diz respeito aos cafés ou bares nocturnos, estes últimos por se tratar de locais de sedução habituais[998]. Contudo, o vinho foi e continua a ser uma bebida tipicamente masculina, isto é, o seu consumo diário é monopolizado pelo sexo masculino, tal como poderemos demonstrar mais à frente com elementos recolhidos empiricamente nesta nossa pesquisa.

---

[996] Pedro de Andrade, Beber, *Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas*, cit., p. 264.
[997] Pedro de Andrade, Beber, *Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas*, cit., p. 267.
[998] Pedro de Andrade, Beber, *Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas*, cit., p. 268.

A finalizar este capítulo, importa realçar a articulação entre o domínio masculino da esfera semi-pública, concretamente da taberna/tasca e o intenso jogo de poder simbólico que estrutura e reestrutura quotidianamente as práticas sociais, inclusive, as de consumo de bebidas e de espaços especializados para esse efeito, justamente na medida em que o "poder simbólico é um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem *gnoseológica*: o sentido imediato do mundo (...), quer dizer, «uma concepção homogénea do tempo, do espaço, do número, da causa, que torna possível a concordância entre as inteligências»"[999].

Num contexto de significados sociais intensos como o que estamos a tratar, os símbolos "são os instrumentos por excelência da «integração social»"[1000]; são carris de comunicação, pluralizando, nos agentes, o sentido do consenso accional não alheio, com certeza, a uma certa tendência para a reprodução da ordem social.

[999] Pierre Bourdieu, *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel, 1989, p. 9. Itálico e aspas do autor.
[1000] Pierre Bourdieu, O *Poder Simbólico*, Lisboa, Difel, 1989, p. 10. Aspas do autor.

PARTE III

DOS TRILHOS TEÓRICOS-METODOLÓGICOS AO TRAJECTO EMPÍRICO: UM PROJECTO COM CINCO ANDAMENTOS EM TORNO DE PRODUÇÕES QUOTIDIANAS

Para uma abertura à empíria

Actualmente, e cada vez mais, o homem está inserido num conjunto de relações sociais que estabelece não só com os outros homens mas, e principalmente, com os objectos, com as coisas[1001] de que se rodeia e que considera fulcrais para a sua vivência no quotidiano. Segundo Jean Baudrillard, "vivemos o tempo dos objectos: (...) existimos segundo o seu ritmo e em conformidade com a sua sucessão permanente."[1002] Os vinhos e os estabelecimentos que os comercializam, esses espaços semi-públicos, não são apenas um exemplo; são o *nosso*, e aqui sempre presente, exemplo.

Apesar de em declínio quando comparados a décadas anteriores, esses estabelecimentos emergem ainda hoje com uma tipicidade própria, recortando-se num espaço mais amplo e semi-público. É assim que, de ruas ou vielas palco de coexistência de estabelecimentos deste tipo, se passa, nos dias actuais, para um grau bastante menos acentuado dos mesmos mas que, não obstante, não deixam de existir, evidenciando ainda, e com alguma visibilidade, as suas marcas sociais.

A sua substituição por cafés e pastelarias, ou mesmo o seu encerramento definitivo fica a dever-se, decerto, a uma transferência dos hábitos vínicos *per se* para hábitos de consumo alcoólico diverso, do qual fazem parte as bebidas brancas e/ou espirituosas. Como poderemos ir constatando, nem o consumo vínico cessou na nossa sociedade, nem o consumo alcoólico ficou comprometido com alterações sociais que têm vindo a abanar a estrutura portuguesa nos últimos trinta anos. Simplesmente, assistimos a uma mudança ainda em curso, que torna viva a coexistência de elementos de permanência com elementos de mudança num contexto social de certa forma agitado.

[1001] Cf. Jean Baudrillard, *A Sociedade de Consumo*, Lisboa, Edições 70, 1981, p. 15.
[1002] Jean Baudrillard, *A Sociedade de Consumo*, Lisboa, Edições 70, 1981, p. 16.

Apliquemos, então, nesta última parte do trabalho, o argumento teórico desenvolvido anteriormente, a situações concretas retiradas do quotidiano vivido em espaços semi-públicos portuenses, por forma a torná-lo claro e a testar a sua adequação e adaptabilidade tendo em linha de conta as cinco plataformas de observação sobre as quais nos debruçámos.

Capítulo 6

CARACTERIZAÇÃO DOS CENTROS HISTÓRICOS DO PORTO E DE VILA NOVA DE GAIA

6.1. Considerações de partida

Uma vez que, como já foi descrito, a pesquisa empírica deste trabalho desenrola-se nos estabelecimentos de bebidas e/ou de bebidas e restauração dos Centros Históricos do Porto e de Vila Nova de Gaia, entendemos pertinente proceder a uma breve caracterização dos mesmos, tendo em conta as vertentes demográfica e socioeconómica das populações aí residentes. Como tudo o sugere, estamos perante espaços contíguos, pese embora a presença do rio Douro de permeio; admitimos, assim, que a similaridade entre estes dois Centros Históricos emerge, com nítidos contornos, a nível demográfico, económico e mesmo cultural.

O Centro Histórico do Porto integra totalmente a freguesia de S. Nicolau, quase na totalidade as freguesias da Vitória, da Sé e Miragaia, uma parte muito restrita da freguesia de Massarelos e apenas uma ponta das freguesias do Bonfim e de Santo Ildefonso[1003].

O Centro Histórico de Vila Nova de Gaia está totalmente integrado na freguesia de Santa Marinha, que, em termos de extensão geográfica o extravasa[1004].

A proximidade dos dois Centros Históricos, a sua continuidade, apenas intervalada pelo rio Douro, que os separa, a antiguidade dos mesmos e a história neles contida, leva-nos a admitir estarmos perante Centros Históricos com características idênticas. Corroborando este posicionamento, os resultados obtidos através duma breve incursão pelos meandros estatísticos disponibilizados pelo INE, permitiram-nos tratar estes dois Centros Históricos, não como dois tipos independentes mas como se de um tipo de espaço socioeconómico e cultural se tratasse. O objectivo que norteou esta fase do trabalho esteve mais numa breve caracterização da população aí residente através da informação obtida nos Recenseamentos da população efectuados em 1991 e 2001, e portanto referente, respectivamente, às décadas de 80 e de

[1003] Ver Mapa 1 no capítulo 3.
[1004] *Idem.*

90, do que num confronto entre dois marcos temporais. Pretendeu-se, com isto, conseguir uma espécie de traçado da imagem que cada Centro apresentava em 1991 e 2001, como se de *fotografias sociais* se tratasse. A única variável que utilizámos para um confronto entre três marcos temporais foi a referente ao quantitativo da população residente, tendo sido utilizada com o objectivo de percebermos mudanças relativas à ocupação do próprio espaço em questão ao longo das duas décadas; neste contexto, entendemos por bem proceder a um confronto, tendo como marcos os levantamentos censitários de 1981, de 1991 e de 2001. Para as restantes variáveis utilizadas não recorremos ao referente temporal de 1981.

A unidade administrativa recaiu na freguesia, uma vez que estatisticamente se tornou impossível delimitar com rigor qualquer dos núcleos históricos aqui em questão. Assim, tendo embora em linha de conta que o somatório numérico das freguesias abrangidas pelo Centro Histórico do Porto bem como o da única freguesia que abrange o de Vila Nova de Gaia, ultrapassa os efectivos reais dos respectivos Centros Históricos, ainda assim, e não tendo outra alternativa estatisticamente válida, ditou-nos o bom senso da sua prestimosa utilização[1005]. Tenha-se então em atenção que sempre que a nossa análise recair no Centro Histórico do Porto (CHP) ou no de Vila Nova de Gaia (CHG), estamos, na realidade a ter em conta a totalidade das freguesias que, em termos populacionais, os alimentam.

Seja como for, estamos perante elementos que funcionam aqui como referência a questões inerentes a uma primeira aproximação entre realidades que caracterizam espaços, facto que viabiliza o nosso estudo, permitindo a construção e o emergir duma imagem gráfica dos mesmos. O que importa tirar daqui são, para além do desenho demográfico, a extensão e a similitude de marcas sociais que, na sua generalidade, caracterizam as freguesias de ambas as margens do rio. A comprovar-se, estatisticamente, esta nossa hipótese, estaremos em condições de considerar o rio Douro como um denominador

[1005] Note-se que a informação estatística pretendida não se encontra desagregada a níveis de observação mais restritos; assim, na impossibilidade de tratar cada Centro Histórico *per si*, em termos de levantamento e análise estatística, que era o desejável, vimo-nos obrigados a enveredar por uma análise por freguesia, relativamente a todas as que integram cada um dos Centros Históricos. Assim, daqui resulta que, havendo três freguesias que integram apenas minimamente o Centro Histórico do Porto, entendemos, para estes casos, não alterar o critério utilizado nas restantes, o que nos levou a considerar, para efeitos de caracterização, os dados referentes à totalidade de cada freguesia que integra cada Centro Histórico, independentemente da extensão que é abrangida.

comum, aglutinador de práticas que, no quotidiano, não anula nem altera tendências. Convém não perder de vista, no entanto, que, apesar de tudo, cada Centro Histórico detém pequenas especificidades próprias, que, contudo, não distorcem esta ideia de vasto conjunto. A vivência em torno do vinho corrente e/ou em torno do Vinho do Porto será, neste contexto, um bom exemplo.

A pertinência deste capítulo justifica-se, por uma certa correspondência encontrada entre a caracterização socioeconómica dos residentes destes Centros Históricos e a caracterização dos clientes dos estabelecimentos estudados. Como se verá no capítulo seguinte, pese embora o facto de se tratarem de espaços semi-públicos com forte capacidade atractiva de clientes exógenos à área circunscrita, estes, enquadram-se, na sua essência, nos traços socioeconómicos predominantes nos Centros Históricos. Assim, consideramos que faz todo o sentido avançar para uma caracterização mais abrangente que extravase as plataformas de observação que engloba.

Procedemos, pois, a uma análise incidente em informações primários, consideradas básicas para traçar o perfil socioeconómico das populações abrangidas. Foram, então, alvo do nosso olhar mais atento indicadores e variáveis de foro demográfico, escolar e económico – Quadro 6.1 –, utilizando estes dados desagregados ao nível das freguesias delimitadas, como já referimos. Mas, tendo em vista a pertinência da análise do peso relativo de cada Centro Histórico no respectivo concelho de pertença, procedemos também à recolha concelhia, tendo em conta apenas os dois concelhos onde os respectivos Centros Históricos estão inseridos: Porto e Vila Nova de Gaia[1006].

A terminar esta breve introdução, gostaríamos de destacar o facto de que iremos apresentar dados apenas referentes à população efectivamente residente. Esta nossa advertência vai no sentido em que, à excepção da recolha de elementos que nos permitiram obter informação relativa à população presente por sexo em 1991 e em 2001, todos os outros dados incidem na população residente. Assim, acrescentaríamos apenas o facto de que, tomando

[1006] Todos os elementos numéricos, absolutos e relativos que se consideraram que se prestam a uma análise complementar e que não constam do corpo do texto deste capítulo, encontram-se integrados no Anexo 4.

o conjunto da população (H+M) para o total das freguesias consideradas, a população presente é sempre superior (às vezes apenas ligeiramente superior) à população residente. Contudo, a configuração gráfica não varia, tomando-se quer a população residente, quer a população presente – Anexos 4.1 a 4.4. A este nível comparativo não deixa de ser significativo o facto do peso relativo de cada um destes núcleos históricos no respectivo concelho ser precisamente o mesmo, independentemente de isolarmos a população residente ou a população presente: 27% no Centro Histórico do Porto e 13% no de Vila Nova de Gaia em 1991 e 23% e 11%, respectivamente, em 2001 – Anexos 4.5 a 4.8.

Quadro 6.1 – Indicadores e variáveis tratadas

A. Efectivos populacionais	B. Indicadores e variáveis consideradas
1. População residente[1007]	1. Sexo 2. Idade 3. Grau de instrução 4. Emprego *versus* desemprego 5. Actividade económica 6. Taxas de actividade e de desemprego 7. Condição perante o trabalho 8. Sector de actividade
C. Densidade demográfica em cada freguesia dos Centros Históricos em 1981, 1991 e 2001	

6.2. Retrato demográfico

O Centro Histórico do Porto contribuiu, em 1991, com 26% para a população total residente no seu concelho. Já o Vila Nova de Gaia contribuiu para o seu concelho com um efectivo populacional residente de 12,7% - Anexo 4.9. Esta diferença significativa, prende-se com a dimensão de cada um dos Centros Históricos – maior o do Porto -, com a dimensão dos próprios concelhos

[1007] Este efectivo populacional referente às freguesias de cada Centro Histórico foi cruzado com todas as variáveis consideradas em B.

– maior o de Vila Nova de Gaia -, com a sua composição a nível de freguesias, e com a própria densidade populacional de cada um[1008]. Em 2001, esses valores, decrescem, respectivamente, para 22,6% e 10,7%.

Em ambos os espaços geográficos predomina a população feminina. Começando pelo Centro Histórico do Porto, e tendo em conta as freguesias abrangidas por este núcleo histórico, podemos considerar que a sua população residente em 1991 é maioritariamente constituída pelo sexo feminino, factor de continuidade ao analisar-se o seu efectivo populacional em 1981. Da sua totalidade populacional de 78606 indivíduos para 1991, 56% são mulheres, valor que se mantém inalterado para 2001. Este é um comportamento de continuidade que caracteriza por não só este núcleo histórico, tomado no seu conjunto, como também cada uma das freguesias nele integradas. Também no núcleo de Vila Nova de Gaia o sexo feminino totaliza 52,3% da população, valor bastante aproximado do encontrado para o seu concelho em 1991: 51.4%. Também neste Centro Histórico, a continuidade a este nível, e para 2001, é um factor a assinalar, com o peso maioritário da população feminina (52,9%) - Anexo 4.9. Assim, tal como acontece no Porto, em Vila Nova de Gaia encontramos também um factor de continuidade face às décadas anteriores. Para além disso, ambos os Centros Históricos, apresentam manifestamente um comportamento similar a este nível.

No entanto, quanto à taxa de variação populacional entre 1981 e 1991, o comportamento destes dois núcleos apresenta algumas *nuances* quando comparados entre si os seus valores absolutos. Enquanto que o concelho do Porto, como todas as freguesias do seu núcleo histórico, estão em franco decrescimento populacional, que se generaliza a ambos os sexos, a freguesia de Santa Marinha, apresenta valores comportamentais divergentes, isto é, assiste-se a um crescimento populacional absoluto que já se vem manifestando desde a década anterior e que, por sua vez, se adequa ao seu padrão concelhio. Contudo, confrontando cada um dos conjuntos históricos no respectivo conjunto concelhio, ambos os espaços apresentam um decréscimo

[1008] Ver adiante, Quadro 6.2.

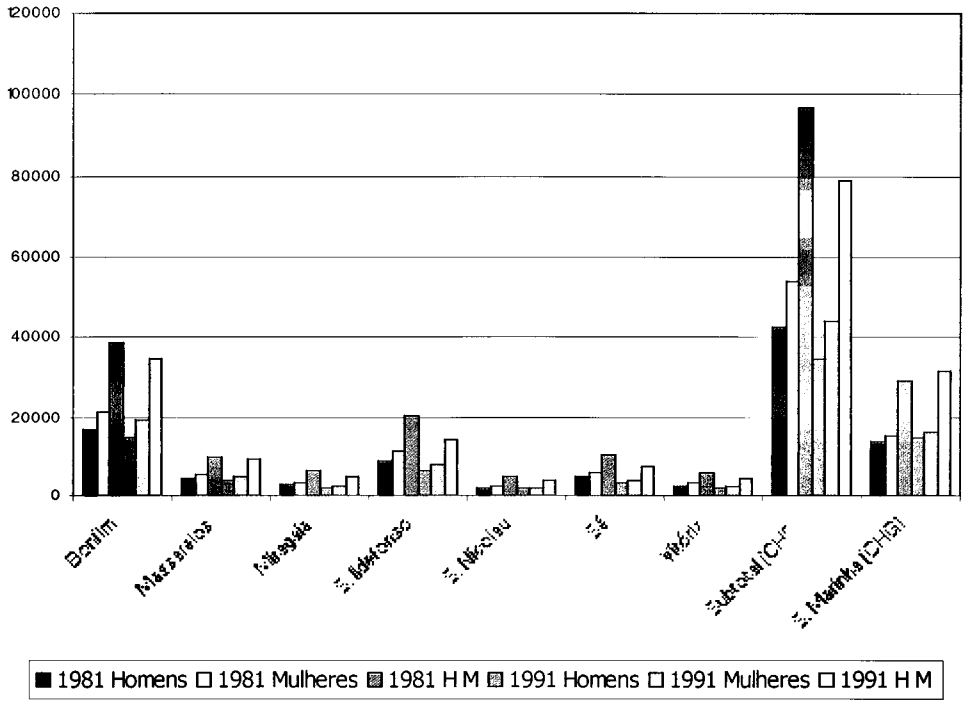
relativo. Nesta situação específica, o paralelismo entre os dois Centros Históricos manifesta-se apenas e tão só quando se confronta o ritmo de crescimento populacional de cada conjunto histórico face ao respectivo concelho de pertença. De facto, considerando agora os valores para 2001, confirmamos a tendência para o decréscimo populacional, também na freguesia de Santa Marinha – Anexo 4.10.

Ora, pelo que nos é dado observar, podemos então concluir que as freguesias do Centro Histórico do Porto se apresentam em franco decrescimento demográfico, tendo como marcos temporais os elementos obtidos em 1981, 1991 e em 2001, generalizando-se esse decréscimo tanto a nível absoluto como relativo, para ambos os sexos e também para a totalidade da população aí residente – Gráficos 6.1, 6.2, 6.3 e 6.4 e Anexos 4.9 a 4.12. Esta realidade, alusiva ao decréscimo populacional, que se acentuou ainda mais no espaço intercensitário 1991-2001, foi já abordada por Paula Guerra, ao analisar questões similares e referentes a dinâmicas espaciais no tecido urbano portuense; tendo como período de análise os censos de 1991, a autora chega, precisamente, às mesmas conclusões, considerando que "a taxa de variação da população entre 1981 e 1991 indicia a existência de situações (...) preocupantes em termos de quebras demográficas, nomeadamente, na coroa das freguesias que constituem o centro histórico da cidade [do Porto] – Sé, Vitória, S. Nicolau e Miragaia."[1009] Isto traduz-se, precisamente, em perda notória da massa populacional que pode ser devida a dois factores, ambos relacionados com o escalão etário: a população jovem vai sendo empurrada do Centro da cidade para as áreas residenciais limítrofes e situadas na Área Metropolitana do Porto e a população mais envelhecida vai atingindo o fim da sua trajectória de vida. Esta hipótese explicativa confere sentido, inclusivamente, ao crescimento demográfico que caracterizou alguns dos concelhos limítrofes do Porto nos períodos temporais aqui em destaque, sendo Vila Nova de Gaia um deles e, por conseguinte, apresentando uma face mais

[1009] Paula Maria Guerra Tavares, *A Cidade na Encruzilhada do Urbano – Algumas modalidades de relação e um estudo de caso acerca do processo de recomposição espacial e social do tecido urbano portuense na década de 90"*, Provas de Capacidade Científica, Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2002, p. 136.

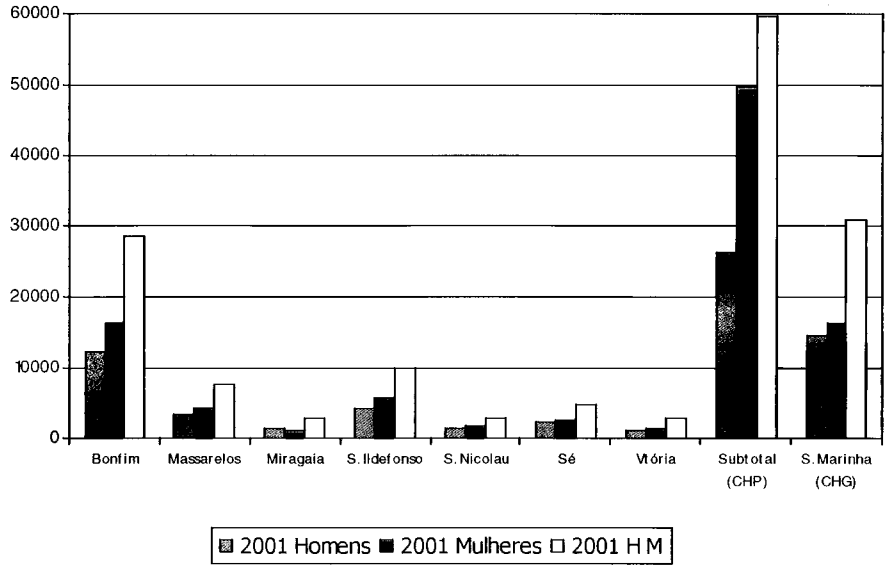
rejuvenescida face ao distrito envolvente, com mais forte expressão na década de 80.

Gráfico 6.1 – População total residente por sexo entre 1981 e 1991 (valores absolutos)



Fonte: INE, XII e XIII Recenseamentos Gerais da População, 1981 e 1991

Gráfico 6.2 – População total residente por sexo em 2001 (valores absolutos)

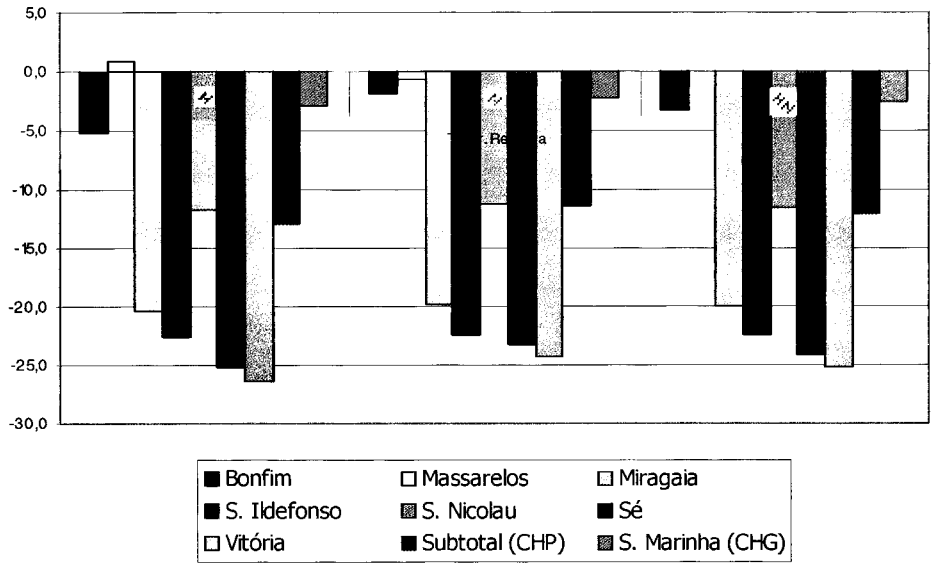


Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

Ora, a dissimetria encontrada na referida década no que respeita ao crescimento demográfico total e absoluto deste concelho, Vila Nova de Gaia,

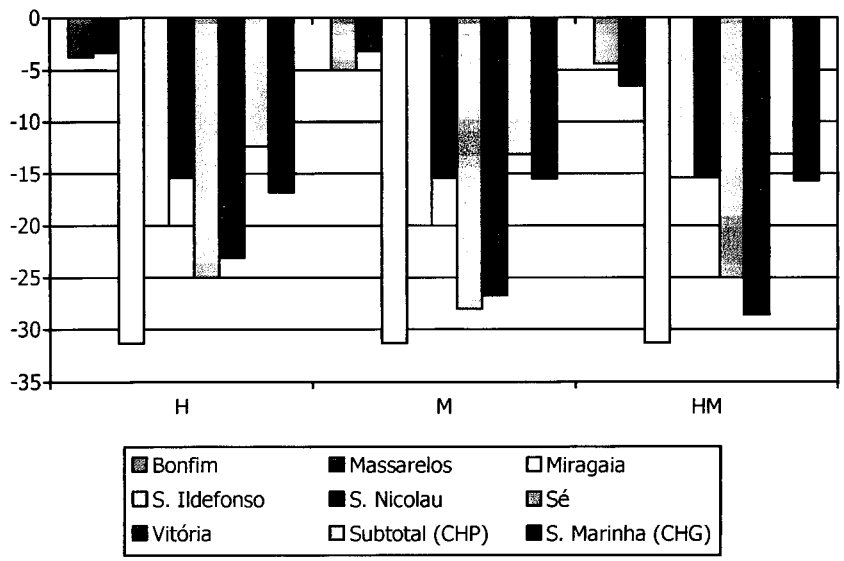
face ao concelho do Porto, pode ficar a dever-se ao facto de que, sendo um concelho rejuvenescido, apresenta no entanto um crescimento demográfico nitidamente maioritário em outra freguesias. Ou seja, o crescimento demográfico deste concelho é muito mais alimentado pelo crescimento absoluto noutras freguesias do que pelo verificado em Santa Marinha; apesar de Santa Marinha apresentar valores absolutos positivos, ficarão, possivelmente, muito aquém dos apresentados noutras freguesias deste concelho, admitindo-se, também, um forte contributo de outras freguesias do próprio distrito do Porto.

Gráfico 6.3 – Taxas de variação relativa da população entre 1981 e 1991



Fonte: INE, XII e XIII Recenseamentos Gerais da População, 1981 e 1991

Gráfico 6.4 – Taxas de variação relativa da população entre 1991 e 2001



Fonte: INE, XIII e XIV Recenseamentos Gerais da População, 1991 e 2001

Veja-se que Santa Marinha, situa-se no centro do concelho de Vila Nova de Gaia, constituindo, parte de si, o núcleo histórico do concelho, o que, pelos valores apresentados nos permite admitir estarmos perante uma freguesia próxima de atingir valores de saturação demográfica. Repare-se que, para ambos os núcleos históricos, sobressai um crescimento relativo negativo, quando comparados os valores para ambos os períodos aqui em estudo – Anexo 4.9. E, a realidade mostrou, efectivamente, essa evolução, com sentido negativo, à entrada do novo milénio[1010] - Gráfico 6.4.

Quadro 6.2 – Densidade populacional dos Centros Históricos e Concelhos em 1981 e 1991

Freguesias	Área Total[1011] (Km2)	Ano civil			
		1981[1012]		1991[1013]	
		População	Densidade[1014] populacional	Densidade[1015] populacional	População
Bonfim	2.93	38605	13175.8	11773.7	34497
Massarelos	1.71	10100	5906.4	5459.6	9336
Miragaia	0.43	6457	15016.3	11095.3	4771
S. Ildefonso	1.24	20145	16246.0	11637.9	14431
S. Nicolau	0.17	4840	28470.6	23276.5	3957
Sé	**0.43**	10483	24379.1	17076.7	7343
Vitória	0.33	6181	18730.3	12942.5	4271
Subtotal (CHP)	7.24[1016]	96811	13371.7	10857.2	78606
Concelho do Porto	41.5	327368	7888.4	7288.5	302472
S. Marinha (CHG)	5.92	29459	4976.2	5322.1	31507
Concelho de Vila Nova de Gaia	168.7	226331	1341.6	1473.4	248565

Fonte: INE, XII e XIII Recenseamentos Gerais da População, 1981 e 1991

Tentando, precisamente perceber melhor esta situação, debruçámo-nos sobre a densidade populacional de cada freguesia, centro Histórico e concelho nas décadas de 1981 e 1991 – Quadro 6.2.

[1010] No entanto, não é demais relembrar que estes comentários são válidos para o período compreendido entre 1981 e 1991, já que em 2001 todas as unidades territoriais em análise, sem excepção, apresentam uma variação negativa.
[1011] Informação recolhida em http://www.ine.pt/imp/f780P4P1.csv e http://www.ine.pt/imp/fG8PKE0V.csv.
[1012] Fonte: INE, XII Recenseamento Geral da População, 1981.
[1013] Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991.
[1014] Cálculos efectuados com base na informação relativa à Área Total e à população residente em cada freguesia para o ano em questão.
[1015] Cálculos efectuados com base na informação relativa à Área Total e à população residente em cada freguesia para o ano em questão.
[1016] Cálculo efectuados por somatório da Área Total de cada freguesia do Centro Histórico

Do quadro acima, ressalta que, efectivamente, o Centro Histórico do Porto atingiu o ponto de saturação a nível populacional, entre 1981 e 1991; veja-se que, comparando as duas décadas, este núcleo apresenta valores em queda para todas as freguesias, resultando daqui também um total decrescente para o próprio núcleo histórico. Note-se que o seu concelho apresenta um comportamento populacional paralelo no que respeita à sua densidade populacional. Em contrapartida, o Centro Histórico de Vila Nova de Gaia apresenta, em 1991, uma densidade demográfica superior à encontrada para a década anterior, o que também encontra eco no respeitante ao seu concelho. Contudo, trata-se de um crescimento pouco acentuado. Assim sendo, ocorreu-nos a possibilidade de, efectivamente, num curto período de tempo, o Centro Histórico de Vila Nova de Gaia entrar numa situação de perda populacional, como já apontámos anteriormente. Isto levou-nos, então, a trabalhar, com os elementos informativos a este nível resultantes do censo de último recenseamento – Quadro 6.3.

Podemos, então, de forma segura, sustentar que o núcleo histórico de Vila Nova de Gaia, encontrou o seu ponto de saturação populacional, embora o tenha atingido mais tardiamente face ao núcleo do Porto. Tal como havíamos admitido, o seu concelho continua em processo de crescimento demográfico; contudo, este não se fica a dever, com toda a certeza, à única freguesia que constitui o Centro Histórico de Vila Nova de Gaia; muito pelo contrário, são as outras freguesias integradas no seu concelho que o alimentam em termo populacionais.

Não deixa de ser significativo o padrão praticamente recorrente da apresentação gráfica dos dois núcleos históricos, tendo em conta os géneros; aqui, a diferença que interrompe o comportamento padronizado situa-se no próprio efectivo populacional, nitidamente maioritário no Centro Histórico do Porto, e não na clivagem por sexos, como se viu no Gráfico 6.1.

Quadro 6.3 – Densidade populacional dos Centros Históricos e Concelhos em 2001

Freguesias	2001	
	População[1017]	Densidade populacional
Bonfim	28578	9766.9
Massarelos	7756	4533.01
Miragaia	2810	6588.04
S. Ildefonso	10044	8122.78
S. Nicolau	2937	17725.68
Sé	4751	11169.45
Vitória	2720	8282.25
Subtotal (CHP)	59596	8231.5
Concelho do Porto	250877[1018]	6042.7[1019]
S. Marinha (CHG)	30758	5197.1
Concelho de Vila Nova de Gaia	293301[1020]	1739[1021]

Fonte: INE, XIV Recenseamentos Gerais da População, 2001.

Pese embora a variação que se verifica em termos negativos, já apontados nos Gráficos 6.3 e 6.4. –, os valores da população feminina são sempre superiores aos valores do sexo masculino, encontrados para cada freguesia de ambos os núcleos históricos bem como para ambas as décadas, o que significa que a população masculina diminui ligeiramente mais do que a população feminina. É um facto que o movimento de expulsão das populações, nitidamente evidenciado para as freguesias do Centro Histórico do Porto ainda não pode ser aplicado com propriedade ao Centro Histórico de Gaia, em 1991. Contudo, pela curva da tendência encontrada, podemos, com legitimidade, avançar com essa hipótese para muito breve trecho. A contribuir para esta hipótese há o próprio valor da taxa de variação encontrada tendo em conta a dimensão populacional absoluta para ambas as décadas. E, de facto, o decréscimo populacional esperado marca, em 2001, o Centro Histórico de Gaia. Entre 1981 e 1991, um facto curioso que ressalta desta análise por freguesias é a maior concentração populacional na freguesia do Bonfim do que a encontrada nas restantes freguesias do núcleo histórico do Porto. Aliás, apesar desta

[1017] Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001.
[1018] Estimativa em 2002. Cf. VVAA, *História das Freguesias e Concelhos de Portugal*, Vol 14, Quidnovi, Matosinhos, 2004, p. 92.
[1019] Densidade calculada em 2002. Cf. VVAA, *História das Freguesias e Concelhos de Portugal*, Vol 14, Quidnovi, Matosinhos, 2004, p. 92.
[1020] Estimativa de 2002. Cf. VVAA, *História das Freguesias e Concelhos de Portugal*, Vol 19, Quidnovi, Matosinhos, 2004, p. 106.
[1021] Densidade calculada em 2002. Cf. VVAA, *História das Freguesias e Concelhos de Portugal*, Vol 19, Quidnovi, Matosinhos, 2004, p. 106.

freguesia se encontrar em perda tanto absoluta como relativa, caracteriza-a uma maior proximidade, em termos de dimensão demográfica, a Santa Marinha do que às restantes freguesias do núcleo histórico a que pertence. Este facto, deixa, no entanto, de se verificar quando transpomos a análise para a década de 1991-2001, onde se verifica um decréscimo acentuado da freguesia de S. Marinha o que implica uma maior proximidade entre o Bonfim e Massarelos, que, por sua vez, também teve uma variação mais negativa do que a que se tinha observado na década anterior.

Considerando agora os grupos etários – Quadro 6.4 e Gráfico 6.5 – salienta-se que para ambos os Centros Históricos, em 1991, sobressaem os adultos enquanto grupo etário absoluto; em contrapartida, entrando em linha de conta com o peso relativo de cada um dos grupos etários no respectivo concelho, os velhos alcançam valores superiores, em ambos os casos e face a todos os demais grupos etários – Gráfico 6.6. Aliás, comparando o peso relativo de cada grupo etário no conjunto do concelho de pertença, e salvaguardando uma pequena *nuance* para os jovens de Santa Marinha, verifica-se que, para ambos os Centros Históricos, o peso relativo vai aumentando do grupo etário dos 0-14 anos para o dos 65 ou mais. Isto mostra uma similitude para ambos os casos, principalmente no referente ao peso estatístico deste grupo etário – 65 anos ou mais – a nível concelhio. Ou seja, o contributo demográfico de ambos os núcleos a nível concelhio é mais significativo em termos de população idosa. Novamente, vemos reforçada a hipótese de fuga das populações mais jovens para outras freguesias, também mais jovens, de cada um dos concelhos senão mesmo para áreas metropolitanas.

Quadro 6.4 – População residente em 1991 por grupos etários

	Grupos Etários							
	00 - 14 (crianças)		15 - 24 (jovens)		25 - 64 (adultos)		65 ou + (velhos)	
Freguesias	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
Bonfim	4940	9,6	5540	11,1	17915	11,4	6102	13,6
Massarelos	1515	3,0	1545	3,1	4890	3,1	1386	3,1
Miragaia	797	1,6	785	1,6	2418	1,5	771	1,7
S. Ildefonso	1993	3,9	2104	4,2	7374	4,7	2960	6,6
S. Nicolau	817	1,6	584	1,2	1935	1,2	621	1,4
Sé	1407	2,7	1151	2,3	3454	2,2	1331	3,0
Vitória	663	1,3	646	1,3	2073	1,3	889	2,0
Subtotal (CHP)	12132	23,7	12355	24,8		25,6	14060	
Concelho do Porto	51269	100,0	49891	100,0	156532	100,0	44780	100,0
S. Marinha (CHG)	5998	11,9	5043	11,6		12,9	3592	
Concelho de Vila Nova de Gaia	50261	100,0	43610	100,0	130760	100,0	23934	100,0

Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

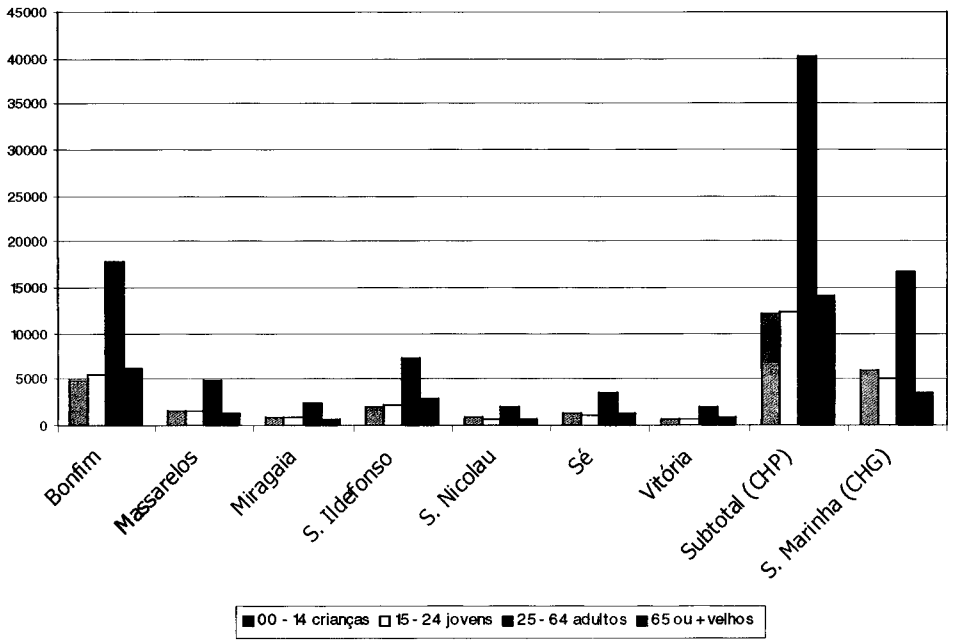
Quadro 6.5 – População residente em 2001 por grupos etários

	Grupos Etários							
	00 - 14 (crianças)		15 - 24 (jovens)		25 - 64 (adultos)		65 ou + (velhos)	
Freguesias	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
Bonfim	3130	9,1	3767	10,7	15011	10,7	6670	13,1
Massarelos	922	2,7	1125	3,2	4174	3,0	1535	3,0
Miragaia	314	0,9	397	1,1	1461	1,0	638	1,3
S. Ildefonso	918	2,7	1302	3,7	5065	3,6	2759	5,4
S. Nicolau	421	1,2	445	1,3	1454	1,0	617	1,2
Sé	662	1,9	633	1,8	2316	1,6	1140	2,2
Vitória	301	0,8	343	1,0	1306	0,9	770	1,5
Subtotal (CHP)	6668	19,3	8012	22,7		21,9	14129	
Concelho do Porto	34584	100,0	35257	100,0	140694	100,0	51003	100,0
S. Marinha (CHG)	4857	9,9	4254	10,5	17195	10,4	4502	13,1
Concelho de Vila Nova de Gaia	49222	100,0	40611	100,0	164569	100,0	34347	100,0

Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

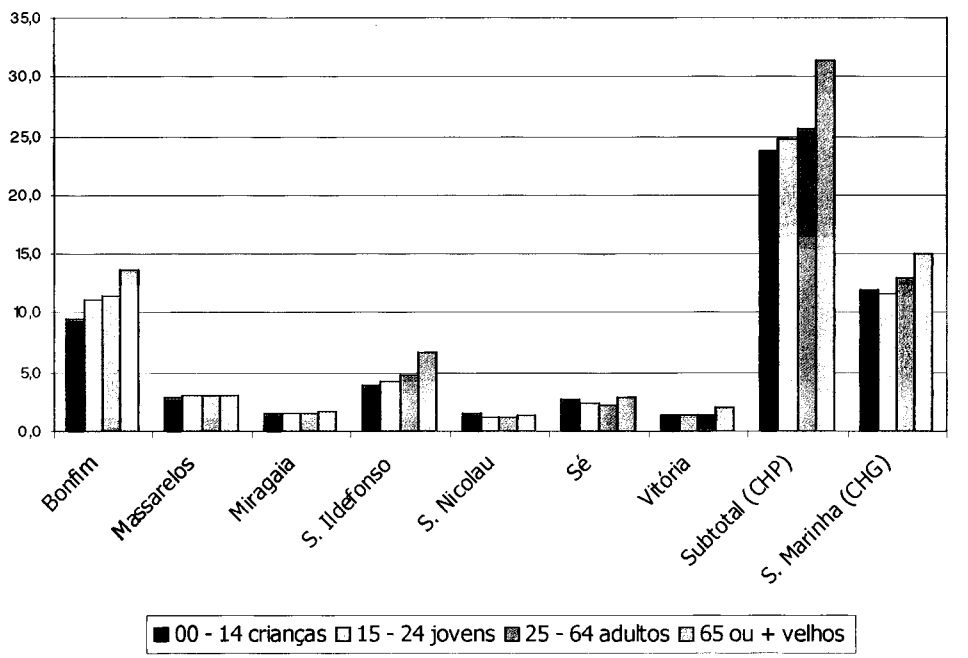
Em 2001 o panorama não sofre grandes alterações. Ainda assim, devemos destacar o aumento do peso relativo dos jovens, em ambos os Centros Históricos, face aos adultos, que se vêem, dessa forma, ultrapassados em termos da segunda principal força relativa dos grupos etários – Quadro 6.5 e Gráfico 6.8, ainda que se mantenha, distintamente, com os valores absolutos mais elevados – Quadro 6.5 e Gráfico 6.6.

Gráfico 6.5 – População residente em 1991 por grupos etários (valores absolutos)



Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

Gráfico 6.6 – População residente em 1991 por grupos etários (valores relativos)

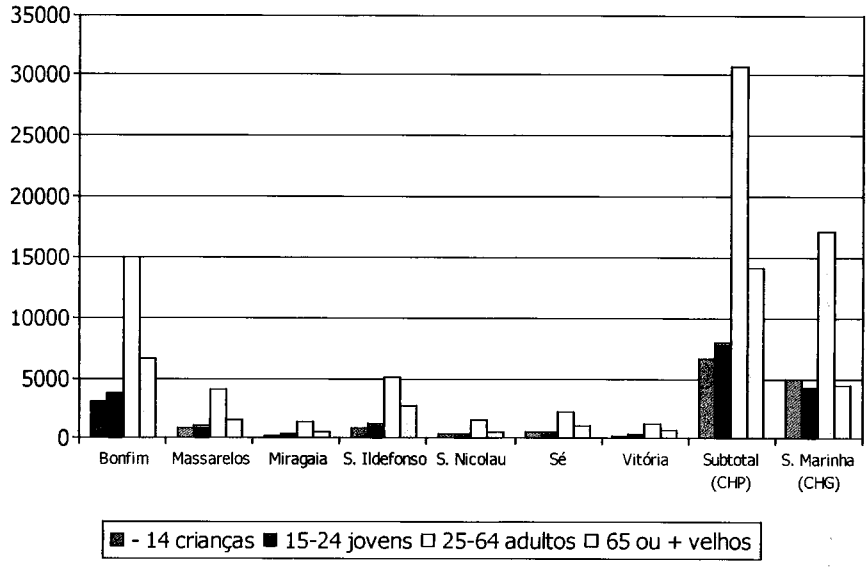


Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

Tomando agora como base de confronto a representação gráfica em si, apresenta-se-nos um dado com interesse; trata-se do facto de, em ambos os recenseamentos, se visualizar um maior peso absoluto da população adulta

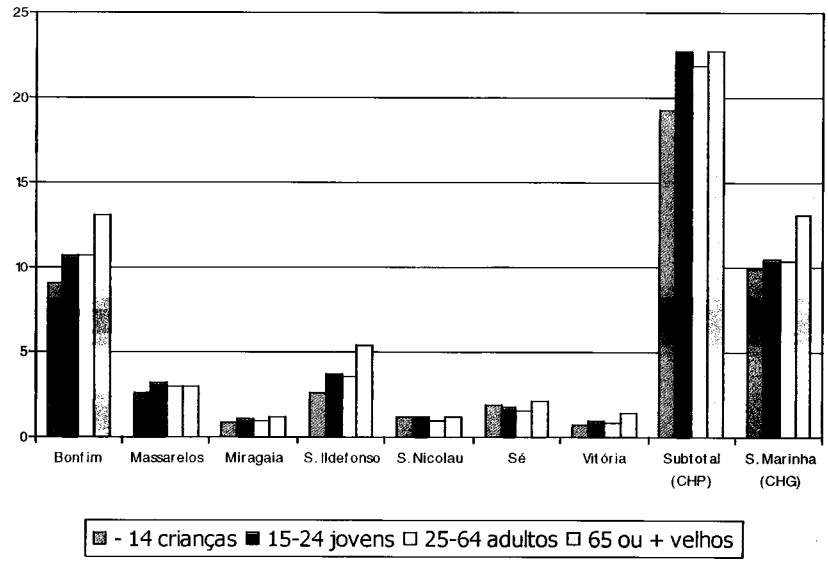
para todas as freguesias aqui consideradas, o que se revela como mais um factor transversal a ambos os núcleos – Gráfico 6.5 e 6.6.

Gráfico 6.7 – População residente em 2001 por grupos etários (valores absolutos)



Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

Gráfico 6.8 – População residente em 2001 por grupos etários (valores relativos)

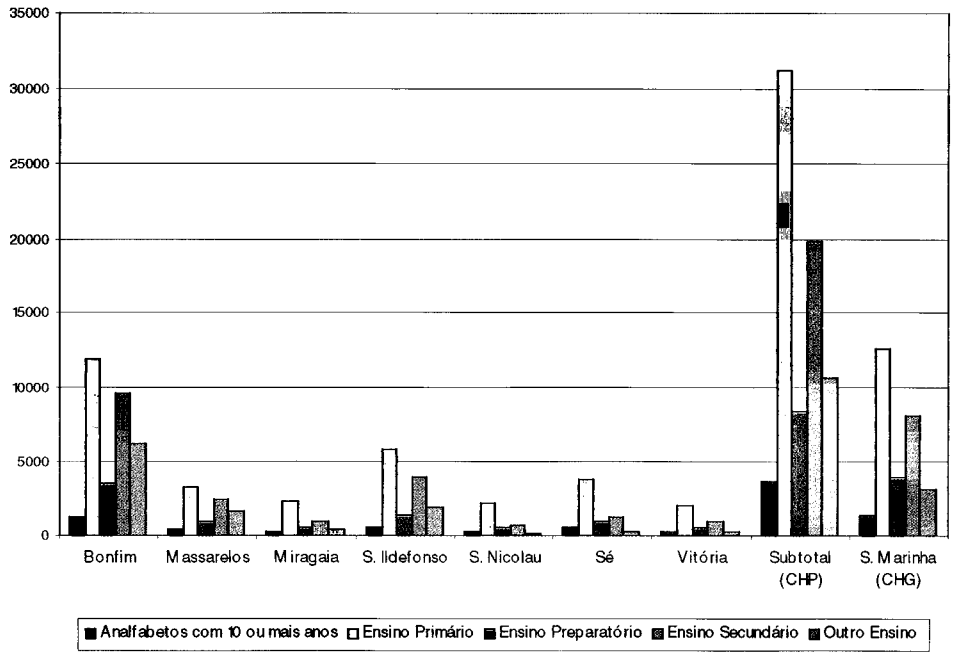


Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

6.3. Perfil de instrução

Com o intuito de se perceber sobre o nível cultural da população visada, forçoso se tornou equacionarmos a variável nível de instrução, porque como se sabe, "o nível de qualificações académicas de uma população permite elucidar sobre o seu nível cultural e potencial de desenvolvimento económico."[1022] Neste âmbito, cabe-nos aqui esclarecer que o INE, entre 1991 e 2001, alterou significativamente a sua agregação em diferentes níveis de instrução, impossibilitando-nos uma análise comparativa tão exacta quanto a que desejávamos. Deixamos, no entanto, a visão possível daqueles que nos parecem ser os aspectos fundamentais a reter desta variável.

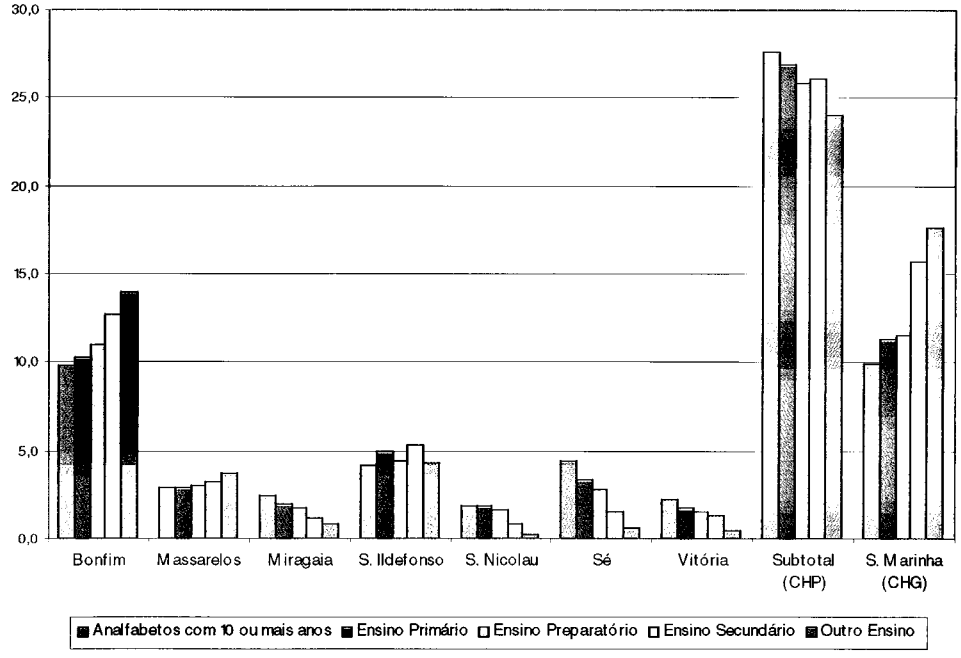
Gráfico 6.9 – População residente segundo o nível de instrução em 1991 (valores absolutos)



Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

[1022] Pedro Hespanha et al, *Horizontes Sociais*, Aveiro, Universidade de Aveiro, 2001, p. 54.

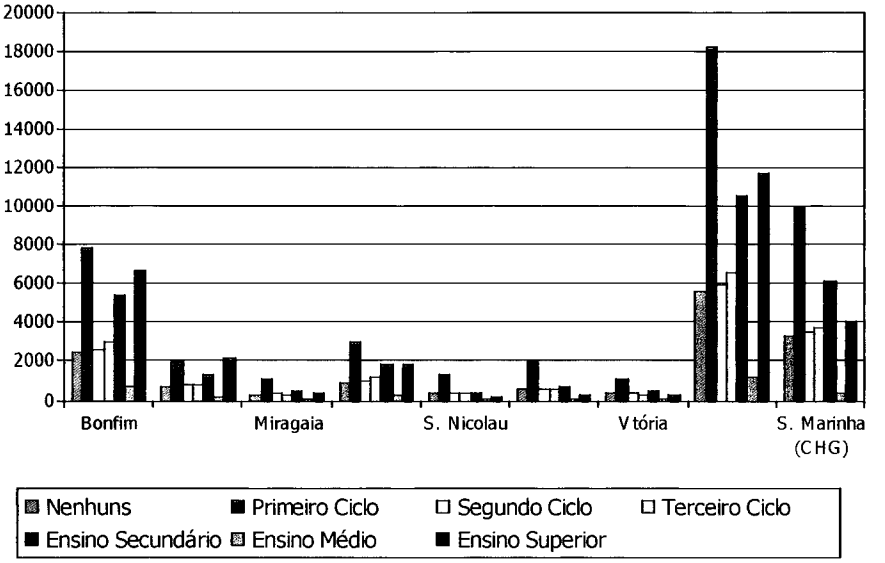
Gráfico 6.10 – População residente segundo o nível de instrução em 1991 (valores relativos)



Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

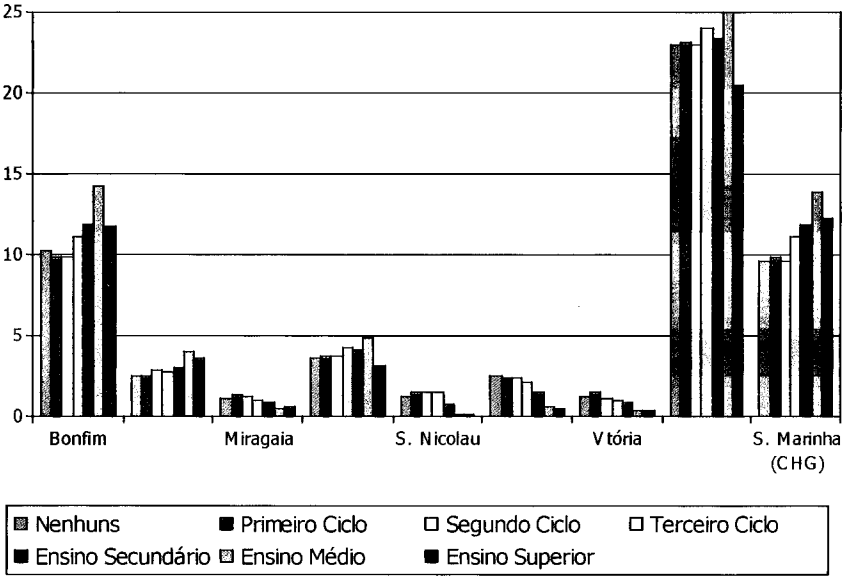
Numa primeira observação, alusiva a 1991 e incidente na apresentação dos valores absolutos – Gráfico 6.9 –, salta imediatamente à vista o predomínio do ensino primário para todas as freguesias, independentemente do núcleo histórico, bem como a incidência de analfabetismo que atravessa todos os espaços e que adquire importância social ao ser tido em linha de conta o seu peso relativo face à totalidade de cada um dos concelho aqui envolvidos – Gráfico 6.10.

Gráfico 6.11 – População residente segundo o nível de instrução em 2001 (valores absolutos)



Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

Gráfico 6.12 – População residente segundo o nível de instrução em 2001 (valores relativos)



Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

No entanto, aquela similitude deixa de se fazer sentir ao incidir a análise no Gráfico 6.10, que equaciona a relativização dos valores apresentados face ao concelho. Nesta situação, deparamo-nos com um comportamento estatístico praticamente inverso ao tomar-se o conjunto dos dois núcleos históricos. Veja-

se que, no Centro Histórico do Porto, os níveis de ensino decrescem o seu peso relativo dos analfabetos ao "outro ensino", ao contrário do Centro Histórico de Vila Nova de Gaia cujo peso estatístico relativo aumento dos analfabetos para o "outro ensino". Não podemos deixar de referir, a este propósito, uma particularidade interessante, e que incide no que se poderia designar uma divisória interna ao núcleo do Porto; trata-se de uma nítida proximidade, em termos de comportamento escolar, entre as freguesias mais centrais deste núcleo por oposição à distância apresentada face às limítrofes, isto é, Miragaia, S. Nicolau, Sé e Vitória *versus* Bonfim, S. Ildefonso e até Massarelos. Bonfim é uma freguesia com um elevado contingente populacional quando comparado às restantes freguesias do núcleo – Anexo 4.9. E porque apenas integra uma ponta restrita da sua área no Centro Histórico, tudo sugere tratar-se, de facto, de uma freguesia que não se aproxima tanto das, geograficamente, mais centrais ao nível das variáveis aqui retidas. Não é por acaso que estas últimas, apresentam um padrão que, praticamente, se repete, decrescendo o grau de influência do analfabetismo ao "outro ensino" – Gráfico 6.10.

Para 2001 a realidade, apesar das diferenças de agregação já apontadas, não se distancia muito da de 1991. Se, por exemplo, fizermos equivaler o «ensino primário» ao «primeiro ciclo», verificamos que continua a ser este o nível de instrução proeminente em termos absolutos – Gráfico 6.11. De igual modo, o peso relativo dos analfabetos, agora designados de «nenhuns», continua a ser elevado em todos os locais analisados – Gráfico 6.12. Há, todavia, duas novas categorias que vão para além do ensino secundário e que vêm alterar, de alguma forma, o cenário dos dois núcleos históricos, quando observados na sua globalidade. Com efeito, podemos destacar, em termos absolutos, o ensino superior, que se assume como o segundo e terceiro níveis de ensino mais alcançado pelas populações, no Centro Histórico do Porto e no Centro Histórico de Gaia, respectivamente – Gráfico 6.11 –, e em termos relativos, o facto da oposição entre ambos os Centros Históricos deixar de ser tão clara. De facto, embora em Gaia a realidade não se tenha alterado, a verdade é que no Porto o decréscimo de peso relativo em proporção com o

aumento da escolaridade deixa de ser tão notório, chegando mesmo a inverter a situação nalguns dos níveis analisados – Gráfico 6.12.

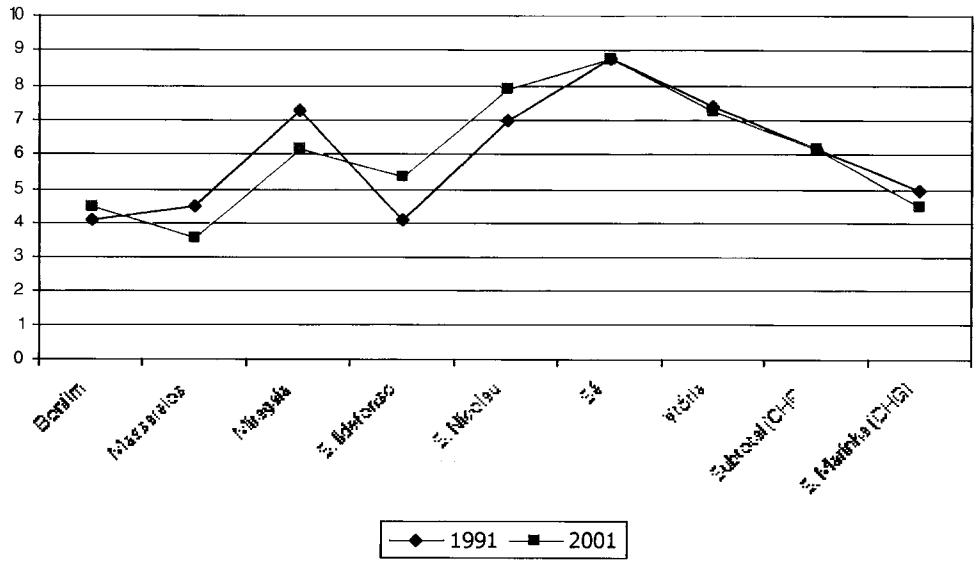
Numa apreciação ao nível de instrução por sexos, percebe-se uma clara dicotomia apenas ao nível do ensino secundário entre estes dois núcleos. Veja-se que no que respeita a este nível de instrução, tanto o Centro Histórico do Porto como o seu concelho apresentam valores absolutos maioritários para o sexo feminino, ao contrário do outro núcleo histórico, que, tal como o seu concelho, revelam números mais elevados para o sexo masculino. Para todos os demais níveis de instrução o padrão é recorrente, quando cruzada a análise com o sexo, tanto para os Centros Históricos como para os respectivos concelhos; isto é, em cada um deles, e à excepção do ensino preparatório em Santa Marinha, predomina igualmente o sexo feminino – Anexos 4.13 e 4.14.

A configuração dos níveis de ensino, obtidos para cada um dos Centros Históricos, mostra-nos que no do Porto, em 1991, prevalece um índice de analfabetismo mais elevado do que nos outros graus de ensino face ao seu concelho, comportamento inverso ao encontrado para Santa Marinha – Gráfico 6.10. Contudo, os Censos de 2001 vêm alterar a situação no que respeita ao Porto, na medida em que aqueles que não têm nenhum nível de ensino são ultrapassados pela maior parte das restantes pessoas com níveis de instrução mais elevados – Gráfico 6.12.

A leitura da taxa de analfabetização merece alguma atenção – Gráfico 6.13. Em 1991, no que respeita ao núcleo do Porto, repare-se que as freguesias mais centrais deste núcleo – Miragaia, S. Nicolau, Sé e Vitória –, revelam precisamente as taxas de analfabetização mais elevadas e mais díspares face às que o seu concelho apresenta. As restantes três freguesias, circunscritas mais ao limite do Centro Histórico, caracterizam-se por taxas de analfabetização bastante mais próximas do concelho a que pertencem. E mais uma vez fica corroborada uma espécie de dualismo interno no próprio núcleo histórico do Porto. Por seu lado, Santa Marinha revela uma taxa de analfabetização inferior ao do seu concelho. Isto pode demonstrar, de novo, a existência de freguesias

no concelho cuja analfabetização se apresenta mais elevada face à população residente naquela freguesia.

Gráfico 6.13 – Variação da taxa de analfabetismo entre 1991 e 2001



Fonte: INE, XIII e XIV Recenseamentos Gerais da População, 1991 e 2001

Na variação observada entre 1991 e 2001, o destaque – pela negativa – vai para as freguesias do Bonfim, S. Ildefonso e S. Nicolau, cujas taxas de analfabetização do último recenseamento superam as do que lhe antecederam. Isto pode ficar a dever-se à saída das populações mais jovens para zonas exteriores às das freguesias deste núcleo histórico.

Vejamos agora como varia o nível de instrução quando confrontados os núcleos com os respectivos concelhos – Quadro 6.6 e Quadro 6.7.

Quadro 6.6 – Nível de instrução da população residente em 1991

Nível de instrução	Analfabetos com 10 ou mais anos		Primário		Preparatório		Secundário		Outro		Total	
Espaço de observação	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%
CH Porto	3624	4.9	31201	42.3	8465	11.5	19754	26.8	10767	14.6	73811	100
Concelho Porto	13144	4.7	115981	41.1	32775	11.6	75872	26.9	44760	15.8	282532	100
CH Gaia	1378	4.8	12584	43.3	3889	13.4	8111	27.9	3080	10.6	29042	100
Concelho V. N. Gaia	13876	6.1	111726	49.0	33606	14.7	51572	22.6	17445	7.6	228225	100

Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

Quadro 6.7 – Nível de instrução da população residente em 2001

Nível de instrução	Nenhuns		Primeiro Ciclo		Segundo Ciclo		Terceiro Ciclo		Ensino Secundário		Ensino Médio		Ensino Superior		Total	
Espaço de observação	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%
CH Porto	5612	9,4	18180	30,5	5959	10,0	6502	10,9	10507	17,6	1190	2,0	11646	19,5	59596	100
Concelho Porto	24557	9,3	78536	29,8	25893	9,9	27152	10,4	45104	17,1	4780	1,8	57109	21,7	263131	100
CH Gaia	3251	10,6	9869	32,1	3460	11,2	3673	11,9	6115	19,9	330	1,1	4060	13,2	30758	100
Concelho V. N. Gaia	33736	11,7	99461	34,5	35577	12,3	32990	11,4	51412	17,8	2381	0,8	33192	11,5	288479	100

Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

Numa apreciação imediata ao Quadro 6.6, salta à vista a preponderância do ensino primário seguida, com alguma distância, pelo secundário, para todos os espaços observados. Este cenário também é, de certo modo, válido para o ano de 2001 – Quadro 6.7. –, desta feita com as categorias «primeiro ciclo» (para todos os espaços) e «ensino secundário», apenas nos espaços gaienses, uma vez que nos portuenses o ensino superior supera mesmo o ensino secundário, adquirindo sobre este, preponderância. Sublinhe-se, a quase sobreposição relativa do segundo e do terceiro ciclos que cada um dos espaços assume entre si.

Atendendo agora ao confronto específico de cada Centro Histórico com o seu concelho de pertença em 1991, verificamos, realmente uma similitude a propósito da ordem de importância com que se apresenta a sequência dos níveis de instrução: primário, secundário, outro, preparatório e analfabeto para o *espaço* Porto; primário, secundário, preparatório, outro e analfabeto para o *espaço* Vila Nova de Gaia. Incidindo, contudo, numa observação mais fina, não podemos deixar de registar uma maior proximidade no *espaço* Porto do que no *espaço* Vila Nova de Gaia, isto é, o núcleo histórico do Porto revela-se mais convergente com os valores apresentados pelo seu concelho do que o núcleo de Vila Nova de Gaia, uma vez que este último revela um maior afastamento em termos de peso relativo de cada um dos níveis de instrução face aos do seu concelho. Note-se que este último núcleo converge mais com o núcleo do Porto do que com o seu próprio concelho de pertença. Em 2001 esta ordem de importância é relativamente alterada, não só por terem sido criadas pelo INE novas categorias analíticas, que não nos permitem estabelecer uma comparação paralela mas, essencialmente, por alterações no que respeita à distribuição da população por níveis de ensino. Ainda assim, mantêm-se, para ambos os espaços a preponderância do ensino primário/primeiro ciclo e o fecho desta hierarquia com os analfabetos/nenhum nível de ensino.

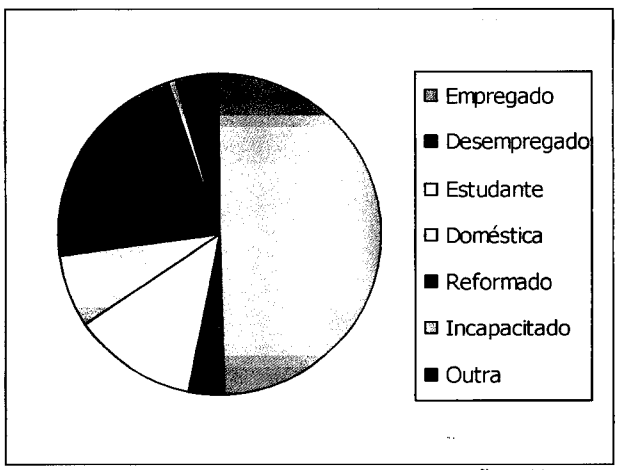
Ora, toda esta análise leva-nos a admitir estarmos perante uma população que se caracteriza por escassos recursos académicos, quiçá mesmo um parco capital cultural, reflectidos, por sua vez, a nível de actividade

económica e estilos de vida, embora pareça claro que começam a emergir níveis de habilitação literária mais elevados em 2001, face a 1991.

6.4. Condição perante o trabalho

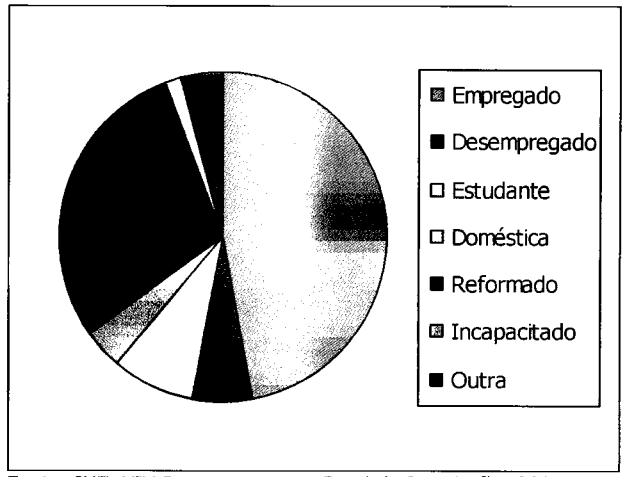
Em 1991, no que respeita à condição perante o trabalho, e numa apreciação global ao nível de Centros Históricos, tendo por base os valores absolutos apresentados – Anexos 4.15 e 4.16 – constata-se uma forte similitude entre ambos os Centros Históricos, destacando-se, no topo, a condição de empregado, para ambos os sexos, seguida de imediato da de reformado também para ambos os sexos, como nos mostram os Gráficos 6.14 e 6.16. Esta situação apresenta-se congruente com o tipo de população encontrada para ambos os Centros Históricos. Repare-se que se trata de população cujo grupo etário prevalecente é o dos adultos, seguindo-se o grupo dos 65 anos ou mais, como ficou demonstrado pelo Quadro 6.4. Ora, sendo a população adulta aquela que, pela idade, essencialmente se enquadra na população activa, não admira, pois, que devido aos dados informativos encontrados a nível etário, seja esta a condição perante o trabalho que mais se destaca.

Gráfico 6.14 - Condição perante o trabalho no Centro Histórico do Porto, em 1991



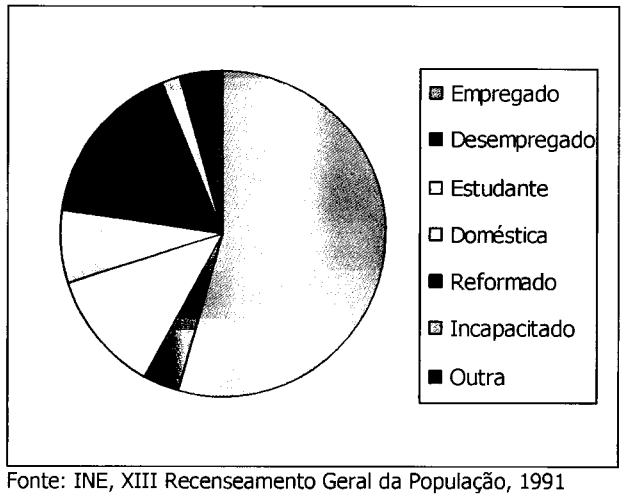
Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

Gráfico 6.15 - Condição perante o trabalho no Centro Histórico do Porto, em 2001



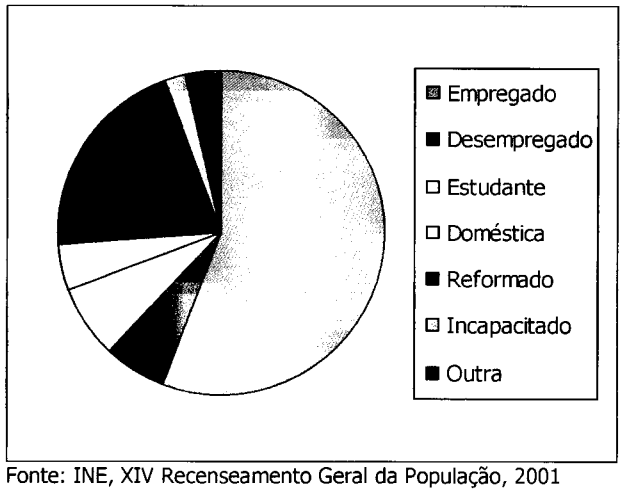
Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

Gráfico 6.16 - Condição perante o trabalho no Centro Histórico de VN Gaia, em 1991



Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

Gráfico 6.17 - Condição perante o trabalho no Centro Histórico de VN Gaia, em 2001



Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

Se atentarmos nas diferenças relativamente à situação em 2001, verificamos que, no Centro Histórico do Porto, houve um decréscimo do peso dos empregados em prol do dos reformados, corroborando, de resto, a análise feita anteriormente. O número de estudantes também diminuiu – Gráfico 6.15. No Centro Histórico de Gaia, por seu turno, o peso dos empregados sofreu um acréscimo acompanhando o acréscimo também verificado no conjunto dos reformados. Neste caso denota-se, fundamentalmente, uma diminuição do número de estudantes – Gráfico 6.17.

O peso relativo de cada condição perante o trabalho em cada um dos Centros Históricos é também um assunto que nos merece referência particular – Quadro 6.8. Podemos então avançar com a predominância da condição de empregado seguida, mas com alguma distância, da de reformado e para ambos os núcleos históricos. Veja-se, aliás, que o peso percentual de cada condição perante o trabalho encontra paralelismo em ambos os núcleos, pelo que podemos concluir da existência da repetição do padrão desta variável para ambos os núcleos históricos. O Quadro 6.8 e os Anexos 4.17 e 4.18 informam ainda que esta situação é válida tanto para 1991 como para 2001, embora com algumas oscilações. Os Anexo 4.17 e 4.18 ilustram também esta situação.

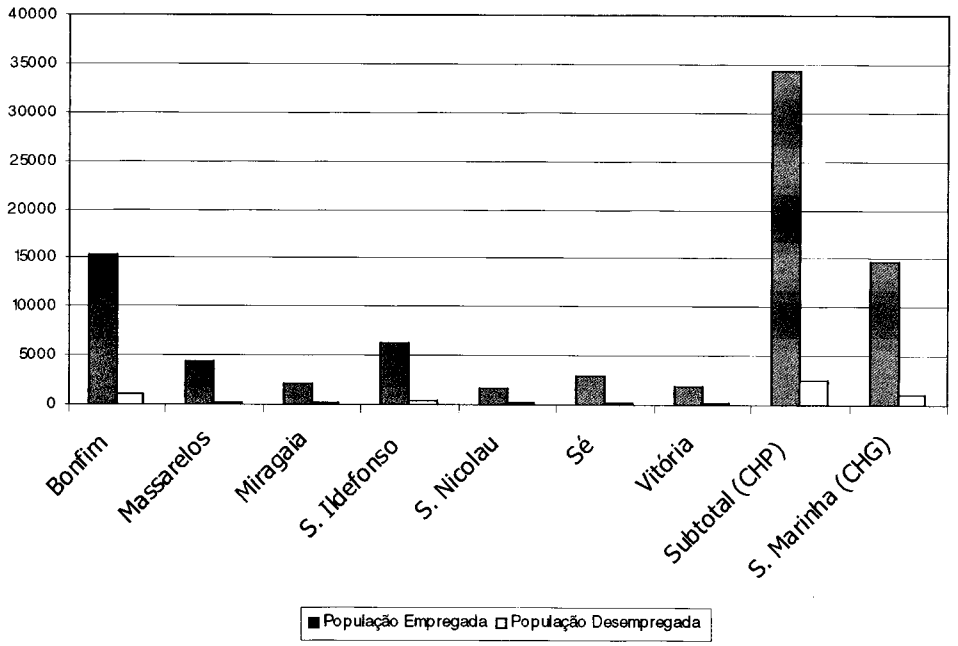
Quadro 6.8 – Peso relativo de cada condição perante o trabalho por Centro Histórico

Condição perante o trabalho		Centro Histórico do Porto				Centro Histórico de V. N. Gaia			
		1991		2001		1991		2001	
		VA	%	VA	%	VA	%	VA	%
Com actividade económica	Empregado	34366	49.4	24785	46,8	14558	54.1	14446	55,7
	Desempregado	2566	3.7	3267	6,2	984	3.7	1589	6,1
Sem actividade económica	Estudante	8562	12.3	4356	8,2	3314	12.3	1877	7,2
	Doméstica	5099	7.3	2013	3,8	1967	7.3	1195	4,6
	Reformado	15473	22.3	15364	29,0	4427	16.4	5334	20,6
	Incapacitado	569	0.8	914	1,7	527	2.0	537	2,1
	Outra	2881	4.1	2229	4,2	1154	4.3	923	3,6
	Total	69523	100	52928	100	26933	100	25901	100

Fonte: INE, XIII e XIV Recenseamentos Gerais da População, 1991 e 2001

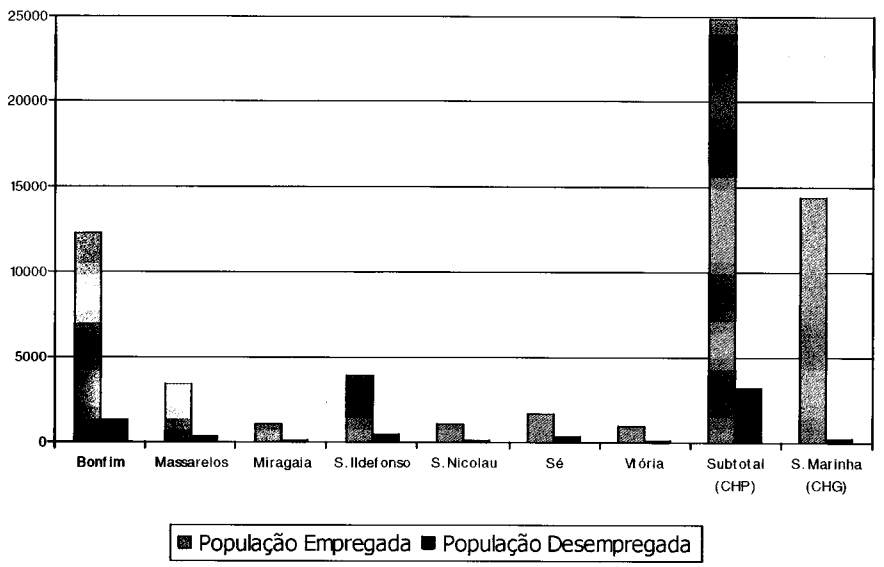
6.5. Estrutura de (des)emprego: taxas e sectores de actividade

Gráfico 6.18 – População empregada e desempregada em 1991 (valores absolutos)



Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

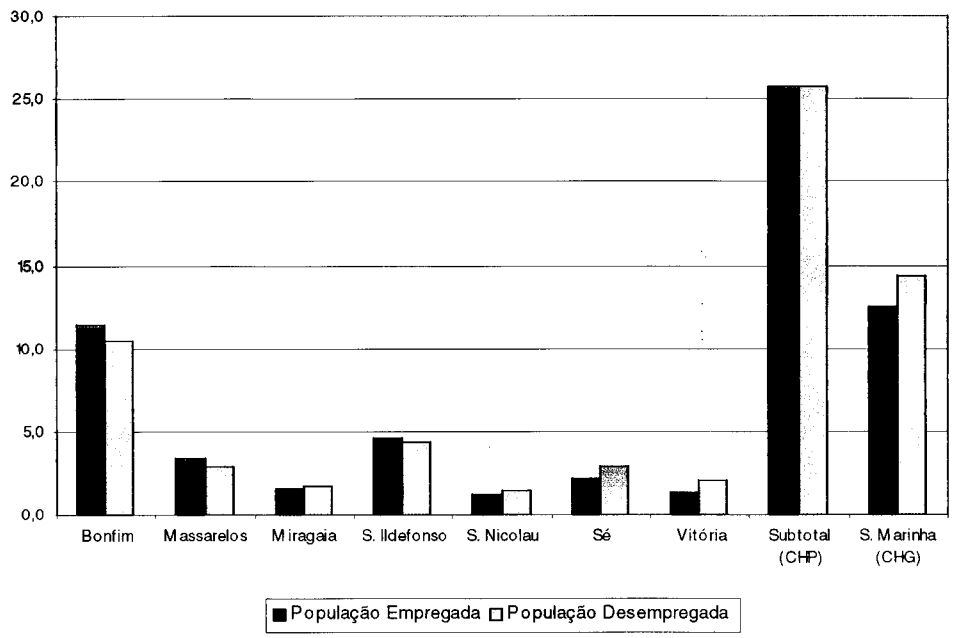
Gráfico 6.19 – População empregada e desempregada em 2001 (H M valores absolutos)



Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

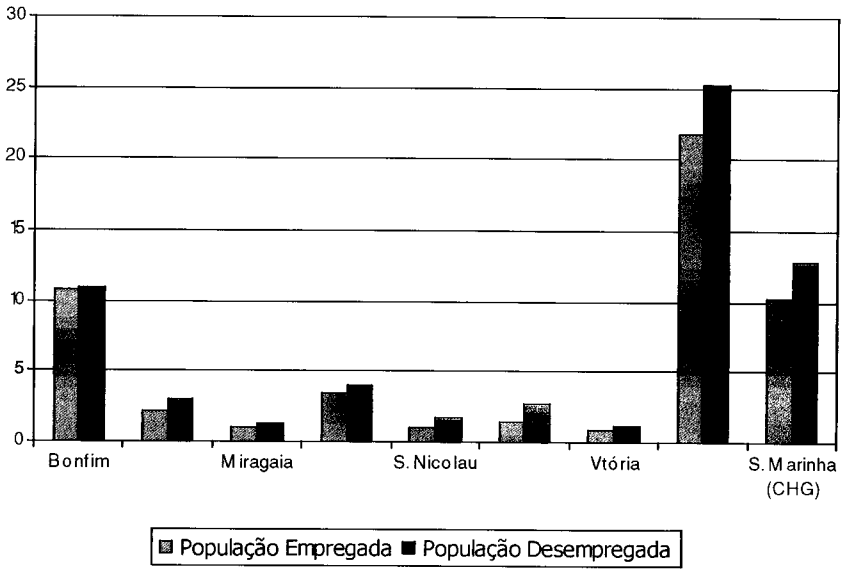
Como acabámos de verificar, a maior parte da população, em 1991 e 2001, está empregada – os Gráficos 6.18 e 6.19 elucidam também esta situação. Contudo, quando confrontados com os respectivos concelhos, depara-se-nos uma outra realidade, incidente esta na supremacia dos desempregados. E se, em 1991, realçando a desagregação por freguesias, se evidencia uma situação que já temos vindo a sublinhar e que incide precisamente no dualismo interno ao Centro Histórico do Porto – veja-se que as quatro freguesias que integram a coroa deste núcleo, ao contrário das três limítrofes, caracterizam-se, tal como o próprio núcleo, por uma mais elevada percentagem de população desempregada – Gráfico 6.20 –, em 2001 o peso do desemprego no panorama concelhio torna-se um pouco mais acentuado, na medida em que se sobrepõe à população empregada em todas as unidades territoriais estudadas – Gráfico 6.21.

Gráfico 6.20 – População empregada e desempregada em 1991 (valores relativos)



Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

Gráfico 6.21 – População empregada e desempregada em 2001 (valores relativos)



Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

Analisando, no entanto, mais em pormenor a estrutura de emprego em 1991, pode-se constatar que o género masculino se destaca em número absoluto, tanto a nível de freguesias como a nível de concelhos – Anexo 4.19. Assim, forçoso se torna verificar que, tendo o concelho do Porto como base, 25.7% da população empregada pertence às freguesias que integram o seu Centro Histórico, sendo na sua maioria homens (52.1%); também na freguesia de Santa Marinha se aplica o mesmo padrão, registando-se um valor de 55.9% da população masculina no conjunto da população empregada neste Centro Histórico. Contudo, e tendo em conta o peso relativo da população empregada por género no concelho, já o mesmo não se verifica, sobressaindo agora, em ambos os núcleos, a população feminina. Ainda assim, em ambos os Centros Históricos o padrão relativamente à população empregada é recorrente, seja qual for o ponto de vista privilegiado. Este panorama sofre algumas alterações em 2001; a população feminina supera ligeiramente, em valores absoluto, a masculina, no Centro Histórico do Porto; contudo, o peso relativo do género feminino no que concerne ao número de pessoas empregadas, continua hegemónico, tal como se verifica no Centro Histórico de Gaia – Anexo 4.20.

No que respeita à população desempregada em 1991 estamos perante uma população que sendo, embora, maioritariamente feminina tanto nos

núcleos históricos como nos concelhos, apresenta valores muito próximos quanto aos géneros quando se prioriza a desagregação por freguesia, tanto em termos absolutos como relativos. Não obstante a diferente incidência dos pesos relativos que a população decomposta por géneros apresenta face ao seu próprio concelho, podemos considerar estar perante núcleos cujo comportamento por género apresenta o mesmo padrão. Apesar de não estamos na posse de elementos que concretizem uma explicação incontornável, podemos avançar com a possibilidade de o género feminino se flexibilizar mais face a alternativas profissionais precárias e não carreiristas, o que permite uma maior oscilação articulada a mudanças, a par de ausências de enraizamento profissional. Veja-se que, em valor absoluto, são as mulheres, na maioria, que procuram tanto o primeiro emprego como um novo emprego para todas as situações aqui retratadas, situação em continuidade, para ambos os Centros Históricos em ambos os recenseamentos – Anexo 4.19. Contudo, esta realidade, tal como já havia sucedido com a população empregada, também sofreu algumas alterações e, em 2001, é a população masculina que mais vive uma situação de desemprego – Anexo 4.20.

Quadro 6.9 – Tipo de desemprego por Centros Históricos e concelhos

	População desempregada											
	À procura do primeiro emprego				À procura de novo emprego				Total			
	1991		2001		1991		2001		1991		2001	
	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%
CHP	487	18,9	644	19,7	2079	81,0	2623	80,3	2566	100	3267	100
Concelho Porto	2012	20,2	2477	19,1	7931	79,8	10474	80,9	9943	100	12951	100
CHG	203	20,6	237	14,9	781	79,4	1352	85,1	984	100	1589	100
Concelho VN Gaia	1315	19,2	2074	16,8	5534	80,8	10284	83,2	6849	100	12358	100

Fonte: INE, XIII e XIV Recenseamentos Gerais da População, 1991 e 2001

Ainda no que respeita à população desempregada, a grande maioria deste bloco é alimentada por população que procura novo emprego, para todas as freguesias, para ambos os núcleos e ambos os concelhos – Quadro 6.9 - sublinhando-se um acréscimo do peso relativo em 2001. Isso também não suscita admiração na medida em que a maioria da população é constituída por adultos, como já foi referido, o que se apresenta congruente com a renovação

de emprego por interposto desemprego, que como mostram os elementos expressos, se aplica com menor conformidade à população mais jovem, ainda não inserida na vida activa, mas pronta a iniciá-la, e portanto, na busca do primeiro emprego.

Numa observação mais detalhada, incidida a nível de freguesia em 1991, verifica-se que o Bonfim é uma freguesia que, de novo, se destaca das outras do núcleo do Porto – Anexo 4.19. Há um maior pendor homegeneizante entre as restantes do que entre as restantes e o Bonfim. Contudo, atente-se no facto de apenas uma ponta geográfica desta freguesia integrar o Centro Histórico. Pelos motivos apresentados anteriormente, e estando parte desta freguesia integrada no Centro Histórico do Porto, entendemos, apesar de algumas hesitações, inseri-la neste estudo estatístico, uma vez que tomámos como critério decisivo o facto da freguesia contribuir com uma área, mínima que fosse, para o delineamento do Centro Histórico.

6.5.1. Taxas de emprego e de desemprego

Importa agora, porque articulado com o que acabou de ser descrito, encontrar as taxas de actividade e de desemprego para a população em foco. Este tipo de taxas é um indicador fundamental para aferir do dinamismo da população a nível profissional. Quando aliadas ao grau de escolaridade ou de qualificação podem, inclusive, indicar a capacidade competitiva da população em estudo.

Como se pode verificar pelos Quadro 6.10 e Gráficos 6.22 e 6.23, as taxas de actividade revelam-se superiores no género masculino para todas as freguesias e a taxa de desemprego predomina, com valores mais elevados, para o género feminino, em ambos os espaços temporais estudados.

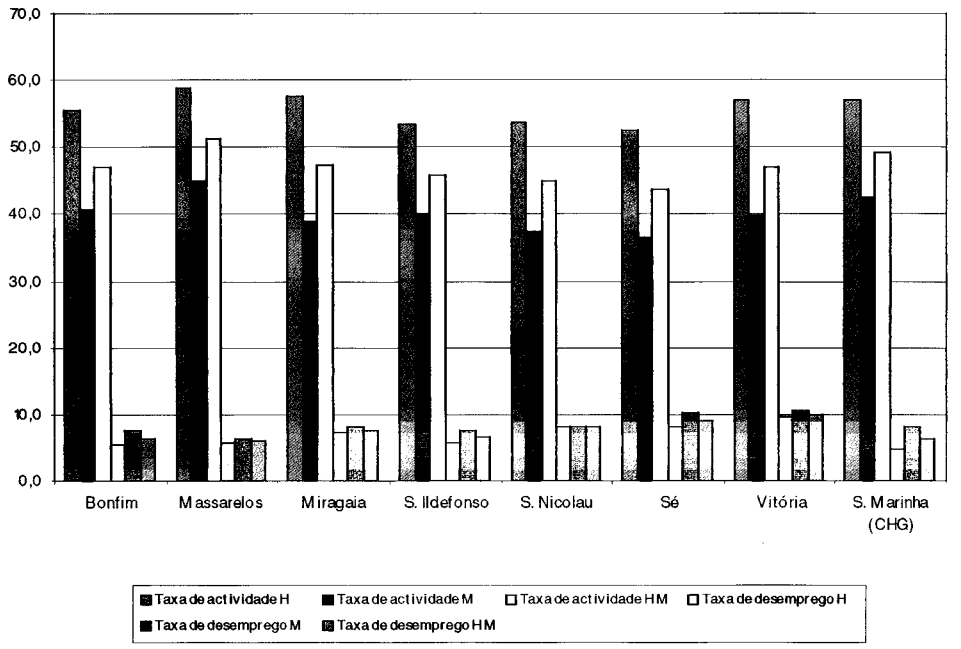
Confrontando as freguesias entre si, dir-se-ia que o padrão é recorrente, registando-se uma forte proximidade entre si, a este nível. Este mesmo padrão regista-se ainda, considerando a diferença por géneros, como já foi referido.

Quadro 6.10 – Taxas de actividade e de desemprego dos residentes em 1991 e 2001

Fonte: INE, XIII e XIV Recenseamentos Gerais da População, 1991 e 2001

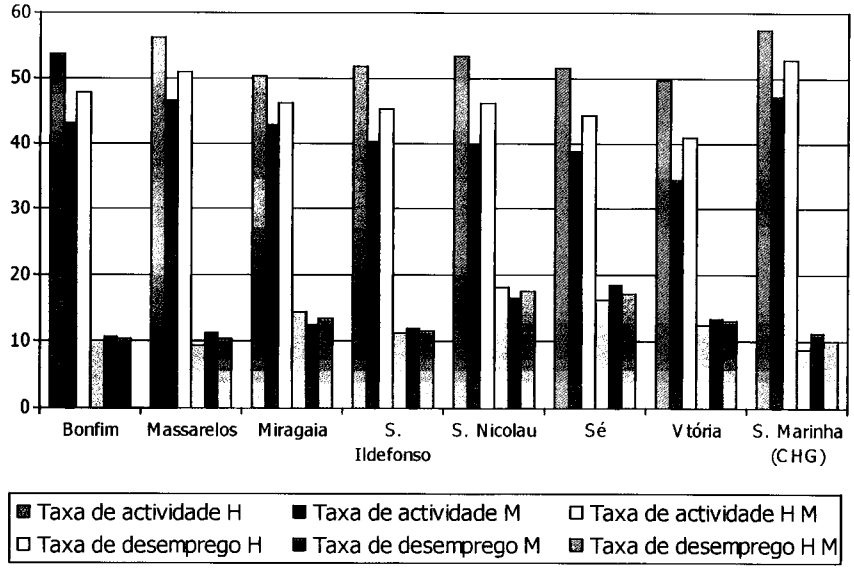
Freguesias	Taxa de actividade em 1991 (%)			Taxa de actividade, em 2001 (%)			Taxa de desemprego, em 1991 (%)			Taxa de desemprego, em 2001 (%)		
	H	M	HM	H	M	H M	H	M	H M	H	M	H M
Bonfim	55,5	40,8	47,2	53,7	43,2	47,8	5,4	7,4	6,4	9,9	10,7	10,3
Massarelos	58,9	45,1	51,3	56,2	46,5	50,9	5,6	6,4	6,0	9,4	11,2	10,3
Miragaia	57,6	38,9	47,5	50,4	42,9	46,4	7,2	8,0	7,5	14,3	12,4	13,4
S. Ildefonso	53,5	40,1	45,9	52,0	40,4	45,4	5,6	7,5	6,5	11,4	11,8	11,6
S. Nicolau	53,7	37,4	44,9	53,5	40,1	46,2	8,1	8,1	8,1	18,2	16,6	17,5
Sé	52,4	36,5	43,6	51,7	38,6	44,5	8,2	10,4	9,2	16,3	18,3	17,3
Vitória	57,1	39,8	47,1	49,6	34,3	40,9	9,8	10,5	10,1	12,6	13,5	13,0
Subtotal (CHP)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
C. do Porto	55,3	40,9	47,5	53,3	43,8	48,1	6,0	8,0	6,9	10,1	10,3	10,2
S. Marinha (CHG)	57,0	42,4	49,3	57,6	47,3	52,1	4,9	8,0	6,3	8,7	11,3	9,9
C. V. N. Gaia	58,8	40,5	49,4	58,9	47,1	52,8	4,2	7,4	5,6	6,5	9,9	8,1

Gráfico 6.22 – Taxas de actividade e de desemprego da população residente em 1991 (valores relativos)



Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

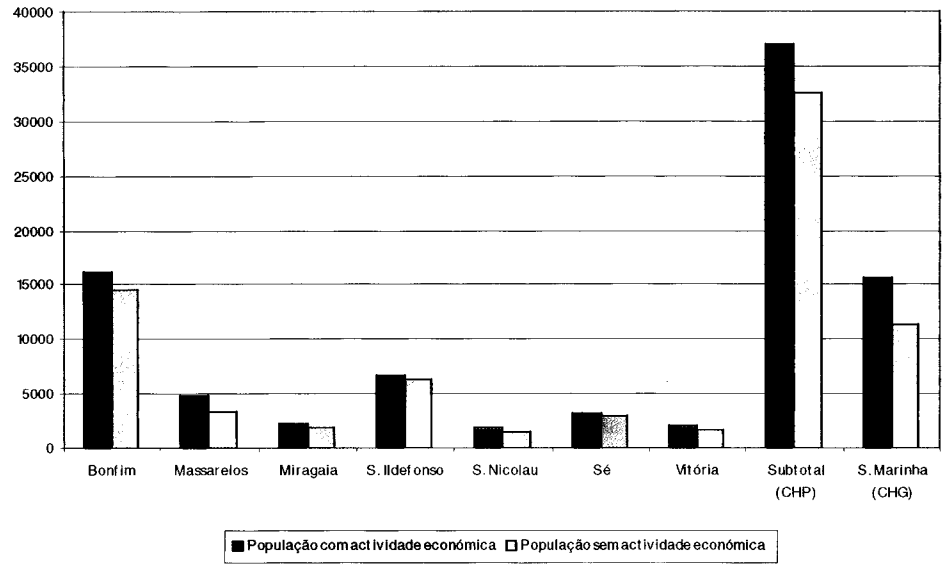
Gráfico 6.23 – Taxas de actividade e de desemprego dos residentes em 2001 (valores relativos)



Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

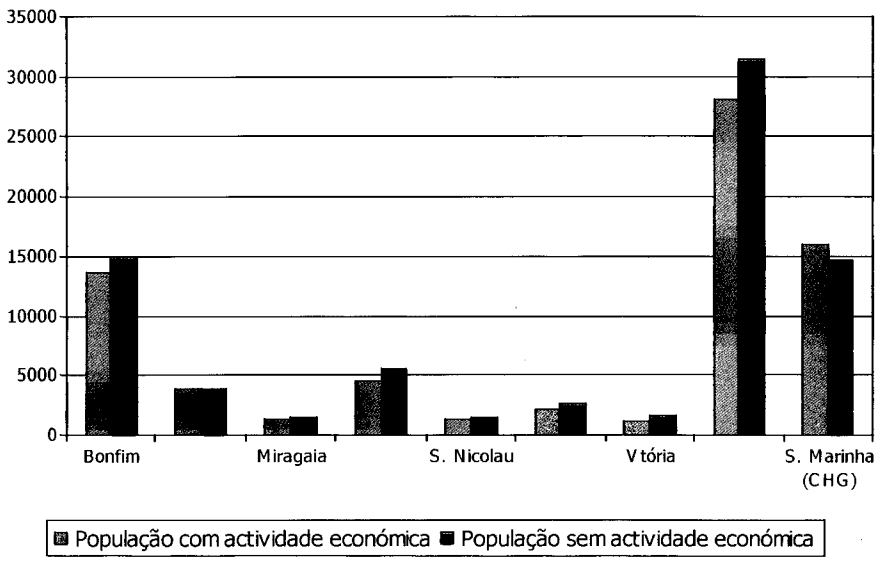
Com o intuito de perceber possíveis divergências quanto à interpretação da informação recebida, atendemos de seguida ao desempenho ou não de uma actividade económica por parte das populações. A leitura efectuada revela-nos que, em 1991, a maioria da população visada se encontrava a desempenhar uma actividade económica em todas as freguesias, o que se reflectia ao nível de ambos os Centros Históricos – Gráfico 6.24. Ora, tratando-se de uma população adulta, esta situação não só não levanta dúvidas, como confirma as conclusões a que fomos chegando anteriormente. Porém, em 2001, o cenário muda de figura, verificando-se o oposto em quase todas as freguesias. As excepções são feitas às freguesias de Massarelos e de S. Marinha, cuja população sem actividade económica continua a ser inferior à população com actividade económica – Gráfico 6.25 e Anexos 4.21 e 4.22.

Gráfico 6.24 – População face à actividade económica em 1991 (valores absolutos)



Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

Gráfico 6.25 – População face à actividade económica em 2001 (valores absolutos)

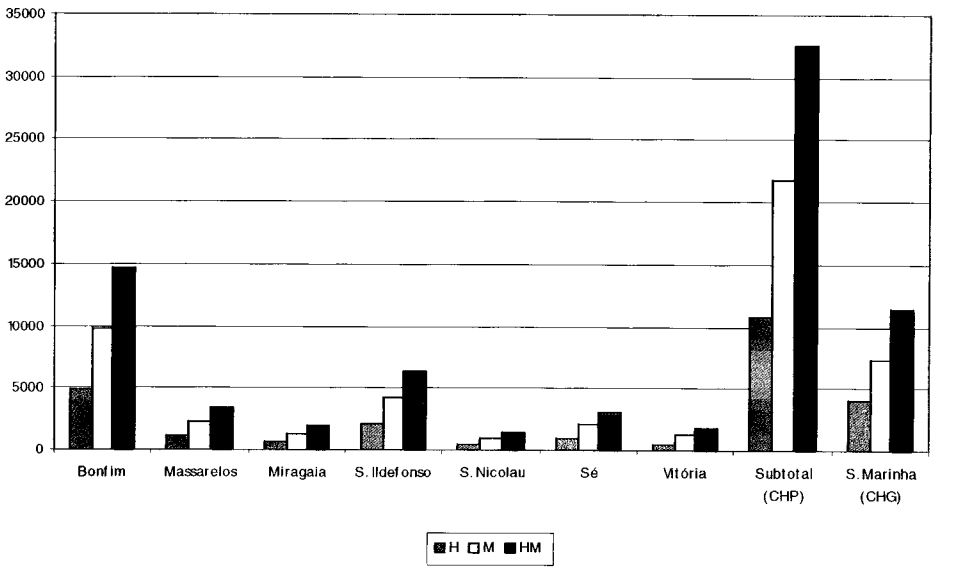


Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

Cruzando estes elementos com o género, e desta feita em ambos os recenseamentos gerais da população, constata-se que em todas as freguesias aqui consideradas, e por conseguinte em ambos os Centros Históricos, tal como em ambos os concelhos, são as mulheres que maioritariamente se encontram

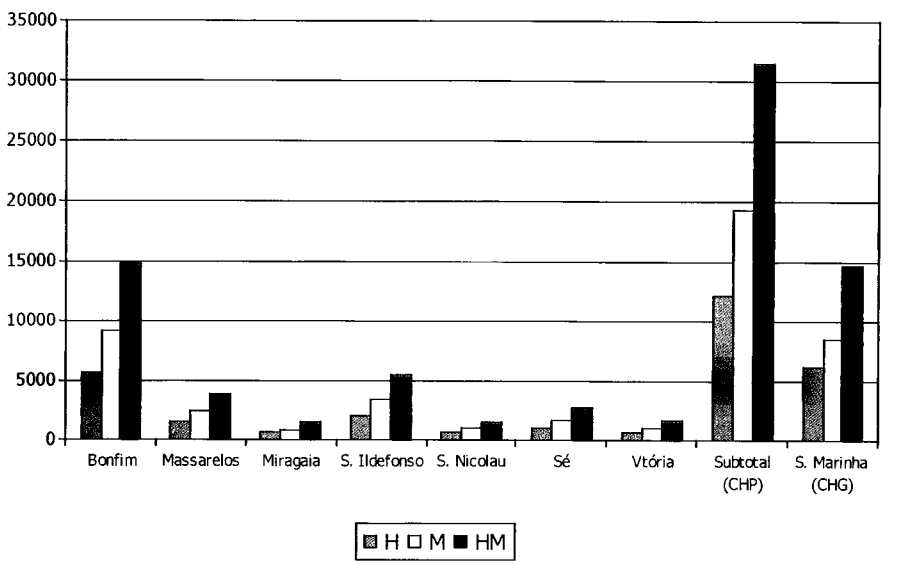
sem actividade económica; em contrapartida, são os homens que maioritariamente se encontram com actividade económica – Gráficos 6.26 e 6.27, e Gráficos 6.28 e 6.29. Estamos, novamente, perante um mesmo padrão de actuação, mas agora face à actividade económica.

Gráfico 6.26 - População sem actividade económica por género em 1991 (valores absolutos)



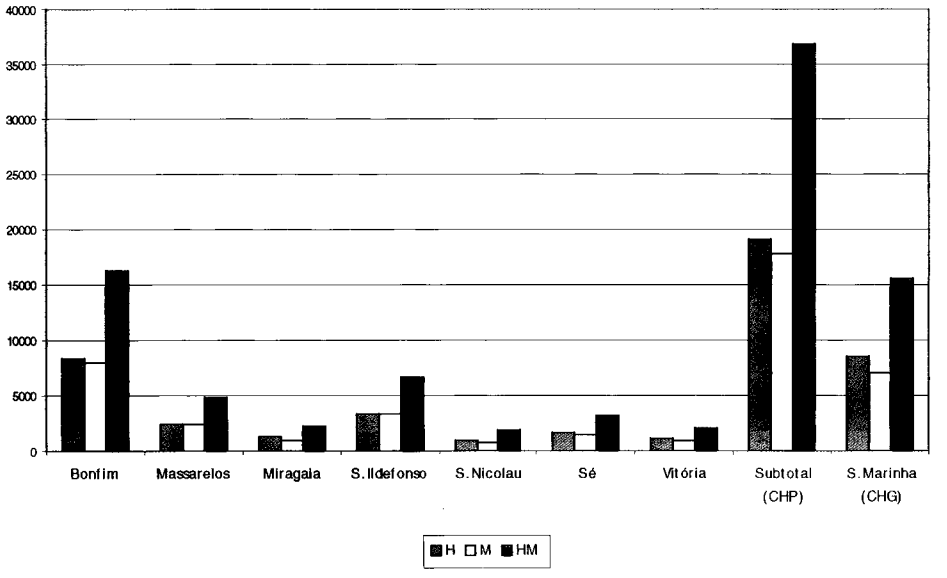
Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

Gráfico 6.27 – População sem actividade económica por género em 2001 (valores absolutos)



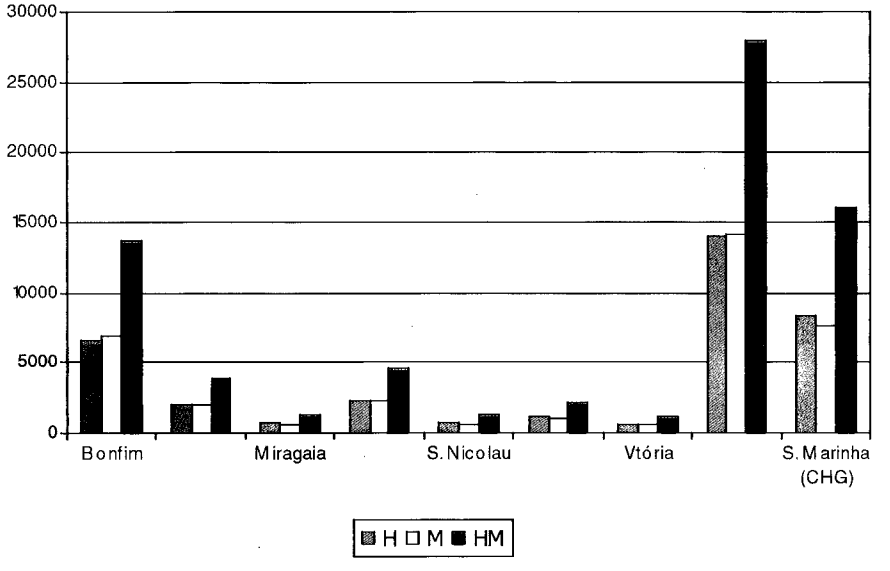
Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

Gráfico 6.28 – População com actividade económica por género em 1991 (valores absolutos)



Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

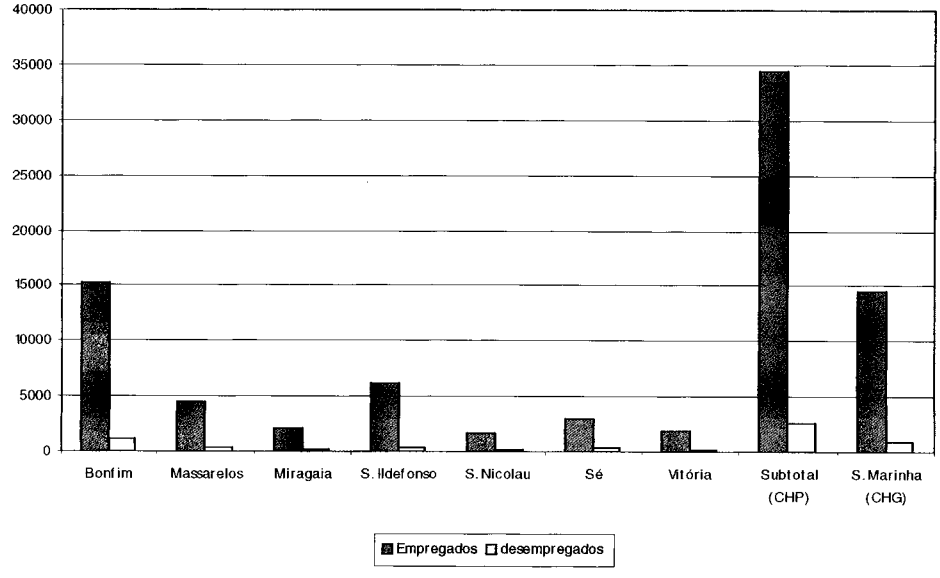
Gráfico 6.29 – População com actividade económica por género em 2001 (valores absolutos)



Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

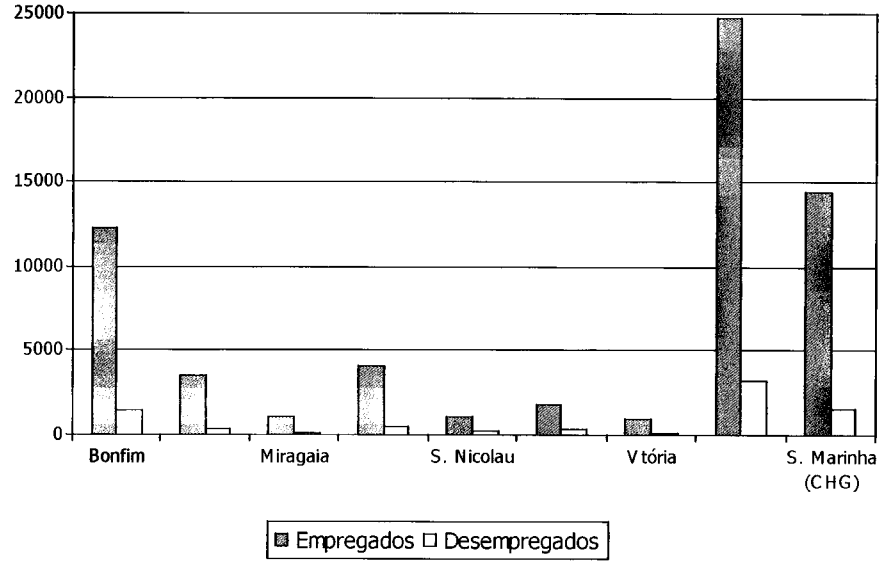
Interessou-nos agora confirmar, com outros elementos, a composição interna da população com actividade económica, e tal como já havíamos apurado, a sua maioria é constituída por empregados, sendo este um padrão que se repete para todas as situações em análise, quer em 1991, quer em 2001 – Gráfico 6.30 e Gráfico 6.31. Contudo, quando se confronta o peso relativo de cada Centro Histórico no respectivo concelho, os resultados são outros.

Gráfico 6.30 – População com actividade económica em 1991 (valores absolutos)



Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

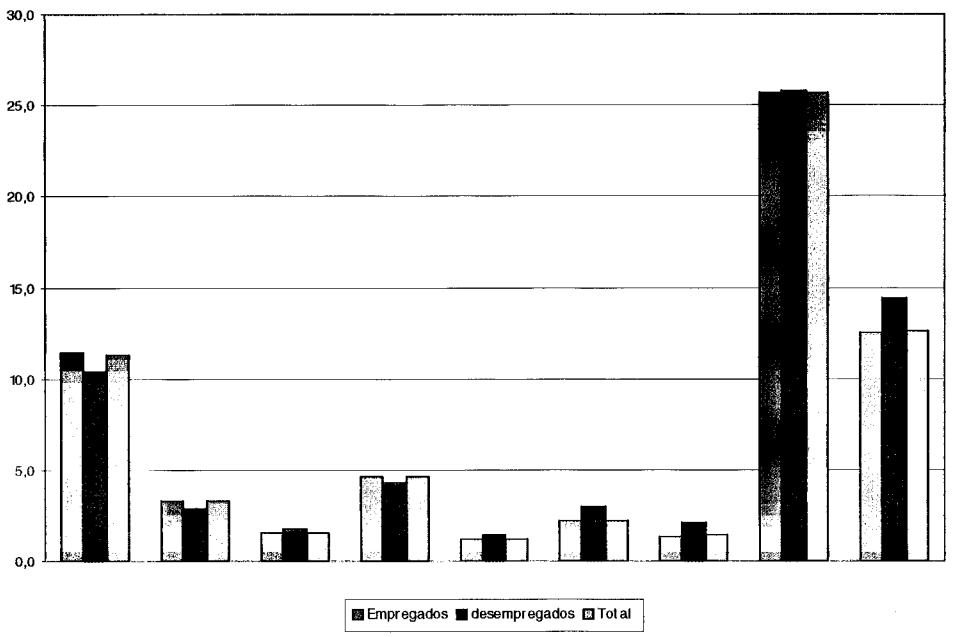
Gráfico 6.31 – População com actividade económica em 2001 (valores absolutos)



Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

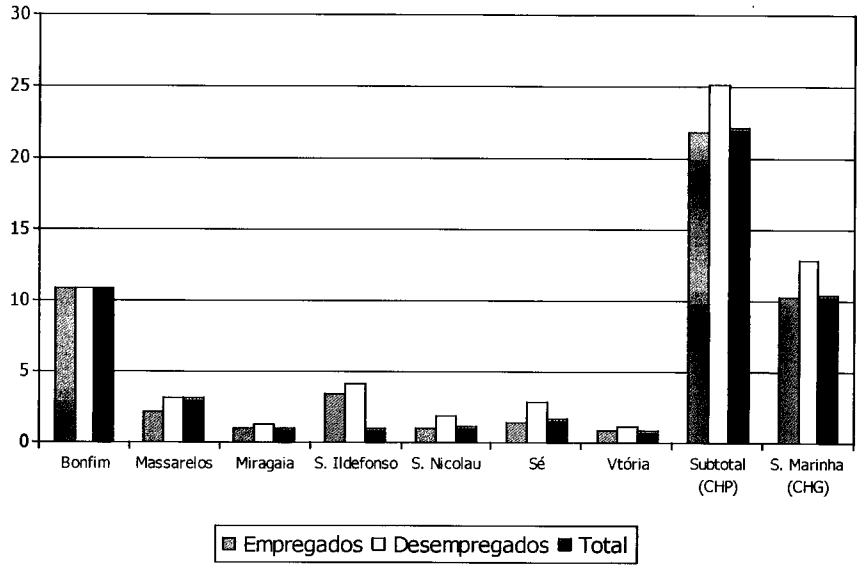
Senão, vejamos: do efectivo populacional com actividade económica, tanto para 1991 como para 2001, destacam-se os desempregados para ambos os núcleos, tendo em conta o peso de cada um no respectivo concelho de pertença – Gráfico 6.32 e Gráfico 6.33. Ora, esta discrepância que se apresenta entre a análise relativa e a análise absoluta – ainda mais significativa em 2001 – releva do peso que cada situação específica manifesta perante o conjunto concelhio em que se integra. Não obstante, não estamos na posse de elementos informativos mais vastos que nos permitam avançar com clareza para uma explicação interpretativa mais concludente a este nível.

Gráfico 6.32 – População com actividade económica por condição perante o trabalho em 1991 (valores relativos)



Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

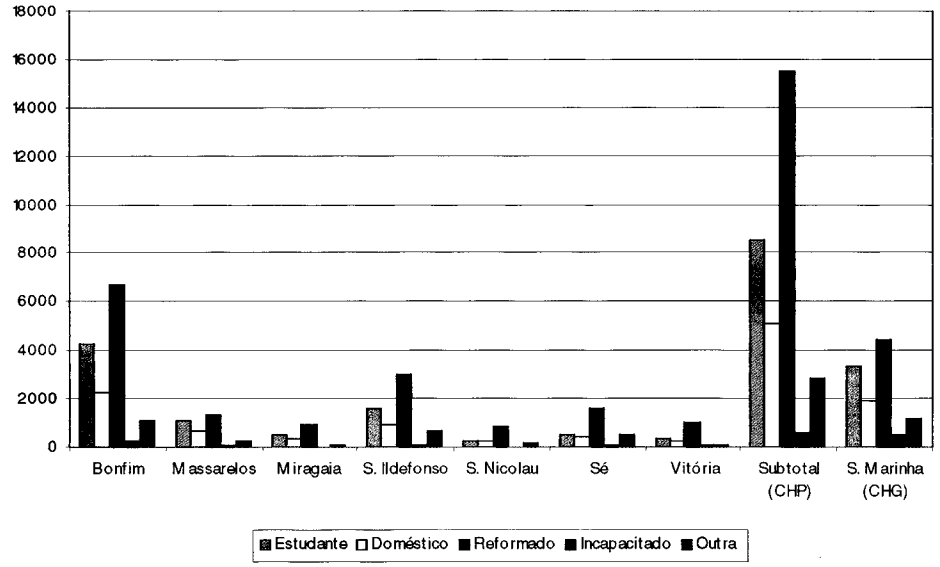
Gráfico 6.33 – População com actividade económica por condição perante o trabalho em 2001 (valores relativos)



Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

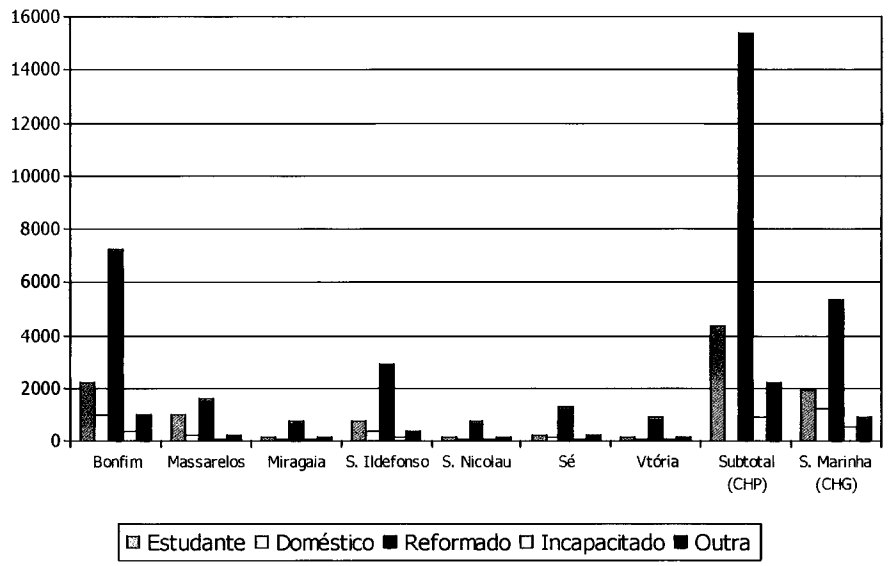
Esta análise não ficaria completa se não procedêssemos de igual forma relativamente à população sem actividade económica. Podemos avançar, então, que neste caso predominam os reformados para ambos os núcleos, que assim apresentam o mesmo padrão configurativo a este nível – Gráfico 6.34 e Gráfico 6.35 – até porque não se observam grandes alterações no espaço intercensitário. A outra categoria que imediatamente apresenta valores significativos é a dos estudantes - Anexos 4.23 e 4.24.

Gráfico 6.34 – População sem actividade económica por condição perante o trabalho em 1991 (valores absolutos)



Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

Gráfico 6.35 – População sem actividade económica por condição perante o trabalho em 2001 (valores relativos)



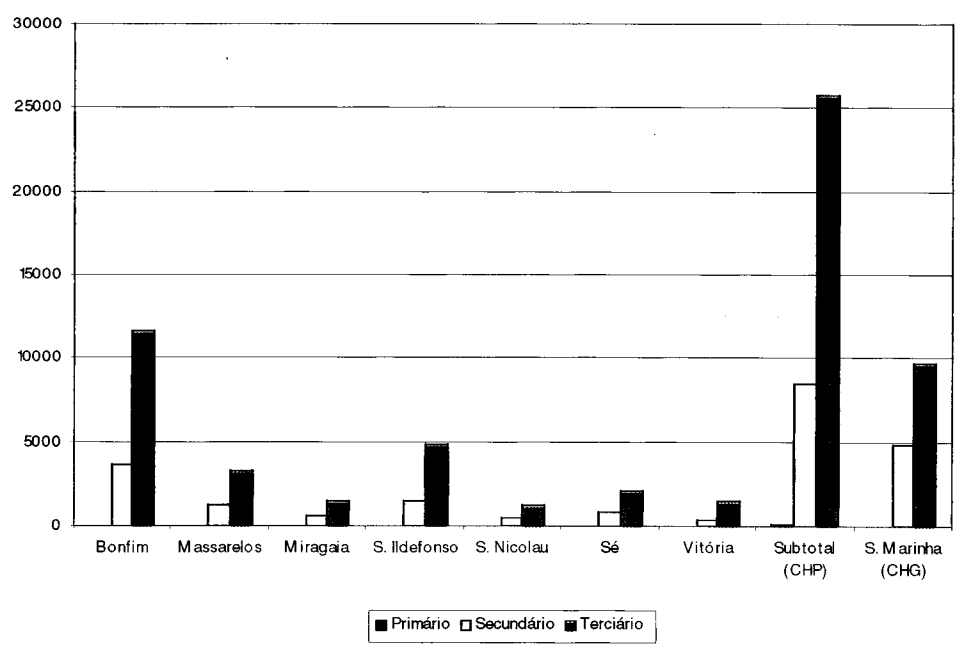
Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

Estes últimos elementos prestam-se mais a confirmar conclusões anteriormente efectuadas do que a fornecerem-se informação adicional. Ainda assim, parece-nos de todo o interesse multiplicar a análise, recorrendo a outros

prismas, com vista à obtenção de um padrão gráfico tão preciso quanto possível.

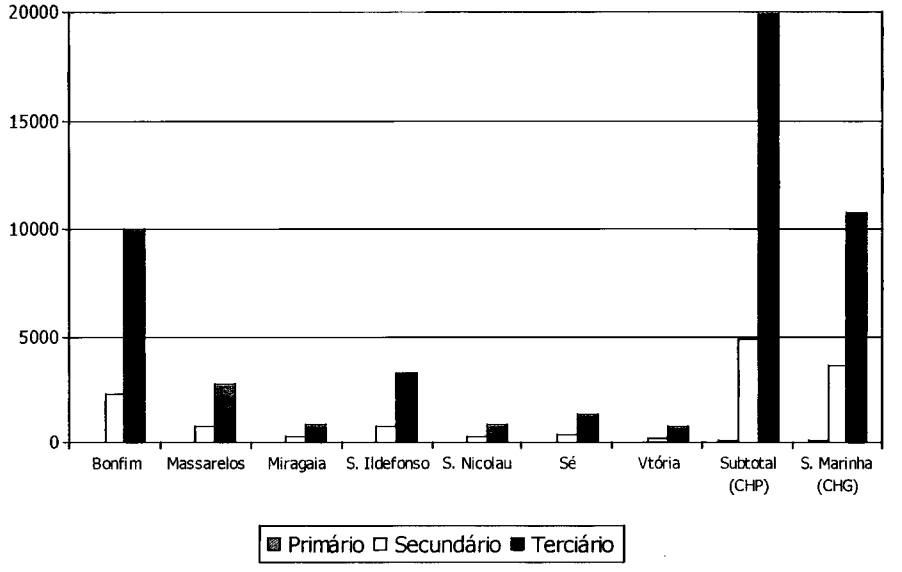
Este pacote enformaria de uma deficiência grave se não procedêssemos à análise dos sectores de actividade predominantes. Assim, torna-se evidente o predomínio absoluto do sector terciário para todas as freguesias e para ambos os sexos. O sector secundário apresenta-se também com contornos nítidos no que respeita às actividades profissionais onde se emprega a população. Em contrapartida, o sector primário apresenta uma expressão extremamente reduzida, mal se percebendo da sua existência com base na visualização gráfica – Gráfico 6.36 e Gráfico 6.37. Como se pode concluir pela leitura de ambos os gráficos, também aqui não se aferiram alterações dignas de registo entre 1991 e 2001. Ainda assim, não podemos deixar de fazer uma breve referência ao significado estatístico do seu valor percentual, reflectido nos Gráficos 6.38 e 6.39, que tem em conta o peso relativo de cada um dos sectores de actividade. E sobre isto lembraríamos que o aparente empolamento das barras relativas ao sector primário devem-se a um efeito induzido da representação deste mesmo sector ao nível das restantes freguesias de cada um dos concelhos aqui em evidência.

Gráfico 3.36 – População por sector de actividade em 1991 (valores absolutos)



Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

Gráfico 6.37 – População por sector de actividade em 2001 (valores absolutos)

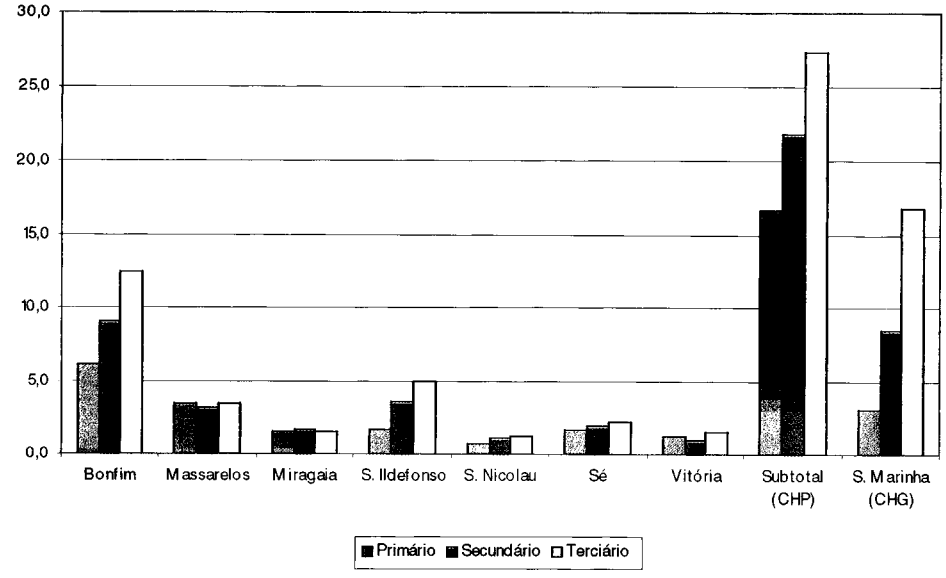


Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

Como se pode observar pelos Quadros 6.11 e 6.12, em ambos os núcleos e em ambos os recenseamentos, predomina, com larga vantagem, o sector terciário, seguido, de longe, do sector secundário. Esta situação remete forçosamente para o facto de estarmos perante, como o próprio nome indica, Centros Históricos. Assim, compreender-se-á, decerto, que, na qualidade central que geograficamente ocupam no concelho, adeqúem o grosso das suas actividades económicas ao sector que predomina em qualquer centro urbano – o terciário[1023]. Por ser uma situação que nos merece alguma atenção, procurámos perceber se o mesmo ocorria nos concelhos de pertença de cada um deste núcleos – Quadro 6.13 e Quadro 6.14.

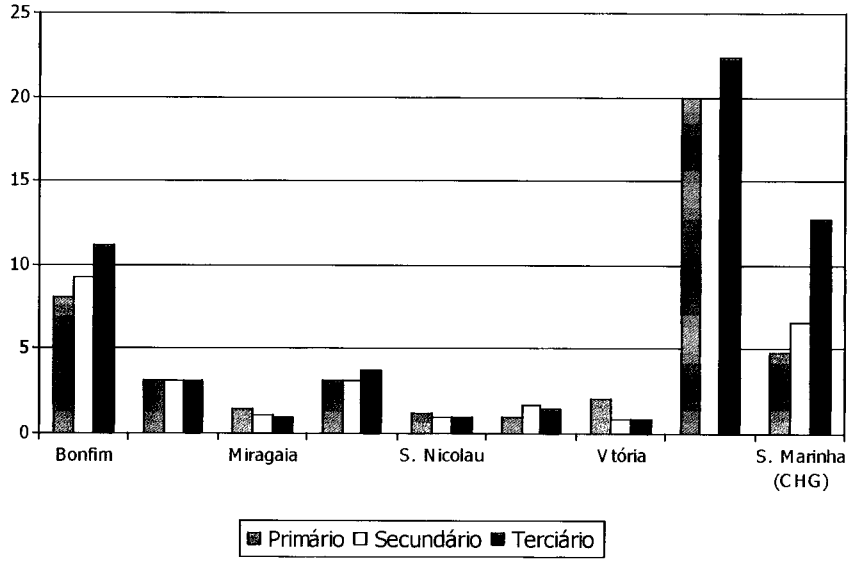
[1023] Como nota de interesse, saliente-se que através de registos efectuados em 2001, se confirma a predominância do sector terciário nas freguesias do Centro Histórico do Porto. Cf. VVAA, *História das Freguesias e Concelhos de Portugal*, Vol 14, Quidnovi, Matosinhos, 2004, pp. 92, 94, 97, 101-103.

Gráfico 6.38 – População por sector de actividade em 1991 (valores relativos)



Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

Gráfico 6.39 – População por sector de actividade em 2001 (valores relativos)



Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

Quadro 6.11 – Peso relativo de cada sector de actividade no conjunto de cada Centro Histórico em 1991[1024]

Centro Histórico	Sector Primário		Sector Secundário		Sector Terciário		Total	
	N. A.	%	N. A.	%	N. A.	%	N. A.	%
Porto	67	0,2	8496	24,7	25803	75,1	34366	100
V. N. Gaia	49	0,3	4835	33,2	9674	66,5	14558	100

Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

Quadro 6.12 – Peso relativo de cada sector de actividade no conjunto de cada Centro Histórico em 2001[1025]

Centro Histórico	Sector Primário		Sector Secundário		Sector Terciário		Total	
	N. A.	%	N. A.	%	N. A.	%	N. A.	%
Porto	84	0,3	4828	19,5	19873	80,2	24785	100
V. N. Gaia	50	0,3	3617	25,0	10779	74,6	14446	100

Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

Quadro 6.13 – Peso relativo de cada sector de actividade no concelho em 1991[1026]

Concelho	Sector Primário		Sector Secundário		Sector Terciário		Total	
	N. A.	%	N. A.	%	N. A.	%	N. A.	%
Porto	404	0,3	39097	29,3	94165	70,5	133666	100
V. N. Gaia	1611	1,4	56729	48,9	57609	49,7	115949	100

Fonte: INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991

Quadro 6.14 – Peso relativo de cada sector de actividade no concelho em 2001[1027]

Concelho	Sector Primário		Sector Secundário		Sector Terciário		Total	
	N. A.	%	N. A.	%	N. A.	%	N. A.	%
Porto	420	0,4	24084	21,2	89089	78,4	113593	100
V. N. Gaia	1034	0,7	54656	39,0	84391	60,2	140081	100

Fonte: INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001

[1024] Quadro construído com base nos elementos fornecidos pelo INE. Cf. Anexo 4.25 e 4.26.
[1025] Quadro construído com base nos elementos fornecidos pelo INE. Cf. Anexo 4.25 e 4.26.
[1026] Quadro construído com base nos elementos fornecidos pelo INE. Cf. Anexo 4.25 e 4.26.
[1027] Quadro construído com base nos elementos fornecidos pelo INE. Cf. Anexo 4.25 e 4.26.

Pode-se perceber que estamos perante concelhos que em termos de grandes tendências, não divergem o seu comportamento do dos Centros Históricos. Contudo, uma observação mais detalhada, permitir-nos-á perceber um afastamento notório entre os valores do terciário apresentados pelos espaços gaienses. Aliás, o concelho de Vila Nova de Gaia revela praticamente um equilíbrio entre os sectores secundário e terciário, não se caracterizando nenhum deles por uma maioria absoluta. Esta situação, que apresenta valores com alguma divergência face ao seu Centro Histórico, justifica-se por se tratar de um concelho com freguesias pouco ou nada terciarizadas, estando ainda voltadas para os outros dois sectores de actividade, primário e secundário.

Ora, sabemos que o grau de desenvolvimento económico de uma unidade administrativa se mede pelo peso relativo de cada um dos seus sectores de actividade, sendo certa a correlação estabelecida, a este nível, com o sector terciário. Assim, não será demais concluirmos estarmos perante dois Centros Históricos próximos, mas inseridos em concelhos que revelam alguma divergência nestes patamares, que, contudo, contam com um forte alimento demográfico fornecido pelos seus núcleos às actividades do sector terciário.

6.6. Notas conclusivas

Para finalizar esta nossa caracterização apresentamos de seguida o Quadro 6.15 que sintetiza para 2001, sistematicamente convergências/divergências encontradas entre os núcleos e seus concelhos de pertença ao longo desta exposição.

É com base nesses registos que defendemos estar perante dois espaços contíguos, caracterizados socioprofissionalmente de forma muito similar. Note-se que a eleição dos indicadores e variáveis acima referidos, torna pertinente considerarmos estar perante um vasto conjunto, uma vez que, sendo idênticas as condições de vida dos residentes nos Centros Históricos, nada justificaria tratá-los como espaços independentes.

Quadro 6.15 – Convergência *versus* divergência registada entre Centros Históricos e Concelhos

	Centro Histórico do Porto	**Centro Histórico de V. N. Gaia**	**Concelho do Porto**	**Concelho de V. N. Gaia**
População: * Presente	Em decrescimento	Em decrescimento	Em decrescimento	Em decrescimento
* Residente	Menos numerosa	Menos numerosa	Menos numerosa	Menos numerosa
Peso relativo da população residente no concelho de pertença	23,1%	10,7%	----------	----------
Taxa de variação absoluta	Negativa	Negativa	----------	----------
Taxa de variação relativa	Negativa	Negativa	----------	----------
Género: *predomínio	Feminino	Feminino	Feminino	Feminino
Grupos etários: * Predomínio absoluto	Adultos	Adultos	Adultos	Adultos
* Predomínio relativo (peso relativo no concelho de pertença)	Velhos	Velhos	----------	----------
Perfil de instrução: * Predomínio absoluto	Primeiro ciclo	Primeiro ciclo	Primeiro ciclo	Primeiro ciclo
* Padrão gráfico	=	=	----------	----------
* Sequência decrescente dos níveis absolutos de instrução	Primeiro ciclo ... Nenhum ciclo Ensino superior	Primeiro ciclo ... Nenhum ciclo Ensino superior	Primeiro ciclo ... Nenhum ciclo Ensino superior	Ensino secundário ... Nenhum ciclo Ensino médio
Condição perante o trabalho * Predomínio absoluto	Empregados Reformados	Empregados Reformados	Empregados Reformados	Empregados Reformados
Estrutura de emprego * Empregados: predomínio do género (VA)	Feminino	Masculino	Masculino	Masculino
* Empregados: predomínio do género (%)	Feminino	Feminino	Masculino	Masculino
* Desempregados: predomínio do género (VA)	Feminino	Feminino	Feminino	Feminino
* Desempregados: predomínio do género (%)	Feminino	Masculino	----------	----------
Taxa de actividade: *género que se salienta	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino
Taxa de desemprego: *Género que se salienta	Feminino	Feminino	Feminino	Feminino
Sectores de actividade: *predomínio	Terciário	Terciário	Terciário	Terciário
Sequência decrescente do peso dos sectores de actividade	Terciário Secundário Primário	Terciário Secundário Primário	Terciário Secundário Primário	Terciário Secundário Primário

Claro está que poderíamos ter apresentado uma análise muito mais complexa e porventura mais rica. Contudo, quisemos apenas mostrar como, ao nível dos indicadores e das variáveis consideradas mais básicas, o panorama se apresenta. Podíamos também ter recorrido a cruzamentos sistematizados entre os efectivos populacionais considerados e variáveis consideradas para os efectivos populacionais – Quadro 6.1. Todavia, acreditamos que esse recurso não acrescentaria nada mais ao nosso objectivo, embora, seja um facto, que a análise se apresentaria bastante mais pormenorizada.

Podemos então, e para finalizar, concluir que, justificadamente, estes Centros Históricos que a nível administrativo são dois espaços independentes, são aqui tratados como um vasto e contíguo espaço caracterizadas por idêntico percurso histórico-social, bem como por um comportamento demográfico e económico muito similar.

Como tal, não se impôs, forçosamente, a selecção de igual número de estabelecimentos por cada um destes núcleos. Todavia, dada a tipologia construída, bem como as características dos estabelecimentos em si, efectivamente foram encontrados número igual de estabelecimentos para uma análise mais circunscrita em cada um deles. Iremos, então, de seguida, proceder à caracterização do *locus* que norteou empiricamente o nosso estudo.

Capítulo 7

Caracterização do cenário de recolha de informação

"(...) beber parecia completamente normal e, para a maioria, completamente social: era algo que nos levava para fora de nós próprios e para o mundo: para os bares, as festas e os restaurantes elegantes."

Caroline Knapp, Beber. *Uma História de Amor*

7.1. Uma incursão etnográfica

No capítulo 3 apresentámos, com algum detalhe, os passos que conduziram à selecção das plataformas empíricas de observação. O Quadro 3.13 evidencia, assim, a integração de cada estabelecimento seleccionado, quer no respectivo Tipo ideal, quer no respectivo contexto empírico. Atenderemos, então, de seguida, à caracterização física de cada um destes espaços que foram seleccionados com vista à nossa investigação, no sentido da recolha de informação mais precisa e circunscrita ao objecto e aos objectivos deste estudo.

Este primeiro patamar de registos contou unicamente com a técnica de observação directa incidida directamente nos espaços alvo, pelo que, importaria, antes de mais, proceder a uma breve elucidação sobre a nossa integração nesses espaços, isto é, sobre a reacção, por parte quer do proprietário/gerente de cada um desses espaços quer dos frequentadores-consumidores, à presença da investigadora. É o que faremos seguidamente e que denominámos de descrição etnográfica do acolhimento da investigadora.

O nosso percurso por estabelecimentos de bebidas e/ou de bebidas e restauração teve início num período de tempo já recuado, datado de meados de 1996. Queremos, com isto, sublinhar que o nosso conhecimento do tipo de espaços aqui estudados não se limita aos que foram seleccionados. Assim, terá decerto interesse, fazer uma breve referência não só às duas estratégias de entrada nos estabelecimentos utilizadas nas visitas efectuadas, mas também à forma como a nossa presença foi notada e percepcionada.

Nesses espaços, a *distância* ao meio é visível, daqui decorrendo, com nítida percepção, o binómio inclusão-exclusão, no sentido em que os *incluídos* são os eleitos, os frequentadores-consumidores habituais desses espaços; assim, os *excluídos* são todos os outros, os esporádicos, os raros, enfim, os desenraizados do meio. Ora, a desconfiança com que os estranhos ao meio, os *excluídos*, são recebidos pelos eleitos, os *incluídos*, que num certo sentido praticamente se auto concedem o direito a apropriação exclusiva do espaço, não nos passou, de forma alguma, despercebida. Como refere J. Machado Pais, "a proscrição social exercida

assegura, entre os «eleitos» uma intimidade quase familiar (...)"[1028]. Neste sentido, e como já tivemos oportunidade de afirmar num outro contexto, e a propósito destas temáticas, "a nossa presença foi imediatamente notada em todas as situações, tendo sido claramente perceptível uma distância imposta relativamente à intromissão de estranhos num espaço alheio."[1029] Numa larga maioria de estabelecimentos visitados, sob uma estratégia baseada na não apresentação dos motivos norteadores da nossa visita, fomos nitidamente considerados *intrusos*, facto ressaltado por inerência da presença feminina da investigadora. Olhares inquisitivos fixaram-nos, mediram-nos de alto a baixo e as vozes, inicialmente alteadas e inflamadas, baixaram o tom. Por vezes, o recurso ao vernáculo diminuía significativamente, registando-se algum *cuidado* devido à "presença da senhora" (a investigadora). Ainda assim, esse *cuidado* com a linguagem não resistia muito tempo, não sendo, por conseguinte, totalmente banido.

A desconfiança inicial face à nossa pessoa e aos propósitos da nossa visita tornou-se manifestamente expressiva, quando, na fase final da entrevista efectuada ao proprietário de um dos estabelecimentos, este, em tom totalmente "descontraído", admitia precisamente essa falta de confiança, transmutada posteriormente em aceitação naturalizada da nosso presença, que ficou patente nas suas próprias palavras:

> "Quando a vi pela primeira vez, pensei cá comigo e até disse à minha mulher: Esta gaja (a menina desculpe mas às vezes a gente fala assim e não é para ofender) pensa que me engana. Ela deve ser fiscal das finanças, mas não sei o que procura. Depois achei que me tinha enganado, e que afinal era agente da polícia à procura de qualquer coisa. Eu sabia que não era nada comigo, mas... até que finalmente percebi que não era nada disso e que era apenas cliente e podíamos até ser amigos" (Proprietário, casado, 4ª classe).

A demarcação social que no início recaiu sobre nós, em vários estabelecimentos, não impediu nem alterou o nosso percurso de investigação. Contudo, à medida que a nossa presença se foi banalizando, por via da insistência intermitente causada por alguma continuidade de visitas a esses espaços, a estranheza distanciada causada pelo primeiro impacto atenuou-se, tendo sido

---

[1028] J. Machado Pais, "Lazeres e sociabilidades juvenis – um ensaio de análise etnográfica", in *Análise Social*, nº 108-109, 1990, p. 595.
[1029] Dulce Magalhães, "A taberna. Usos do espaço e do tempo", in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras do Porto*, nº 6, 1996, p. 226.

substituída pela *indiferença* atribuída à nossa presença. A barreira, simbolicamente levantada de início, não tendo sido totalmente vencida, não foi impeditiva, contudo, de "uma primeira aproximação a um espaço masculino e de entrada enraizadamente resguardada ou quase."[1030] Seria inadequado, todavia, não salientar outro tipo de recepção, marcado embora por uma certa distância que, mesmo quando presente, se expressava aparentemente com menor evidência. Os espaços que seleccionámos para o nosso estudo integram-se nesta segunda vertente de actuação no que respeita à recepção/aceitação da investigadora. Decerto que para tal terá contribuído uma outra aposta na forma de nos inserirmos em cada espaço. Desta feita, a estratégia incidiu numa apresentação imediata, ao proprietário/gerente de todos os estabelecimentos seleccionados, dos objectivos das nossas visitas, daqui resultando um confronto que desde o início nos foi bastante favorável, induzindo, inclusivamente, os frequentadores a cooperarem connosco, colaborando no que lhes era solicitado.

Na Adega de A. Valente como na Taberna do Túnel, por exemplo, a recepção não poderia ter sido melhor, tendo em conta a nossa presença, indisfarçavelmente feminina, e o objectivo de investigação que nos conduzira para lá. A estranheza e a curiosidade foram um facto. Contudo, entre um café cimbalino e dois dedos de conversa, informámos os respectivos proprietários dos nossos intentos, ao que obtivemos de imediato não só a sua anuência como também o seu interesse pelo nosso trabalho. A grande maioria dos clientes de ambos os estabelecimentos, deixaram-se fotografar, colaborando mesmo no nosso trabalho. Em ambos os casos, apesar da reacção favorável que proprietários e clientes revelaram face à nossa presença, ainda assim se fez notar uma fronteira separadora entre dois mundos de vida diferenciados: de imediato, por um lado um mundo feminino por oposição a um mundo marcadamente masculino, ao que se juntou o mundo académico por oposição ao mundo popular. Ainda assim, a coexistência foi pacífica e colaborante apesar de não se ter deixado de fazer sentir alguma disjunção entre estes dois "mundos de vida", manifestamente por parte dos quotidianamente aí *incluídos.*

[1030] Dulce Magalhães, "A taberna. Usos do espaço e do tempo", in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras do Porto*, nº 6, 1996, p. 226, nota 26.

Também na Casa Jaime e na Cafetaria Soraya, a tolerância sentida impulsionou os andamentos dos nossos trabalhos. Note-se que invadíramos espaços territorialmente masculinizados, pelo que a curiosidade que envolveu a nossa presença terá mesmo contribuído para uma primeira aproximação informal com alguns clientes mais disponíveis para encetar uma primeira conversa, de teor informativo exploratório não sistematizado. Assim, à curiosidade, juntou-se a colaboração quando solicitada, tendo os frequentadores revelado grande vontade em conversar e em responder às questões que lhes iam sendo colocadas, chegando, alguns deles, a querer saber com algum pormenor o teor da investigação em curso. Não podemos, no entanto, deixar de referir uma particularidade interessante: no início da nossa inserção naqueles espaços[1031] - Jaime e Soraya -, e antes de mais, os clientes quiseram ter a certeza que não éramos da "Judite" (Judiciária) nem das finanças; após certificarem-se que pertencíamos à Universidade do Porto, manifestam-se totalmente disponíveis para prestar as declarações necessárias para a "reportagem" como lhe denominou um deles.

A fluidez notada ao nível das sociabilidades em curso, nomeadamente, aos Domingos, "momento alto" dos encontros semanais, contribuiu para um levantamento etnográfico mais extensivo, que passou mesmo pela possibilidade manifesta de gravar conversas e entrevistas, fotografar os frequentadores-consumidores e confraternizar com eles, emergindo daqui uma quase obrigação de circulação por entre os grupos que espontaneamente se constituíam no passeio defronte para, com eles e entre eles, partilhar do vinho do Porto, ele próprio unificador aparente, de encurtamento de distâncias sociais e físicas. Foi assim que, aos Domingos, o trabalho de campo se desenrolava em torno do vinho do Porto, cuja garrafa era partilhada por observados e observadora (-investigadora), a convite daqueles. Assim, em quase todos os grupos que partilhassem uma garrafa de vinho do Porto, o convite insistente para os *acompanharmos* obrigavam-nos a anuir, sob a pena de comprometermos a

[1031] Estes estabelecimentos, apesar de se situarem perpendicularmente um ao outro, encontram-se interligados pelo passeio público, que na sua recta final intercepta um grande pátio, também público, por onde, quando o tempo o permite, os clientes se agrupam com um copo ou cálice de vinho do Porto na mão, conversando e convivendo.

continuidade do nosso trabalho que havia ganho raízes laborais entre as sociabilidades ali facilmente tecidas.

Neste patamar, a inserção da investigadora foi conseguida, registando-se, todavia, a este nível, uma diferenciação entre as visitas de Domingo e as semanais. Nestas últimas, a simbiose entre ambos os mundos terá ficado, comparativamente, bastante aquém. Após o início da aplicação dos inquéritos por questionário, a familiaridade entre a investigadora e parte significativa dos frequentadores-consumidores consolidou-se, tendo-se registado, inclusivamente, um certo bem-estar em *já ter respondido ao inquérito*, que só a certeza de se ter cumprido uma tarefa (quase) obrigatória permite.

No Solar do Vinho do Porto, devido à sua própria configuração física e vivência social aí prevalecente, a investigadora-observadora integrou-se normalmente na clientela passando por mais uma cliente, não tendo sido notada como tal, nem pelos restantes clientes nem pelos escanções ao serviço[1032]. A investigadora-observadora deu-se a conhecer aos escanções, ao fim de cinco visitas sistematizadas, com o intuito de estabelecer pontes e contactos para entrevistas posteriores, seguindo-se a apresentação formal à gerente do estabelecimento que acolheu com entusiasmo o nosso trabalho de pesquisa[1033]. Durante as observações, a investigadora-observadora foi rodando todas as mesas, de modo a ocupar uma mesa diferente em cada dia. Casualmente ou não, isso foi sendo possível, não havendo necessidade de se repetir a escolha do lugar a ocupar.

[1032] Nas observações efectuadas, a investigadora apresentou-se sempre na companhia de um elemento, evitando-se deste modo destoar relativamente ao usual neste espaço (apenas uma vez se registou o caso de um jovem sozinho neste espaço).

[1033] Posteriormente, a observadora foi sempre reconhecida por qualquer dos escanções presentes, que a fizeram sentir como pertencendo à casa, pondo-a ainda à vontade para não consumir se não quisesse, uma vez que estava em trabalho. Pese embora esse facto, foi sempre efectuado algum consumo, dada a função e os objectivos presentes.

7.2. Caracterização das plataformas empíricas de observação: a instauração da diferença

7.2.1. Adega de A. Valente[1034]

Aspecto exterior

Designada oficialmente, e por alvará, como casa de pasto, é assim que o proprietário a define:

> Ora bem isto aqui é, é, é... casa de pasto. (...) Segundo os meus pais dizem, (...) qu'eram mais velhos que eu, uma taberna era um, era um espaço, e a seguir outro espaço que tinha uma mercearia, e aí é que era

[1034] A partir daqui referir-nos-emos a este estabelecimento apenas por Valente.

> combinado o, o, a taberna. Humm... isto aqui já não, aqui já é uma coisa portanto, já é mais um... é uma coisa de "comes e bebes". É uma casa, que é como eu digo, excede os meus projectos, isto já era dos meus pais, isto é uma casa que já tem uma tradição muito grande. (Proprietário 1[1035])

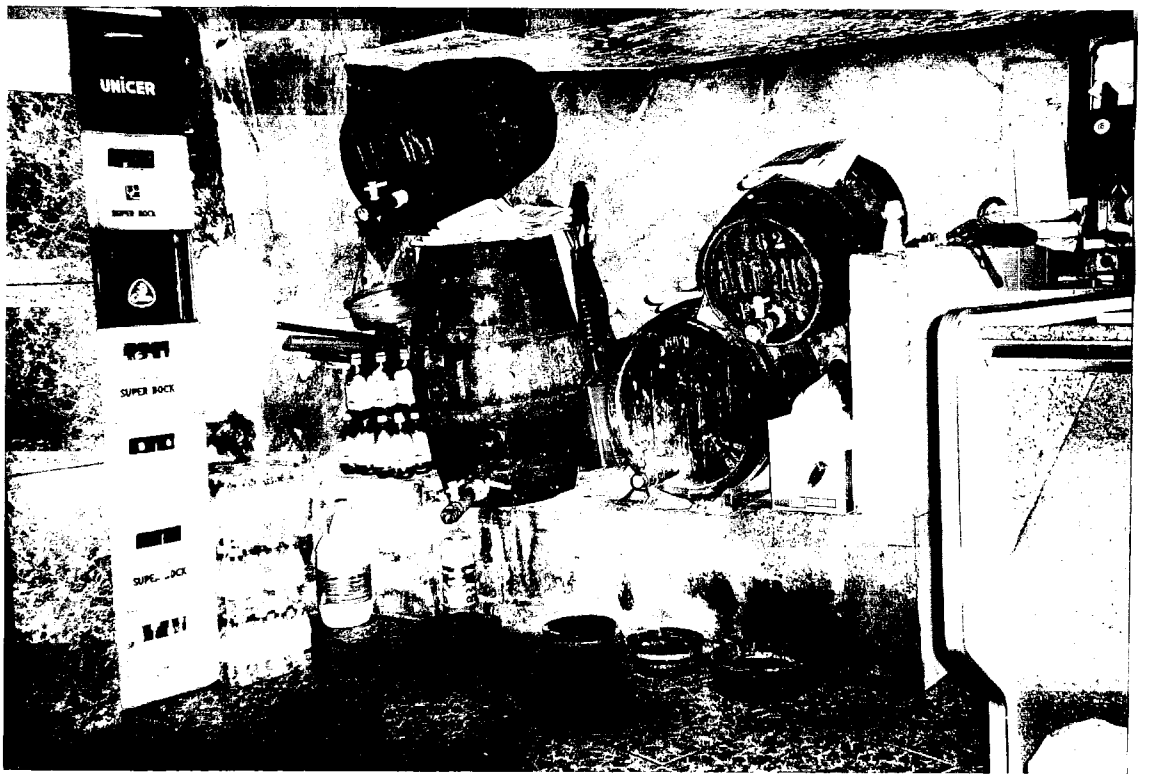
Este espaço, decorado a imitar o rústico, de dimensões relativamente reduzidas, apresenta o tradicional balcão e quatro mesas de quatro lugares. Aqui não existe nenhuma mesa colectiva, o que não impede que os clientes se juntem à volta de uma qualquer das mesas de quatro lugares. São visíveis garrafas de vinho do Porto, de fácil e imediata contagem, uma vez que no total se contam menos de 10. Para além destas garrafas estão também expostas garrafas de vinho e de bebidas brancas. Seguindo a tradição em espaços de bebidas, conta com quatro pipas localizadas fora do balcão, por onde é tirado directamente o vinho, que acompanha frequentemente as sandes, salgados, fumeiro e os petiscos típicos, dos quais, se destaca o já tradicional bucho e as suas sandes.

> Isto foi uma casa com muita tradição. Além disso tem uma tradição que é, que é, que é o que toda a gente diz, não é? Que é o bucho de porco. Em Portugal, sou eu e outra casa aqui no Porto que nos mantemos a vender bucho, porque mais de resto... ele é o bucho normal e eu com o nosso molho especial, é um molho especial, que já, já vem do tempo dos outros, sem ser os meus pais; é um molho de uma especialidade com, com quarenta e poucos anos... portanto esta casa tem 57 anos de existência d'adega, adega não, casa de pasto, e, portanto é uma casa muito conhecida... Uma casa mesmo muito, muito, muito conhecida. Qualquer um... uma pessoa vai por aí fora chega em qualquer lado: "Quando vou ao Porto vou lá em baixo ao bucho..., na Rua Escura." Aqui é, é uma, é uma zona típica. O bucho e rojões tem (...) todos os dias. E [os clientes] comem a toda a hora, [mesmo] de manhã. Às vezes às nove horas, estou a abrir a porta já tenho aqui clientes à espera para, para... são trabalhadores... trabalhadores que andam aí na rua, nas obras e às vezes às nove horas, nove, nove e meia já vêm comer uma ou duas sandes e beber uns copos. (Proprietário 1)

Habitualmente, as tabernas antigas tinham o chão de terra batida; ora, nesses espaços, onde o vinho era servido directamente da pipa, predominava um forte odor vínico, fruto das pingas que, ao caírem após a serventia do vinho, iam

[1035] Proprietário da Adega Valente, 49 anos, casado, 4ª classe.

sendo absorvidas pela terra. Constatámos que nos dias actuais, todos os estabelecimentos visitados por nós, se caracterizavam por chão de laje, tijoleira ou outro material. Isso inviabiliza a propensão para o odor vínico tradicionalmente sentido nesse tipo de espaços; por outro lado, obriga a uma estratégia que impeça a sujidade do chão provocada pelas pingas saídas ou caídas das pipas. É precisamente essa a função das taças que encontramos no chão deste estabelecimento a amparar as pingas, e que se podem presenciar na foto.



Pipas e estratégia de apanha da pinga do vinho

De entre os vinhos aqui presentes, vende praticamente apenas vinho corrente – "vinhos maduros e verdes" -, uma vez que o vinho do Porto, existindo, é vendido apenas "raramente". Como se pode constatar pelas foto seguinte, o pó vai assentando nas garrafas, não só de vinho do Porto, facto que testemunha o seu fraco ou quase inexistente uso, já que uma rotatividade mais acentuada das garrafas, a existir, impediria um depósito de pó, que chega a funcionar como ornamento, e como ornamento distinto, imitando o antigo. Como se sabe, há uma ideia comum generalizada radicada na equivalência entre antiguidade da garrafa de vinho e a sua qualidade. Ora, uma garrafa de vinho que se encontre em estágio, é uma garrafa que pela força das circunstâncias se vai enchendo de pó,

tal como acontece com o *Vintage*. Porém, a abertura tardia de uma garrafa de vinho do Porto não é garantia de qualidade, como já foi explicado no capítulo 4.

Garrafas em "estágio": a garantia que o pó concede

Por seu lado, o vinho corrente, que juntamente com a especialidade da casa – o *bucho* - funciona como forte chamariz relativamente à consolidação de clientela, é vendido diariamente[1036] ao copo. Assim, o maior consumo de entre os vinhos aqui tratados incide, precisamente, no vinho corrente, ainda que se equacione também o consumo da cerveja.

[1036] Na grelha de observação o registo apontado a propósito da temporalidade da venda de vinho corrente incidiu na sétima categoria: "diariamente ou quase". Contudo, pela observação que insistentemente se efectuou neste espaço, pôde-se constatar que a venda é realmente "diariamente". Aliás, de entre os produtos fortes disponibilizados à clientela, este é o principal.

> Nesta altura quente [Verão] a cerveja sai muito, mas [vende-se] mais à base de vinho, é mais à base de vinho (...) maduro branco, branco e tinto. (Proprietário 1)

Neste estabelecimento não existe mercearia nem espaço exterior, se bem que, em última instância e não raro, a clientela se junte à frente da porta, de vaivém, para uma convívio e "cavaqueira". Também não tem um espaço que figure propriamente como restaurante; contudo, na qualidade de casa de pasto, serve refeições económicas, à base do prato do dia, que varia ao longo da semana.

> À segunda-feira [o almoço] é o rancho, o chamado rancho... à terça-feira pode ser peixe; à quarta geralmente é carne; à quinta, por vezes é carne, outras vezes é peixe, é... Não, não [se servem muitos almoços], isto é mais um prato económico. É mais um prato económico. (Proprietário 1)

Pelas observações efectuadas, ressaltaram frequentadores apenas do sexo masculino, embora tenhamos tido conhecimento que mulheres também frequentam este estabelecimento, embora em número bastante mais limitado.

> Nem toda a pessoa que entra numa, numa taberna é bêbedo. Nem toda, nem toda a mulher [que entra numa taberna] é prostituta. ... Até tão aqui muitas pessoas, tão aqui muitos casais... humm... entram, entram, desde que estejam, que estejam com o devido respeito... (...) quer dizer, tão... como uma pessoa qualquer, depois se lhe apetece beber uma cerveja... em vez de entrar num café, entram num tasco! E hoje em dia, hoje em dia, também vêm muitas famílias e trazem os filhos...é. (Proprietário 1)

A grande maioria dos frequentadores revela uma grande informalidade de maneiras e de modos de estar. Trajam-se de forma muito simples, sem destaque, sobressaindo ainda clientes que se apresentam com equipamento de trabalho, o que se traduz por uma interrupção intervalada ao trabalho, decerto nas imediações do estabelecimento.

[São pessoas da] classe média, classe média, classe média. Isto, isto, isto aqui, portanto isto aqui é frequentado, é mais a partir dos, dos vá lá, dos vinte, vinte e cinco... até aos oitentas, oitenta e sete. Eu tenho aqui uma, uma senhora que gosta muito de beber o seu copinho verde branco, tem oitenta e sete anos. Geralmente moram, moram aqui na cidade do Porto, aqui, freguesia da Sé, Miragaia, Gaia, Afurada... é mais daqui, pessoal de Miragaia, da Vitória, portanto daqui das redondezas, daqui das redondezas, das Fontaínhas... Geralmente [essas pessoas] trabalham. Ora bem, portanto, alguns são distribuidores de jornais e portanto trabalham de noite, distribuidores de jornais, ou então são picheleiros, vem, vem aqui a classe... pára aqui muito, muito, portanto muito pessoal, que trabalha na cariz, motoristas..., portanto, engraxadores, pára, pára todo, todo o estilo de, de... param aqui... muitas pessoas que andam, qu'andam em obras, portanto, a montar andaimes e essa coisa toda, param aqui... (Proprietário 1)

O vinho e a cerveja foram sempre as bebidas mais visadas. As conversas são alteadas, o uso do calão está presente, as sociabilidades entretecidas entre boa parte dos clientes e entre estes e o proprietário aparentam provir de longa data.

Há pessoas que, quer dizer... que... passam aqui algum bocadinho do tempo também para se distraírem e para conversarem, não é? E beber o seu copinho, e comer a sua sandezinha... isso é frequente. [Elas vêm cá porque] sentem-se, sentem que isto aqui é um sítio, portanto onde podem estar à vontade, onde podem conversar, humm... portanto aqui... geralmente desordens, a bem dizer não há, porque eu mesmo quando vejo, quando me apercebo de alguma coisa sou logo o primeiro a pôr essas pessoas lá fora... por exemplo bêbados, se vier uma pessoa bêbada eu... ou assim... se ela beber aqui e tal, pronto. Mas depois chega a um certo, certo, tem um certo limite, não é? Eu também já os conheço, não é? Eu estou aqui há muitos anos e a bem dizer fui criado aqui, e por isso não, não tenho problemas, conheço toda a gente, toda a gente me conhece a mim, desde que me respeitem, desde que respeitem, eu não digo que me respeitem, que me respeitem a mim, que respeitem a casa! Porque a casa, tanto é minha como é deles. Enquanto eles estão cá dentro a casa também é deles, eles têm que ter respeito uns com os outros, não é? (...) Quem, quem vem a um estabelecimento destes é p'ra comer e beber, e por vezes conversar um bocadinho, não é? Portanto conversam e muitas vezes jogam as cartas. (Proprietário 1)

Note-se que de uma forma geral os grupos confundem-se, manifestando uma postura muito descontraída, bem como um estreito relacionamento com o proprietário que participa das conversas dos clientes. A apropriação do espaço pela maioria dos clientes presentes, clientes que tudo indica serem habituais, era total, limitada apenas pelo balcão que servia "apenas" de fronteira espacial e não como elemento de distância (social) entre clientes e proprietário. O balcão servia apenas como "encosto" dos corpos e depositário dos corpos e não como separador ou distanciador entre população e clientela. Claro que o balcão marca o limite da apropriação do espaço permitido à clientela. Cada pedacinho do chão era "perfeitamente seu" relativamente a cada cliente, revelando uma convivialidade espontânea, independentemente de com quem se convive.

Tudo sugere estarmos perante dois fortes motivos de frequência deste espaço; por um lado surge o convívio, a possibilidade de forjar/alimentar sociabilidades e a bebida em si; por outro lado, ressalta o lanche enquanto satisfação de necessidades fisiológicas. Consequentemente, estão presentes também dois tipos de clientes: os habituais, enraizados e com frequência prolongada e os que, podendo ser habituais ou não, usam aquele espaço apenas com um intuito utilitário, permanecendo aí apenas de passagem.

> Eu tenho aqui muitos clientes habituais. E tenho, e também tenho aquele cliente de... de passagem, não é? Tem, tem aqui muito cliente, que... que é o tal cliente chamado de passagem, que come e bebe e vai, vai embora... é um sítio frequentado... (...) por muito clientes... (...) portanto, tenho aquele cliente que está aqui diariamente que é o que passa mais tempo aqui, tenho aquele cliente de passagem que esse é o come e bebe e vai, e vai embora. Talvez [sejam] mais [os] fixos... passam aqui algumas horas... geralmente [vêm] quase todos os dias. (Proprietário 1)

Coexistem, portanto, diferentes protagonistas: a população que usa aquele espaço não para convívio ou sociabilidades, mas de forma utilitária e funcional circunscrita prioritariamente ao lanche e a população que utiliza aquele espaço em termos de lazer, emergindo daqui, prioritariamente, e a pretexto de um copo, a componente social. Esboçam-se, portanto, apropriações diferentes porque

diferentes são também os clientes. Daqui ressalta que o seu posicionamento quer face a este tipo de estabelecimentos quer face ao vinho e à sua ingestão não é passível de equacionamento homogéneo.

> Ora bem, alguns [clientes bebem vinho porque] é um hábito... é um hábito, porque, portanto há aquela pessoa que sabe, que sabe beber; que chega, que chega aquela altura e pára, depois há aquela pessoa que bebe um, mas se passado um bocado se, se lhe pagarem um também bebem e tão sempre a beber. Isso já é o chamado vício, isso é o vício. Agora, há aquelas pessoas que, que sabem beber. Eu acho que, p'ra certas pessoas... aquilo [o vinho] é um estimulante. P'ra certas pessoas é um estimulante... Portanto aquela pessoa que já está viciada... Agora há outras não, que, portanto bebem o seu copinho, mais, mais p'ra fazer o convívio, portanto p'ra estar a conviver, e gostam de ter o seu copinho à frente, e tal... (...) Eu acho que é isso, eu, por exemplo gosto de beber o meu copinho... quando saio daqui e vou a qualquer lado gosto de beber o meu copinho. Gosto de vinho bom. Humm..., sim portanto, mas bebo, bebo com regra, eu vejo até onde posso ir, onde não posso porque sei que... o vinho, o vinho, portanto há clientes que o vinho, com um bom vinho, e há o cliente mau... e, e tem, tem maus instintos, pessoas que são provocadoras mesmo. Agora outros não, há outros que bebem o copinho e estão, gostam de estar, gostam de estar a conviver, e tão sempre com o seu copinho à frente porque, portanto... (Proprietário 1)

A nossa presença foi desde logo aceite, com a mesma facilidade com que as sociabilidades informais aceitam mais um. De notar que o proprietário teve uma reacção muito acolhedora à nossa pessoa, incentivando quer a aplicação do inquérito quer, juntamente com alguns dos clientes, a resposta ao mesmo por parte dos frequentadores.

7.2.2. Taberna do Túnel da Ribeira[1037]

Este estabelecimento, tal como o próprio nome indica, é designando oficialmente por taberna. O seu exterior dispensa o nome da casa, conhecida o suficiente pelos clientes que são ou vão sendo habituais.

Fachada do estabelecimento

Situado no Centro Histórico do Porto, na freguesia de S. Nicolau, é constituído por duas salas, nitidamente separadas uma da outra, encontrando-se, cada uma delas, em pisos diferentes. Uma das salas funciona na cave como restaurante, motivo pelo qual não centralizámos aí os nossos interesses de investigação. A outra divisão, imediatamente à entrada do estabelecimento, funciona como taberna, o que nos permite equacionar o seu funcionamento como lógica tabernal. Foi nesta divisão que debruçámos o nosso olhar sociológico e que, portanto, passaremos a descrever. De dimensão ampla, esta sala apresenta as suas paredes a imitar o rústico, mas balcão metalizado rodeado de bancos de pé alto.

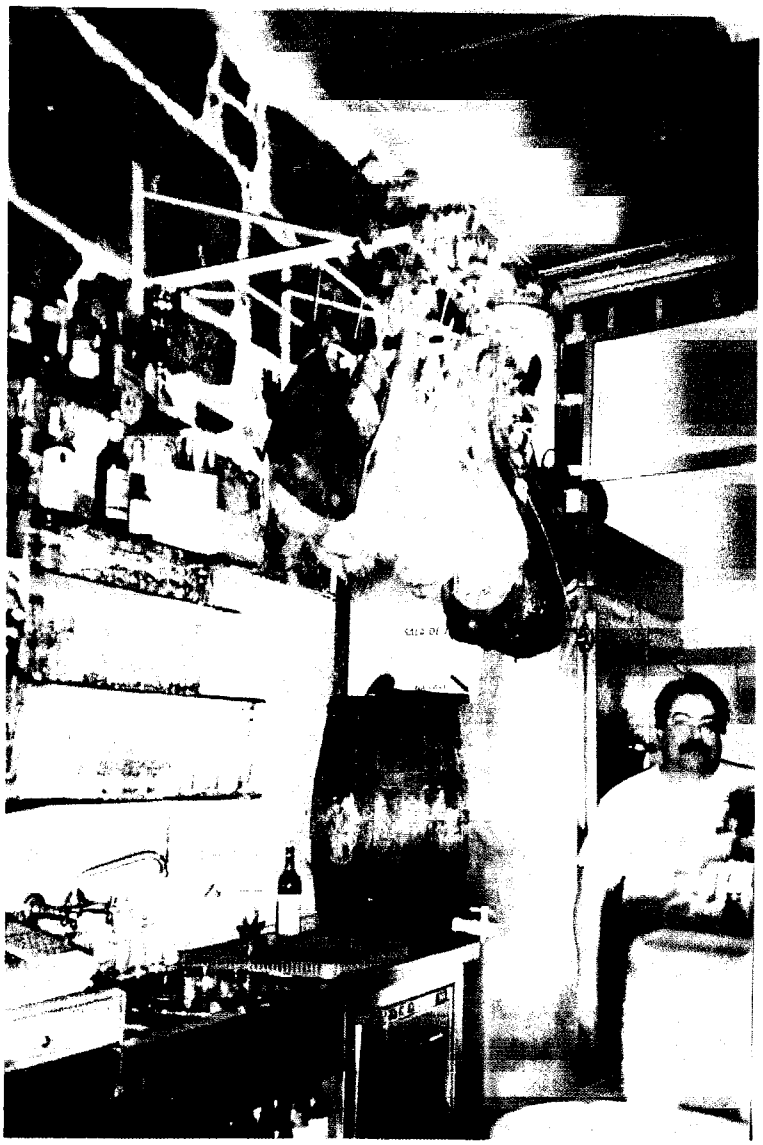
[1037] Daqui em diante referir-nos-emos a este estabelecimento apenas por Túnel.

> [Este espaço] tem algumas [características de uma taberna]; tem os pipos de vinho, a pessoa quando quer, [faz] exactamente como era antigamente, tem as pedras à mostra, e fazemos os pratos típicos como se fazia antigamente nas tabernas. (Proprietário 2[1038])

Aqui não existe nenhuma mesa, seja de que tipo for. As mesas estão reservadas ao andar de baixo, onde se servem refeições. Os clientes sentam-se nos bancos de pé alto ou permanecem de pé, ao balcão ou em cantos da sala. Também não existe mercearia nem espaço exterior. Aliás, o passeio do lado de fora é extremamente estreito, conduzindo para o túnel que dá acesso à ribeira de Vila Nova de Gaia. Como o barulho das viaturas a passarem é ensurdecedor, perturbando qualquer tipo de conversa, ainda que de tipo convivial, os frequentadores reúnem-se no interior do estabelecimento, independentemente do estado de tempo que se faça sentir.

No interior do balcão é visível a única pipa existente na casa, de onde é directamente tirado o vinho, que acompanha os petiscos, sandes, salgados, o fumeiro e outros géneros, consumidos, essencialmente à hora do lanche. Repare-se que o fumeiro, nomeadamente presunto, encontra-se pendurado numa estrutura metálica pendente na parte interior do balcão.

[1038] Proprietário 2 é o proprietário da Taberna do Túnel, casado, 2º ano do ensino preparatório.



A pipa e o fumeiro

> [Os lanches são compostos por] muita coisa: bucho, orelheira, bacalhau... [ao fim de semana tenho algumas coisas diferentes. Ao fim de semana, geralmente ao Sábado, tenho, pratos quentes, tenho rojões, tenho bifanas, tenho bucho, tenho orelheira, tenho um pratinho de rancho, tenho codornizes, e depois como frios tenho bacalhau, pescada, filetes, ah, morcelas, panados, lombo assado, muitas coisas. (Proprietário 2)

O número de garrafas de vinho do Porto expostas é inferior a 10; contudo, este estabelecimento vende diariamente vinho do Porto que é servido ao cálice. Ainda assim, o proprietário considera que o maior consumo de vinhos incide no vinho corrente, servido também ao copo e também diariamente, para além da venda de cerveja.

De certa forma, fomos levados a considerar que estamos perante uma tentativa de lógica tabernal modernizada. Para tal contribuiu a música que se ouve, a máquina de tabaco *self-service*, os gelados publicitados e, como já se tornou hábito neste tipo de estabelecimentos, a televisão.

Habitualmente ao fim da tarde, normalmente entre as 19:00 e as 20:00 horas, encontram-se no estabelecimento cerca de 12/14 clientes, número que se pode considerar significativo tendo em conta o tipo de estabelecimento. Segundo o proprietário, é um espaço "bastante movimentado", principalmente "do meio-dia às duas e das dezoito às vinte e duas horas".

Aparentemente, os clientes presentes nas observações efectuadas nesse período de tempo situam-se numa faixa etária de cerca dos 40-45 anos. Porém, a predominância da idade dos clientes é "*variável. Entre os, geralmente tipo de casa entre vinte e cinco, quarenta, cinquenta, sessentas*" (Proprietário 2).

Frequentadores-consumidores

Nesse período do dia, as bebidas mais consumidas são basicamente a cerveja e, em menor quantidade, o vinho, geralmente é maduro branco, maduro tinto, sendo consumidos "sem cerimónias", e rapidamente; alguns clientes pedem mais do que um copo que ingerem sem grandes vagares. Os petiscos e as sandes, principalmente as de fumeiro, estão também presentes nos hábitos de consumo dos clientes.

> Na parte do lanche temos vários tipos de, de clientes: temos aqueles clientes que conhecem, aqueles que já conhecem, uns que vêm por afinição [afinidade] e uns que vêm ver, não é? E que lancham. À noite não servimos jantares. Ah... faço petiscos na mesma e é uma questão de, de cafezinhos e essas coisas. As pessoas procuram este estabelecimento porque gostam, e porque na realidade têm pratos, (...) e gostam de comer, de petiscar um certo número de artigos que tenho cá e gostam de beber um copo. (...) Ah, as pessoas quando vêm cá geralmente entram e prontos pedem a bebida e a seguir vêm a vitrina que eu tenho de petiscos comem alguma, comem alguma coisa que tenha de petiscos, bebem e vão-se embora. (Proprietário 2)

Por norma, nesse período do dia não se encontra nenhuma mulher presente, sendo todos os clientes do sexo masculino e portugueses. Contudo, embora minoritariamente, as mulheres também frequentam este estabelecimento, na maior parte das vezes acompanhadas.

> [O estabelecimento é frequentado pelos] dois sexos. Mas mais homens do que mulheres, claro. Volta e meia vem um casal ou dois, ainda ontem estiveram cá três casais a lanchar. Prontos, quando vêm casais é diferente. (...) é normal, acho que é normalíssimo uma senhora frequentar uma taberna. Porque as pessoas que vêm à taberna, as mulheres que vêm à taberna, hoje vêm acompanhadas ou se não vêm acompanhadas vêm sozinhas, vêm lanchar, vêm tomar um café, têm o mesmo direito que os homens. Noutros tempos, há vinte anos atrás não seria igual, mas hoje, actualmente acho que sim. Porque se vão, se vai às tabernas às quatro horas da manhã beber um copo um casal acompanhado ou um com o outro, porquê que durante o dia não pode vir um casal tomar um copo a uma taberna ou lanchar os dois? [E] Uma mulher sozinha é igual; não se faz essa definição. Acho que há vinte anos podia-se fazer, hoje não. (Proprietário 2)

Unicamente com base na observação e nos sinais emitidos pelos clientes, isto é, pela apresentação de si próprios, admitimos estarmos perante trabalhadores ao nível da execução.

> [a maior parte dos clientes são] duma classe trabalhadora, claro. A malta que passa, que pára aqui é mais de uma classe trabalhadora, não é? Uma classe média. São pessoas médias, (...) pessoas normais. (...) Também passam cá pessoas das outras classes e [a gente] bem os vê beber. (Proprietário 2)

Apresentam um vestuário muito simples, cómodo, sem marcas, discreto, roupa económica e sem preocupações estéticas. A linguagem é simples, o modo de falar é alto, com recurso ao vernáculo, embora uma certa contenção por parte de alguns clientes se tivesse feito notar, provavelmente pela presença da investigadora, mulher e estranha nesse espaço. Posteriormente pudemos apurar em entrevista com o proprietário que a maioria dos clientes são "pessoas aqui da zona, (...) [de] S. Nicolau, Vila Nova de Gaia, Miragaia, Guindais", que na sua maioria trabalham, exercendo "profissões variadas".

> Empregados de hotelaria, empregados de transportes colectivos do Porto, empregados da CP, por exemplo, também tem alguns; outros reformados de, reformados da doca de Leixões, empregados de balcão, da parte do comércio muitos, muitos mesmo; e depois temos a parte trabalhadora da construção civil que vem cá almoçar – carpinteiros, trolhas, picheleiros, muita coisa. (Proprietário 2)

Presenciámos alguns clientes, cerca das 20:00 horas, que mostravam uma linguagem tipicamente arrastada, ficando-se sem se perceber se esse arrasto se ficava a dever a uma alcoolémia mais acentuada ou à sua própria natureza linguística. Pelas regras criadas pelo proprietário, cliente alcoolizado não é atendido.

> A minha clientela, portanto, tem que ser clientela média, que esteja bem, que me trate bem para eu trata-los bem; porque é uma casa de respeito, porque quem não tiver respeito por mim também não consome. Claro que se entrar na minha casa, se vier alcoolizado não é servido. Tem que entrar

> bem para sair bem. A partir daí se entrar alcoolizado não é servido. Já tem acontecido muitas vezes. (Proprietário 2)

A maioria dos clientes, que conhece bem o espaço que frequenta, é assídua, encontrando-se também uma outra franja menos habitual. Como o período de abertura do estabelecimento é longo, "das nove da manhã às duas da manhã", a clientela vai variando ao longo do dia, mas, segundo o proprietário, a clientela não permanece longos períodos de tempo no estabelecimento.

> Uma parte de clientela que é os mesmos, não é? Ao meio-dia temos clientes assíduos, (...) a almoçar, não é? (...) E depois na parte de tarde, na parte do lanche temos vários tipos de, de clientes. Tenho clientes, há clientes que vêm cá mais de duas, três vezes por dia, e tenho clientes que só vêm uma vez por semana até ao Sábado. [Mas] são mais aqueles que vêm todos os dias, não é? É difícil [as pessoas passam muitas horas seguidas aqui] porque as pessoas trabalham, não é? A pessoa que vem almoçar, vem almoçar, não é? Almoça e vai embora. A pessoa que vem tomar de manhã um aperitivo, toma o aperitivo e vai embora; demora dez minutos ou isso, vai embora. E da parte da tarde, a pessoa que vem lanchar também lancha e vai embora. (Proprietário 2)

Tudo indicava predominar um bom relacionamento entre os clientes do mesmo grupo, registando-se conversas entre si. Os clientes, na sua maioria, permanecem em pé a conversar, em grupinhos; alguns, poucos, preferem, contudo sentar-se nos bancos de pé alto. Dentro de cada grupo mostraram-se solidários e conversadores, destacando-se, contudo, ténues fronteiras entre conjuntos de clientes, que não chegam a constituir um grupo no sentido gourvichiano. Isto é, a presença de grupos esboça-se, mas devido a uma certa permeabilidade evidenciada entre eles, as suas fronteiras simbólicas não apresentavam traços de nitidez inequívoca. Prevalece, no entanto, a ideia de estarmos mais perante "amigalhaços" que tendem a juntar-se mais com uns do que com outros do que perante amigos. Em alguns casos não se perceberam "fronteiras" entre grupos; noutros, porém, havia mesmo uma separação, não se misturando, pelos menos nos períodos de observação. Ainda assim, a penetrabilidade grupal é uma forte possibilidade real, funcionando mesmo como um esboço relacional.

Entre o proprietário e os clientes, de forma geral presencia-se um relacionamento agradável e amistoso, parecendo conhecerem-se de longa data. É um relacionamento estreito, evidenciando mesmo um conhecimento quase profundo entre ambas as partes. A confiança instaura-se e é notável, tratando-se, frequentemente pelo nome por que cada um é conhecido. É esse conhecimento já enraizado, tudo o sugere, que justifica uma forma de estar muito descontraída por parte dos clientes, que circulam pelo espaço, sempre de copo na mão, encostando-se ao balcão ou à porta mas mantendo-se, quase sempre, em grupos, salvaguardando-se um ou outro cliente que permaneciam isolados. Isso revela também uma apropriação do espaço bem conseguida, bem como o seu uso em pleno.

Pelas observações efectuadas, não ficou claro, se é o convívio que justifica o consumo do álcool, ou, se pelo contrário, é o consumo do álcool que motiva determinado tipo de convívio. Não obstante, é defensável, hipoteticamente, que a frequência deste estabelecimento possa ficar a dever-se ao convívio e, por conseguinte, às sociabilidades em curso que, no entanto, vão sendo alimentadas por inerência do álcool. Contudo, uma resposta mais incisiva a esta grande questão será conseguida, decerto, direccionando a nossa investigação aos frequentadores-consumidores, como se verá adiante. Seja como for, fica patente a ideia de que a bebida e os petiscos, de escolha variável ao longo do dia, centralizam os motivos de frequência da maioria dos clientes.

> [as pessoas consomem aqui preferencialmente] vinho do Porto (...), ah, Favaios, Martini, da parte da manhã como aperitivo ou a seguir ao almoço, a malta que almoça, refeição normal, bebem vinho ou cerveja, e da parte da tarde ou vinho ou cerveja a acompanhar os lanches. (Proprietário 2)

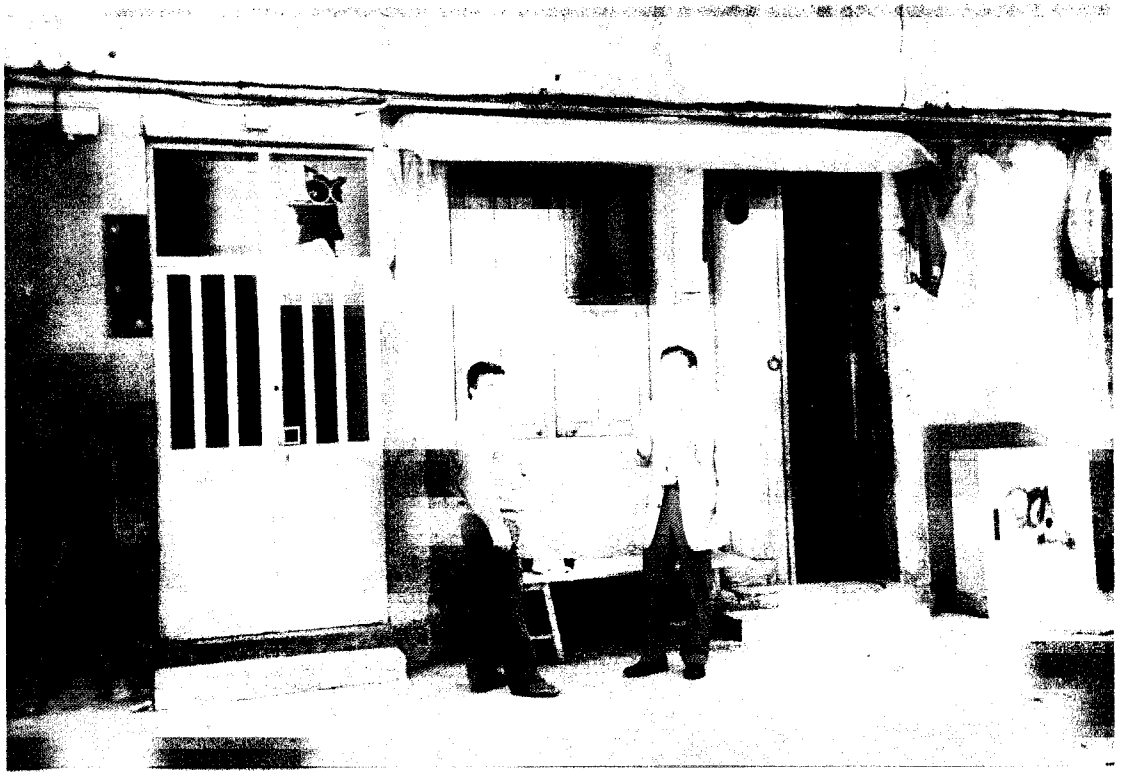
Consumo de cerveja ao balcão

O proprietário disponibilizou-se desde a primeira abordagem para colaborar no nosso trabalho de pesquisa. Por seu turno os clientes reagiram à nossa presença com curiosidade, muito embora quase todos se deixassem fotografar, após nos termos identificado e apresentados objectivos da nossa presença naquele espaço. Pudemos, então, contar com a sua colaboração no nosso trabalho, tendo respondido posteriormente ao questionário. Alguns, poucos, não permitiram ser fotografados, mas a grande maioria consentiu. Houve mesmo um cliente que fez questão em tirar uma foto à investigadora, com o seu (dele) copo de cerveja na mão.

7.2.3. Casa Jaime[1039]

A Casa Jaime, situada no Centro Histórico de Vila Nova de Gaia, está registada como casa de pasto, apresentando, no entanto, uma forte componente tabernal. Até à data da nossa incursão investigativa, este estabelecimento foi alvo de muito poucas adequações às exigências da vida moderna.

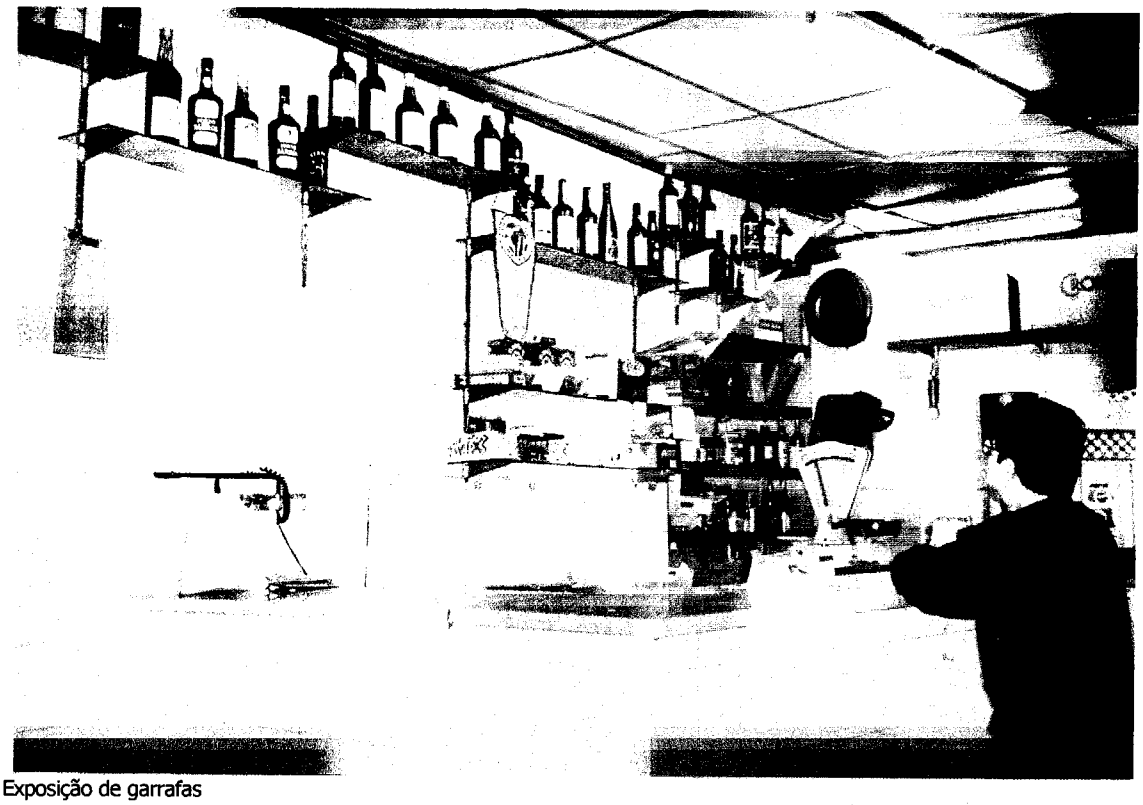
[1039] Este estabelecimento será designado apenas por Jaime daqui em diante.



Exterior do estabelecimento

Constituída por três salas, aqui coexiste um espaço especificamente utilizado como restaurante, imperando aqui, por conseguinte, a lógica da restauração; em cada uma das outras duas salas, existe um balcão com tampo de mármore e paredes de azulejo, mesas de quatro lugares, oito no total, cobertas com toalhas de plástico aos quadradinhos, e nenhuma comprida colectiva. As garrafas de vinho do Porto expostas são em número elevado, incontáveis a um primeiro olhar, sendo também visíveis os muitos copos onde são servidos os vinhos[1040], do Porto e corrente – maduros, verdes -, que acompanham frequentemente os pastéis de bacalhau, as pataniscas de bacalhau com ou sem uma bucha de pão e as sandes, o fumeiro e os petiscos. Por conseguinte, existem bastantes garrafas de vinho do Porto expostas, muitos copos onde são servidos os vinhos e ainda pratinhos de pataniscas.

[1040] De sublinhar que este estabelecimento veio a ser alvo de transformações físicas no decurso da nosso investigação. De imediato saltou à vista a ausência das pipas existentes aquando das primeiras visitas efectuadas ao estabelecimento. Aliás, esta era a única casa no Centro histórico de Vila Nova de Gaia que ainda contava com a presença de três pipas no interior do balcão, por onde era tirado directamente o vinho para um garrafão que funcionava como intermediador entre a pipa e o copo. Contudo, aquando da aplicação da grelha de caracterização dos estabelecimentos, já as pipas haviam sido retiradas pela nova gerência que então havia tomado a casa de trespasse, o que foi motivado por doença do antigo proprietário, o Sr. Jaime. Posteriormente à nossa pesquisa efectuaram-se outras remodelações físicas, que adaptaram o estabelecimento a uma nova lógica, integrada no moderno espírito que caracteriza a actual ribeira de Gaia e muito próximo ao das docas de Lisboa.



Exposição de garrafas

Não existem pipas; as que existiam anteriormente, no tempo da anterior gerência, foram retiradas, por estarem em muito mau estado, segundo ambos os proprietários o referiram em tempo dissociados um do outro.

> Creio que de taberna a última coisa que tínhamos eram os pipos. Eram os pipos, que acabámos com isso, até porque... (...) se vendêssemos [vinho do pipo], a partir do momento em que abríamos o pipo passado um dia, no dia seguinte, o vinho já não está em condições de ser bebido. (Proprietário 3[1041])

Vende vinho corrente e vinho do Porto, situando naquele o seu maior consumo que é diário. Ainda assim, a novidade face a outros estabelecimentos análogos está no vinho do Porto *servido ao copo*, primordialmente ao fim-de-semana – motivo primordial para a frequência deste estabelecimento.

À frente desta casa existe um grande pátio público, cimentado, que apesar de não pertencer ao estabelecimento, convida os clientes desta casa a espalharem-se e a sentarem-se nos seus bancos de pedra para comer e beber o

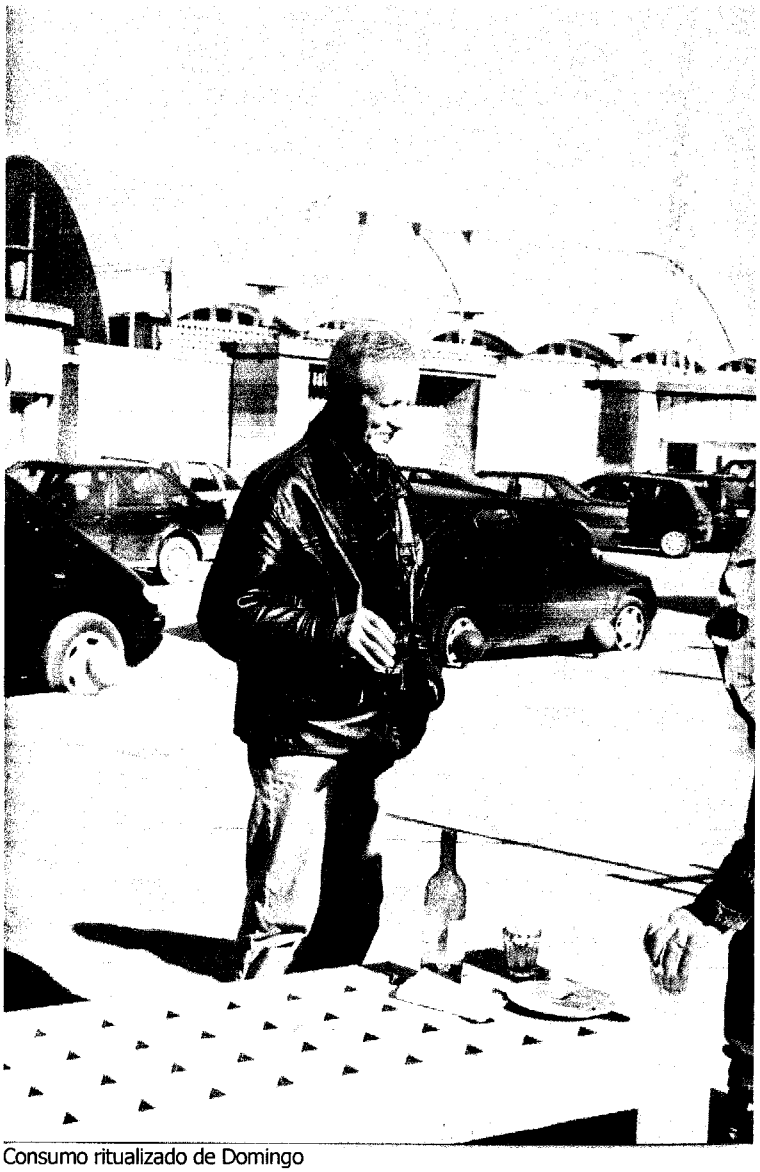
[1041] Proprietário 3 é o proprietário da Casa Jaime, solteiro, 33 anos, licenciatura em Filosofia.

vinho que é servido ao copo e *até à rolha*. Contudo, esta ocupação social acontece basicamente ao Domingo entre as 11:00 e as 13:00 horas.

> Há horas de mais movimento e há dias de mais movimento que estão relacionados com o consumo do vinho. Por exemplo... ao Domingo, é o dia chave relacionado com o consumo do vinho, porque há uma... mais ou menos uma mística de isquinhas de bacalhau e de bolinhos de bacalhau. É engraçado porque há também o pormenor de se começar a vender logo bagaços e vinhos do Porto e vinhos maduros logo de manhã... a partir das 7... todos os dias, a partir das 7 da manhã, como é engraçado. Depois do final da tarde ou meio da tarde, a partir das 4 da tarde até às 7. E o Domingo que é o dia... parece quase uma romaria, não é, com as iscas de bacalhau e com os bolinhos consome-se muito, muito, muito vinho do Porto. Muito... Mais vinho do Porto. Porque as iscas, o tipo de, as iscas, os bolinhos de bacalhau, são acompanhados com, com este vinho fino que nós temos, o branco e o tinto... que é vinho fino, vinho tratado. Que não é de garrafa, é de agricultor, são vinhos do ano... (...) sobretudo vindos da Régua e aí perto. [Esse fornecedor] já era o mesmo [da anterior gerência]. Mantém-se há muitos anos aqui dentro, há muitos anos... (Proprietário 3)

Vista parcial do pátio público

Assim, não causa admiração que face ao consumo, os frequentadores recorram, preferencialmente, ao vinho e à cerveja acompanhando pataniscas de bacalhau, sandes ou petiscos; trata-se, vale a pena sublinhar, de um consumo transversal a toda a semana. Aos Domingos, é habitual todos os clientes se apresentarem com um copo de vinho do Porto; os que ainda não o têm aguardam pela sua vez de serem atendidos, tal era o movimento domingueiro. Neste dia da semana, é costume, também, a compra de uma garrafa de vinho do Porto, a maior parte das vezes previamente aberta e re-engarrafada directamente da pipa.



Consumo ritualizado de Domingo

São muito afamadas as pataniscas e os pastéis de bacalhau vendidos no Jaime. Por conseguinte, é habitual verem-se clientes, dentro ou fora da taberna, com pratinhos de pataniscas e pasteis de bacalhau e nacos de pão. São clientes,

provenientes não apenas das redondezas, mas de vários pontos do distrito do Porto.

> À nossa casa... vem gente de toda a parte, mas isso mais, mais ao sábado e ao Domingo, ou dias feriados, ou épocas festivas: Natal, Páscoa, agora em férias vêm muitos emigrantes cá buscar vinho, vem gente de todo o lado. As pessoas que frequentam a casa durante todo o dia são pessoas daqui... daqui, desta zona de Gaia, ou alguns até vêm de autocarro, ou vêm a pé ali da, da Ribeira do Porto... ou vêm de autocarro, por exemplo, de Aldoar,... de Rio Tinto, de Gondomar,... Vêm aqui à procura de petiscos... [do] Candal, essa parte de Oliveira do Douro, Valongo e... e aqui esses bairros mais próximos. Mas vem muita gente do Porto. Isto já é muito conhecido, não é. (...) Pronto, porque lá está, esta é a casa mais conhecida de Gaia. Isto, o Jaime existe... é uma coisa com 47 anos e... (Proprietário 3)

O consumo é efectuado sem grandes vagares e sem nenhuma cerimónia. Comem e bebem com vontade. Alguns clientes, quando acabam a primeira dose, repetem sem cerimonial de espécie alguma. Aos Domingos a forma de consumir também não varia: os frequentadores processam o seu consumo não muito lentamente, reforçando a dose ou mesmo triplicando-a, frequentemente.

> Normalmente [bebem de forma] apressada... Ou se apressam a beber o vinho ou estão mais tempo e... mas vão bebendo sempre. (Proprietário 3)

Muitos dos clientes consomem de pé enquanto mantém uma conversa acesa e animada com os seus convivas. Nota-se que nos grupos em que predominam famílias com a presença de mulheres, as conversas são mais comedidas, sendo a animação muito maior nos restantes grupos, onde a precaução com os excessos não se faz sentir tanto. Aos Domingos, é usual também verem-se sair pessoas deste estabelecimento com garrafões ou garrafas de vinho do Porto.

A excelência do estabelecimento: garrafa, garrafão e copo de vinho do Porto

Nesta casa verificou-se uma espécie de dupla corrente de actuação: uma, emergindo aos dias úteis e outra ressaltando ao fim-de-semana, especialmente ao Domingo. Por conseguinte, o dia da semana influencia a clientela. Note-se que durante a semana, entre as 17:30h – 18:30h, por exemplo, a clientela, sendo em número acentuado, cerca de 16-20 pessoas, ficava, no entanto, bastante aquém do número que habitualmente estava presente aos Domingos. Nas observações efectuadas a este dia da semana, registou-se, sempre, uma afluência bastante grande de clientes, sendo impossível contabilizá-los com total rigor; contudo, o número rondava os 40-50 clientes nesse período de tempo, motivados pelo já tradicional vinho do Porto ao copo, oferecido nesse espaço de longa data. Um número significativo de clientes faz-se

presente, recorrentemente, coexistindo com outros, alguns, cuja presença se torna menos ou mesmo nada familiar.

> São [sempre os mesmos clientes ao Domingo de manhã]. Ao Domingo de manhã (...) há uma percentagem que vai dos 40 aos 50% dos clientes que nós conhecemos já bem. Mas, como é uma casa com muitos anos, tem clientes de toda a parte do norte [de Portugal]... Portanto todos os Domingos vêm aqui, todos os Domingos se vê aqui gente nova, gente que a gente ainda não viu.
> [Algumas] são pessoas que moram por aqui que vêm aqui há muitos anos (...), [outros] são alguns passantes... Alguns *habitués* (...), meia dúzia de pessoas ou uma dúzia de pessoas, [passam muitas horas aqui seguidas]. Há pessoas que repetem as vindas cá. Vêm aqui 4, 5, 6 vezes (...) ao dia beber um copo de Porto e saem. Depois passada uma hora ou duas vêm cá outra vez e bebem outro. (...) Há uma rotatividade e há um determinado tipo de clientela que vem cá fazer a mesma coisa mas em... em horários diferentes e em oportunidades diferentes. Há pessoas que vêm cá todos os dias uma vez, há pessoas que vêm cá todos os dias 6 vezes por dia, ou 5 vezes. [Estes] são habituais. (...) Não vêm sempre à mesma hora, mas vêm sempre. (Proprietário 3)

Independentemente do dia da semana, predomina o género masculino, pese embora alguma afluência menos significativa por parte das mulheres, que, contudo, se deslocam acompanhadas por companhia masculina, seja cônjuge/afim ou amigo.

> Às vezes à tarde ou aos Domingos, lá vêm... ou famílias... ou amigos que se juntam ao Domingo de manhã, normalmente. À tarde trazem a família uma vez por outra, mas de manhã vêm só amigos, juntam-se só os amigos, todos.
> [Quanto à presença de mulheres] talvez segundo um ponto de vista machista, na medida em que eu, infelizmente... ou felizmente, não sei muito bem ainda..., imbuído de algum espírito machista, gosto menos de ver uma mulher num tasco do que gosto de ver um homem. Talvez por ser homem, por ser machista, por ser macho... Porque... talvez a minha cultura seja... fui capaz de ir com o meu pai a uma tasca mas nunca poderei ir com a minha mãe a uma tasca. Há mais exemplos que se poderiam dar para, para justificar esta minha opinião. Este é um deles... (Proprietário 3)

Embora encontre representação nos frequentadores presentes, a classe média e média-baixa não é de todo a que mais se destaca. Os clientes, na sua

larga maioria, aparentemente integrados num trabalho executante e não qualificado, não se limitam a um determinado escalão etário, abrangendo tanto jovens como adultos e idosos, alguns dos quais se apresentam com boné na cabeça.

> [São] Pessoas que trabalham aqui ao lado... Pessoas que trabalham nas caves, trabalham aqui nos escritórios, (...) taxistas, pessoas que [vão] p'rós empregos... (...) São pessoas de média... classe baixa, média-baixa. Operários... desempregados... [predomina] tipo de profissões, normalmente, de... de actividade de salários correspondentes médios baixos, (...) Operários fabris... à volta disso... pescadores daqui da Afurada. (Proprietário 3)

Predomina um modo de vestir muito simples, sem preocupações de espécie alguma. Calças de ganga, ou de trabalho, camisa, sapatilhas, e boné fazem parte do traje que mais se destaca. O boné, dir-se-ia fazer parte da indumentária obrigatória para uma boa parte dos clientes, idosos, na sua maioria.

As conversas misturam-se, o tom de voz alteia *naturalmente* gerando-se um burburinho elevado no estabelecimento e o vernáculo é usado indiscriminadamente e à mistura. A introdução de um estranho na conversa (nós) é bem acolhida, não causando constrangimentos de espécie alguma.

Igualmente sem particularizarmos o dia, assiste-se à delineação quase espontânea dos grupos, manifestando-se uma boa disposição em geral, sempre em torno de um copo de vinho do Porto. Os relacionamentos entre os clientes do mesmo grupo ou entre ocupantes da mesma mesa/espaço manifestam-se agradáveis, afáveis e dinâmicos. Os clientes parecem conhecer-se de longa data, não se notando constrangimento entre eles. A chegada de mais um é sempre bem-vinda, sendo integrado no grupo, seja numa mesa, seja em pé, ou em torno do balcão. Sobressai uma certa mistura entre grupos diferentes, misturando-se também as suas fronteiras. Aliás, a existência de grupos talvez se fique a dever mais à disposição da sala do que propriamente à existência de fronteiras bem marcadas entre eles, já que um conhecimento prévio de confraternização e talvez de "copos" em "capelinhas" parece ser o que aqui predomina, sendo isso patente a qualquer dia da semana de forma geral. Em torno da mesa cabe sempre mais

um, nem que seja de pé; os grupos sem mesa, permanecendo em pé, facilitam a entrada de mais um elemento que entretanto chegue. Fica-se com a ideia de que todo o elemento é bem-vindo ao grupo que escolhe ou pelo grupo que o acolhe. Ao Domingo, o vinho do Porto e o ritual em si são pretexto para o encontro esperado durante toda a semana.

Quanto ao relacionamento do proprietário com a clientela, ressaltou com bastante clareza o bom entendimento entre o proprietário, inicialmente o Sr. Jaime, e os clientes em geral, sendo muitos deles conhecidos pelo nome, pese embora, a azáfama ao balcão. Posteriormente, o estabelecimento mudou de gerência; todavia, os relacionamentos entre ambas as partes mostraram-se amistosos, simpáticos e estreitos. Predomina a cordialidade, estabelecendo-se assim a confiança habitual já vivida neste estabelecimento aquando do antigo proprietário.

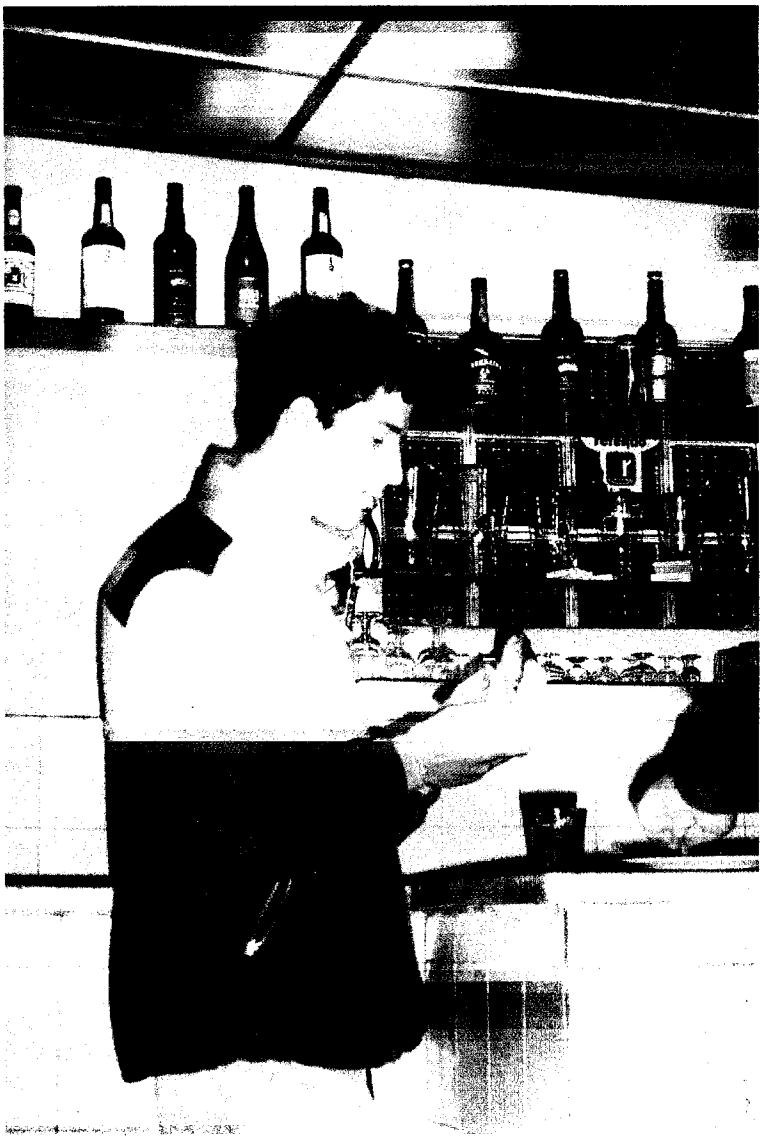
> Entre eles e nós... não... não houve propriamente conflito, não houve propriamente conflito. Estabelecemos uma série de regras. Não queríamos aqui pessoas de uma, de uma determinada forma... (...) Nós estabelecemos foi regras: que não queríamos pessoas aqui... a dormir, embriagadas em cima das mesas... Cabeça pousada ou... isso deixou de existir, não é. Eu devo dizer que eu acho que quase todos os clientes que vêm aqui já, já... pelo menos em relação a nós já são quase nossos amigos. Dada até a nossa maneira de estar com eles. Nós não... não estamos à espera que eles bebam o vinho p'ró pagarem. Recebem sempre de nós uma... uma afabilidade... porque somos todos assim. Qualquer um, qualquer um de nós trata muito bem as pessoas. (Proprietário 3)

Relacionamentos vincados estão provavelmente na base de determinada forma de estar no interior do estabelecimento. E quanto a este parâmetro pode-se avançar com uma evidente descontracção, conseguindo-se uma apropriação do espaço ditada já pelos longos anos de frequência do estabelecimento. Este tipo de apropriação é transversal ao dia da semana, apoiando-se, tudo o sugere, com forte incidência na assiduidade. Diríamos que o espaço não tem segredos para os seus clientes habituais que o conhecem como à palma das suas mãos. Os clientes comportam-se mesmo como se estivessem na sua própria casa, o que revela uma

apropriação estreita do espaço em questão, que, particularmente aos Domingos, extravasa o espaço privado do estabelecimento, invadindo-se o grande pátio público que existe em frente do estabelecimento, e por onde os clientes se distribuem, sentando-se nos bancos de pedra a comer e beber.

É defensável supor, então, que a frequência deste espaço semi-público se fique a dever ao gosto da bebida tornada um hábito e mesmo um ritual, salientando-se como tal aos Domingos, mas também pelo convívio com amigos e colegas e pela possibilidade de se desenvolverem sociabilidades exógenas ao espaço doméstico.

> O que procuram aqui é o que normalmente se encontra nas casas deste tipo, mas vêm cá mais porque é uma casa com uma tradição de 47 ou 48 anos, não é. Torna-se quase uma romaria, não é. [Vêm cá] para beber, para beber essencialmente. Fazer amigos acho que faz mais parte dos que já beberam... ... ou faz parte do beber, fazer amigos. Tudo isto tem a ver com a bebida, não é? Bebem. Provavelmente comem. E provavelmente falam... com alguém que entra ou que sai, ou com alguém que já viram aqui, ou com alguém que é amigo ou que é conhecido. Essencialmente bebem, vêm cá para isso. Quem vem cá para beber vem cá para beber. Tudo o resto são acessórios, não é, o jornal... (...) As pessoas vem cá de propósito para beber vinho. É beber e falar... dizer umas larachas. (Proprietário 3)



Consumo típico: copo de vinho do Porto, pão e patanisca de bacalhau

Nestas dinâmicas, sobressai o gosto do alimento que lhes é oferecido, que se mistura com o hábito viciado em passar e estar nesse espaço que "oferece" *pão, vinho e convívio extra-doméstico.*

7.2.4. Cafetaria Soraya[1042]

Este estabelecimento, designado oficialmente como "café", situa-se no Centro Histórico de Vila Nova de Gaia, mais precisamente na zona ribeirinha.

Exterior do estabelecimento

O seu interior é de dimensões bastante reduzidas, cabendo aí apenas duas mesas de quatro lugares. Nos dias úteis, a exiguidade do espaço praticamente não se faz sentir; contudo, nos Domingos, dada a avalanche de clientela, os clientes que permanecem dentro do estabelecimento, ficam de certa forma apertados. Por norma, em todas as mesas existe uma garrafa de vinho do Porto aberta, e às vezes existem duas, uma vazia e outra a ser consumida. A garrafa é comprada à vez por cada um dos elementos presentes, embora a composição dos grupos não seja estanque nem rígida, muito pelo contrário. No passeio público contíguo, existem quatro mesas pequenas, sempre ocupadas, nomeadamente ao Domingo de manhã e desde que o estado de tempo o permita. As inúmeras garrafas de vinho do Porto, mais de 20, que enchem totalmente as prateleiras por detrás do balcão, bem como os cálices também estão expostos, chamam desde logo a atenção de quem passa e olha.

[1042] Soraya será a forma como designaremos este estabelecimento daqui em diante.

Aspecto parcial do interior do estabelecimento

Não tem pipas, nem garrafões à vista, não tem fumeiro, mas comercializa pastelaria, sandes e salgados. Esta casa vende diariamente quer vinho corrente, quer vinho do Porto, embora o maior consumo dos seus clientes incida no vinho do Porto ao cálice, acentuando-se a sua venda e, por conseguinte, o seu movimento, ao Domingo de manhã, entre as 11:00 e as 13:00 horas. Aqui não há espaço para restaurante nem existe mercearia.

O consumo predilecto: cálice de vinho do Porto

Em termos gerais pode-se considerar que a afluência de clientela é bastante superior ao fim-de-semana face aos dias úteis. Aliás, à falta de clientes que se faz sentir aos dias de semana, juntam-se também o facto de serem quase sempre os mesmos a frequentarem este espaço, com a excepção de raras situações. Notou-se mesmo que em determinadas horas do dia, o movimento é bastante "morno", salientando-se a sua lentidão.

> As pessoas são, geralmente são sempre as mesmas, e é frequentado desde as 7:30 da manhã, mais ou menos até às 2:30 da tarde e depois é um bocado... (...) Tenho clientes de hora do pequeno almoço... Mais até às 9:30 da manhã, do pequeno almoço... e depois é hora de aperitivo, vêm beber vinho do Porto e assim... Todos os dias [é] igual. Depois tem a hora do almoço, novamente para o café. Os do aperitivo, não é... os do vinho do Porto estão sempre mais um bocadinho, tipo, pronto, uma horinha, mais ou menos... [Esses] vêm várias vezes. (Proprietária 4[1043])

Pelo contrário, aos fins-de-semana e feriados, o estabelecimento é bastante mais concorrido, nomeadamente ao Domingo, incidindo nestes dias da semana o maior dinamismo da clientela. De registar que aos Domingos, durante o período da manhã e especialmente antes do almoço, a afluência das pessoas é enorme. Tratam-se, na sua maioria, de clientes semanais que provêm dos mais variados locais do norte do país, para beberem o vinho do Porto que é aqui servido – note-se que, em média, a sua maioria ingere uma garrafa de vinho do Porto, que partilham uns com os outros. Esta realidade acutilante, repercute-se nos lucros da casa, uma vez que é voz corrente que ao Domingo de manhã se ganha para o resto da semana.

[1043] Proprietária 4 é a proprietária da Cafetaria Soraya, casada, 8º ano.

Afluência de frequentadores-consumidores ao Domingo

O volume de clientes é de tal ordem elevado, ao Domingo de manhã, que se torna impossível contabilizá-los. Ainda assim, e tentando-se uma pequena aproximação, dir-se-ia que habitualmente estarão presentes cerca de 40 a 50 indivíduos entre o minúsculo espaço interior, o passeio imediatamente a seguir e ainda uma certa expansão dos clientes pelo passeio oposto, posicionando-se em redor dos carros, de caixas de fruta vazias ou mesmo dos tubos das obras onde colocam os cálices de vinho do Porto, as "buchas" de pão, o queijo também lá adquirido, numa carrinha que se posiciona em frente dos estabelecimentos, os aperitivos, e não raro a própria garrafa do vinho do Porto.

> No dia-a-dia [as pessoas consomem preferencialmente] pastelaria e sandes. E consumo é cafés, meias de leite, e vinhos do Porto... Portanto, os dias que eu trabalho melhor é ao sábado e ao Domingo de manhã. Domingo de manhã [o consumo] é regueifa com manteiga e vinho do Porto. (Proprietária 4)

"Mesa" improvisada

Predomina o género masculino, apesar de também se encontrarem mulheres e até crianças, mas em larga minoria.

> Mais homens do que mulheres, mas já tem muita cliente aqui do sexo feminino, muito. (Proprietária 4)

Quando questionados quanto a esta diferença, os entrevistados em situação exploratória, dizem ficar essa diferença a dever-se à situação doméstica vivida no espaço doméstico, isto é, as mulheres do povo não são grandes frequentadoras daquele espaço porque têm de ficar em casa ao Domingo para fazer o almoço para a família; já as outras mulheres, de estratos sociais mais privilegiados, podem ir tomar um aperitivo porque podem ir almoçar fora e não precisam de ficar em casa a fazer o almoço e as lidas domésticas.

> Mulheres... [afluem] algumas, poucas, ora bem, pode ser 10%. [Porque] Ora bom, uma coisa é certa é que é que na hora em que isto é frequentado as senhoras tem que estar em casa a fazer o comer, é o que eu deduzo. Porque não é o caso da minha esposa porque eu, ao sábado e ao Domingo vou buscá-la para ir almoçar fora e portanto não faz a comida mas isso geral

todas as senhoras cozinham porque isto aqui é desde o pé descalço até ao pé graúdo ou de botas. (Frequentador-consumidor 1[1044])

Há pessoas que já trazem as próprias mulheres. [Mas são] mais homens do que mulheres. (...) Claro, em geral, os portugueses são um bocadinho fechados, machões mas já se vê aqui muita juventude feminina já sim senhora. Mais jovens, em geral a mulher não bebe vinho do Porto, uma mulher já adulta, mas vem só casais que vêm aqui todos os Domingos, todos os Domingos. (Entrevistado 2[1045])

Nos dias úteis, as mulheres que frequentam este espaço privilegiam-no, basicamente, para o pequeno-almoço e para o café após o almoço.

Pelos sinais exteriores evidenciados, sustentáculo de uma interpretação social dos mesmos, inserimos a grande maioria dos clientes nas franjas executantes dos três sectores de actividade. Contudo, encontram-se também outro tipo de população activa, situada, com fortes probabilidades, nas franjas mais capitalizadas quer em termos económicos, quer em termos académicos. Uma comprovação mais segura será possibilitada com recurso à caracterização socioprofissional dos respondentes ao inquérito que administrámos junto dos frequentadores-consumidores.

Desde o polícia aos comissários vêm aqui. (...) rapazes que trabalham (...) nas obras. (...) é como eu já disse mais que uma vez é desde o pé descalço ao de cartola. Ora bom, há aqui arquitectos, há engenheiros, há polícias, há graduados, há chefes de comando, há toda a gente, toda a espécie de gente. (Entrevistado 1)

Uns são picheleiros, outros electricistas, outros são camionistas (...) É diversificado. Aparecem aqui doutores, aparecem aqui empregados bancários, aparecem aqui empregados de companhias de seguros, aparecem... aparecem trolhas, carpinteiros. Aparecem aqui pessoas que têm um certo nível cultural.

[1044] Frequentador-consumidor habitual, 72 anos, casado, picheleiro patrão. Neste contexto, utilizamos a designação de frequentador-consumidor para designar a categoria de informante privilegiado, uma vez que, o profundo conhecimento sobre este tipo de estabelecimentos só é possível frequentando-os.

[1045] Frequentador-consumidor habitual, casado, 50 anos, comerciante, proprietário de uma sapataria na ribeira de Gaia, 3º ano da escola comercial.

> Aparecem aqui pessoas formadas. E há uma coisa, aqui não há grupos, se eu sou empregado bancário e outro é trolha junta-se tudo. (Entrevistado 2)

> Tem todas as classes sociais. Desde médicos, desde engenheiros, desde escritores, tudo, tem trabalhador, toda a classe social. Não, não há diferenças e então o convívio que tem, sentámo-nos aqui à mesa, estamos ali a beber um copo e portanto não há diferenças entre médicos, engenheiros nem trabalhador não tem qualquer... (Entrevista exploratória 1)

De uma forma geral os clientes apresentavam-se com vestuário simples e sem adereços específicos; a generalidade dos homens veste calças, muitas vezes de ganga, camisa e blusão também de ganga. Alguns apresentam-se de fato de treino e sapatilhas.

Frequentadores-consumidores em torno de "mesa" improvisada

Outros vestem-se de forma bastante discreta, sem marcas conhecidas. As poucas mulheres que lá se encontram trajam calças e casaco a condizer. Mas são poucas as mulheres e quando aparecem, ao Domingo, acompanham os cônjuges.

Se durante a semana predomina uma maior pacatez quotidiana, já o mesmo não se pode dizer face aos Domingos de manhã, momentos do dia e da semana em que predomina um linguajar muito animado, alteado e bem-disposto. Muitos dos clientes falam simultaneamente; no mesmo grupo, as discussões animadas sucedem-se umas às outras, não havendo tempos parados. Evitam o vernáculo em frente da investigadora, mas não se retraem em falar alto e expressar as suas respectivas opiniões e em levantar pontos de discórdia relativamente a hábitos quando não pensam da mesma maneira; por outro lado, também deixam clara a sua concordância relativamente a fazeres coincidentes com as suas opiniões. Ao longo de todo o passeio público as conversas misturam-se e os clientes passam com alguma rapidez de uns grupos para os outros ou, pelo, contrário, estacionam em grupos já formados, alguns dos quais ostentando uma garrafa de vinho do Porto. Assim não é difícil acompanhar o teor das conversas que muitas vezes versam aspectos profissionais.

Circulação de clientes no passeio público em frente

São visíveis, assim, relacionamentos muito animados, muito vivos, e mesmo calorosos, entre os clientes do mesmo grupo. À mesma mesa sentam-se todos quantos lá cabem, com o seu cálice de vinho do Porto e frequentemente um pratinho de aperitivos ou queijo. Como as mesas são em número reduzido, encontram-se muitos grupinhos em pé, em volta, por exemplo, de um caixote a servir de mesa, ou de um banco emprestado por uma das lojas, onde rapidamente improvisam uma mesa. Também nesses casos a conversa é animada e solta e os relacionamentos parecem facilitados pela proximidade, senão social pelo menos física. Aliás, a proximidade física facilita o outro tipo de proximidade, mais entendida como real e vivida entre iguais. Os encontros, mesmo quando não marcados previamente, dão-se com a facilidade que a rotina o permite, acrescendo-se o facto de que se precisarem de encontrar alguém especifico, o podem fazer ao Domingo num daqueles espaços, pois a sua presença é um facto certo.

> E- E marcam encontro aqui neste espaço ou não é preciso marcar encontro?
> e- é aqui que a gente se encontra, é aqui que a gente se encontra.
> E- Sem precisar de marcar?
> e- Pois, nada, nada.
> E- quer dizer quem quiser encontrar alguém ...
> e- é, é e até porque há muitas pessoas que até nem bebem álcool e vêm aqui na mesma. (...) E outra coisa, façamos de conta que há aqui pessoas, por exemplo eu, precisa disto vou, ó pá eu arranjo-te a peça pelo mesmo preço que compro (...) (Entrevistado 1)

Constatou-se que é muito fácil a introdução de desconhecidos naqueles grupos, pela própria experiência que tivemos. A presença de mais um é aceite com muito descontracção e muita animação, o que facilita as aproximações, revelando sociabilidades muito facilitadas que são facilmente forjadas, mas não ficou claro se adquirem contornos de profundidade ou não. Notou-se mesmo uma grande hospitalidade nos clientes com quem tivemos oportunidade de privar mais tempo, na medida em que oferecem, com relativa facilidade, um cálice de Porto ao amigo que passa.

E- acha que os clientes se conhecem uns aos outros?

e- Todos.

E- Todos mas já se conheciam antes ou conheceram-se aqui?

e- Ora bom, aqui conheci sempre ... 30%.

E- quem chega de fora é bem acolhido?

e- Claro é, portanto há rapazes que trabalham comigo nas obras, eu faço obras por todos os lados, não é, Porto, Valongo, etc., etc. e vem um que trabalhou nessa obra onde eu trabalhei e o que é que acontece? Trás os amigos também, cumprimentam a mim, cumprimentam os outros e a gente começa a...

E- A alargar o ciclo de amizades?

e- é isso. (Entrevistado 1)

(...) há sempre um amigo já, se vierem em grupo entram em grupos. (...) Pode aparecer um por outro [sozinho] e claro às vezes eu noto, há aquele indivíduo que aparece a primeira vez e não se sente à vontade porque vê... mas três ou quatro Domingos depois... já é tudo amigo. (Entrevistado 2)

Com os outros clientes (elementos exógenos ao grupo/ocupantes de outra mesa) resulta uma mistura relacional que facilita o convívio e a conversa solta e fluida entre grupos que se confundem, eles próprios, uns com os outros. Não se pressentem fronteiras entre os grupos, o que em última instância nos faria re-equacionar o próprio conceito de grupo aqui empregue sem a precisão sociológica dada por Gurvitch[1046], por exemplo.

As [pessoas] que chegam, as que bebam o mesmo produto quase que já se faz amizade por isso. Conhecem-se entre si e fazem amigo...Uns vêm sozinhos, outros acompanhados. [Mas a maioria] sozinhos. Depois aqui juntam-se... estão sempre uns com outros, não, não tenho clientes aqui que estejam, sós, não, nenhum... (...) Prontos, acho qu'isto qu'é mais um núcleo de amigos... parecem muitas das vezes mais família do que amigos... E são sempre as mesmas caras a gente habitua-se. (Proprietária 4)

Apesar de a proprietária não ter mãos a medir aos Domingos, tal é a movimentação, notou-se, ainda assim, que o seu relacionamento com a clientela assenta numa relação de conhecimento antigo com a maioria dos seus clientes, que a tratam pelo nome, e que, por sua vez, são também tratados também pelo

[1046] Georges Gurvitch, *A Vocação Actual da Sociologia*, Vol. I, Lisboa, Edições Cosmos, 1979.

nome, o que pode reforçar a ideia de passagem ritualizada por aquele espaço desde há já longo período de tempo, havendo clientes que frequentam este espaço aos Domingos há mais de 8 anos; outros, Há mais de 15 ou mesmo 20 anos[1047].

Com um hábito já enraizado de longa data, resulta, quase forçosamente, uma forma de estar muito descontraída, revelando-se um conhecimento estreitíssimo do espaço que frequentam. Os clientes movimentam-se informalmente no espaço. Cada bocado, quer do minúsculo estabelecimento, quer do passeio público, enquanto prolongamento do estabelecimento apropriado *naturalmente*, fazem parte da vida de cada cliente, completando a sua própria história de vida, tal é a duração do hábito feito ritual. Ocorre mesmo dizer que *cada paralelepípedo da rua conhece os sapatos de quem o pisa.*

Pelo acima exposto fica claro que aos Domingos, os clientes consomem vinho do Porto em cálice, aperitivos e queijo. Frequentemente mandam vir uma garrafa de vinho do Porto, que pode ser selada ou previamente aberta e re-engarrafada, segundo informação de um informante privilegiado, que é ingerida aos goles; todavia, a garrafa, quando existe, é esvaziada rapidamente por entre uma alegre cavaqueira. Nesses casos, não raro, compram outra garrafa. Consomem de pé, os que não têm lugar à mesa. Neste caso, improvisam uma mesa num caixote, ou num banco, ou no *capot* do carro. Pudemos observar que quando chove, os clientes reúnem-se dentro dos carros ou em carrinhas, pelo que a chuva não impede o ritual.

> O ritual aqui é as pessoas juntarem-se todas ao Domingo de manhã para beber vinho do Porto. (Proprietária)

Nitidamente, o consumo fica a dever-se em simultâneo ao gosto da bebida e ao convívio. Em todas as conversas informais e entrevistas exploratórias o aspecto social do acto em si foi realçado, evidenciando-se assim o reforço da importância das sociabilidades lá criadas, alimentadas pelo hábito e sedimentadas

[1047] Entrevista exploratória 1.

por um ritual duradoiro e cuja iniciação, segundo os mesmos informantes, se ficou a dever essencialmente a colegas e amigos.

> [Aqui as pessoas procuram] arranjar amigos, conversar... É convívio. ... Acaba por ser um núcleo de amigos e procuram-se uns aos outros. (...) Conversam. Não [há cartas], não, pode haver leitura do jornal, mas tirando isso é mesmo só conversa, entre amigos.
> (...) Lá está, em casa bebes e não convives. E aqui bebes e convives ao mesmo tempo.
> (...) Acho que bebem mais em locais públicos (...) Pelo convívio, não sei... Na medida em que eles conversam com os amigos e vão bebendo. (...) E se eles vêm todos com a noção de qu'é p'ra aqui que vêm é p'ra aqui para beber vinho do Porto, mais nada. (Proprietária 4)

> Normalmente quem é que os inicia neste mundo [vínico]?
> Portanto, se for pessoal que trabalha aqui dentro da área do mercado são os pais... a gente atende os filhos sucessivamente, não é? Já tem avós, já veio os filhos, agora já vem os netos e por aí fora. No caso de clientes, neste caso de parte do vinho do Porto, raramente são os pais que trazem... Vêm de conhecimentos, uns através dos outros, não, mas não vejo vir gerações. Gerações... já não estou a ver vir beber vinho do Porto... (Proprietária 4)

Note-se que muitos dos clientes de Domingo são residentes no Porto, inclusive na Área Metropolitana do Porto (AMP), e alguns são mesmo de fora do Porto, como é o caso de Braga. O encontro entre frequentadores-consumidores de Domingo está, à partida, garantido, sem necessitar de marcação prévia.

> É assim, agora estamos, portanto vimos cá; queremos encontrar fulano ou sicrano, mesmo se estamos longe: vamos lá baixo [Soraya] que ele às 10 horas está ali, vai beber um copo de vinho do Porto; chegamos, aqui está. Queremos estar com o senhor doutor, vamos lá em baixo, que ele dá-nos a consulta lá, olha preciso falar contigo e tal. (...) Porque temos... aqui pára tudo. E portanto par ir a casa dele [do médico] é mais difícil do que vir aqui no Domingo porque ele ao Domingo tem sempre tempo livre para estar aqui e em casa tem sempre o tempo ocupado para nos atender, por exemplo isso até serve de pretexto... (Entrevista exploratória 2)

Aqui não, as pessoas vêm para beber um copo, estar a conviver com os amigos, vamos encontrar fulano, sicrano e vimos aqui.

E- Marcam uma hora ou não?

e1- Não, não é preciso.

E- Não?, por exemplo estes senhores não ...

e1- Não, sabemos que às 10 horas, 11 ou meio aparece fulano ou sicrano. (Entrevista exploratória 1)

Também acontece que quando alguém precisa de um "*artista*"[1048] é nesse espaço que obtém informação relativamente às capacidades de cada um. Esse espaço permite também estabelecerem-se negócios, como por exemplo a venda de carros, de outros bens, "tudo excepto droga que não entra aqui"[1049].

7.2.5. Solar do Vinho do Porto[1050]

O Solar do Vinho do Porto é oficialmente designado, estando registado como um bar de luxo, estando tutelado pelo Instituto do Vinho do Porto.

O solar é um departamento do Instituto do Vinho do Porto, criado pelo Instituto do Vinho do Porto. ...é como se no Instituto existisse um bar na sede, o n º de contribuinte é o mesmo... a sociedade é a mesma... é tudo... Somos todos [os funcionários] do Instituto, tanto que nós podemos ser deslocados entre o Solar e o Instituto, e vice-versa. (...) Em qualquer momento. (Gerente 5[1051])

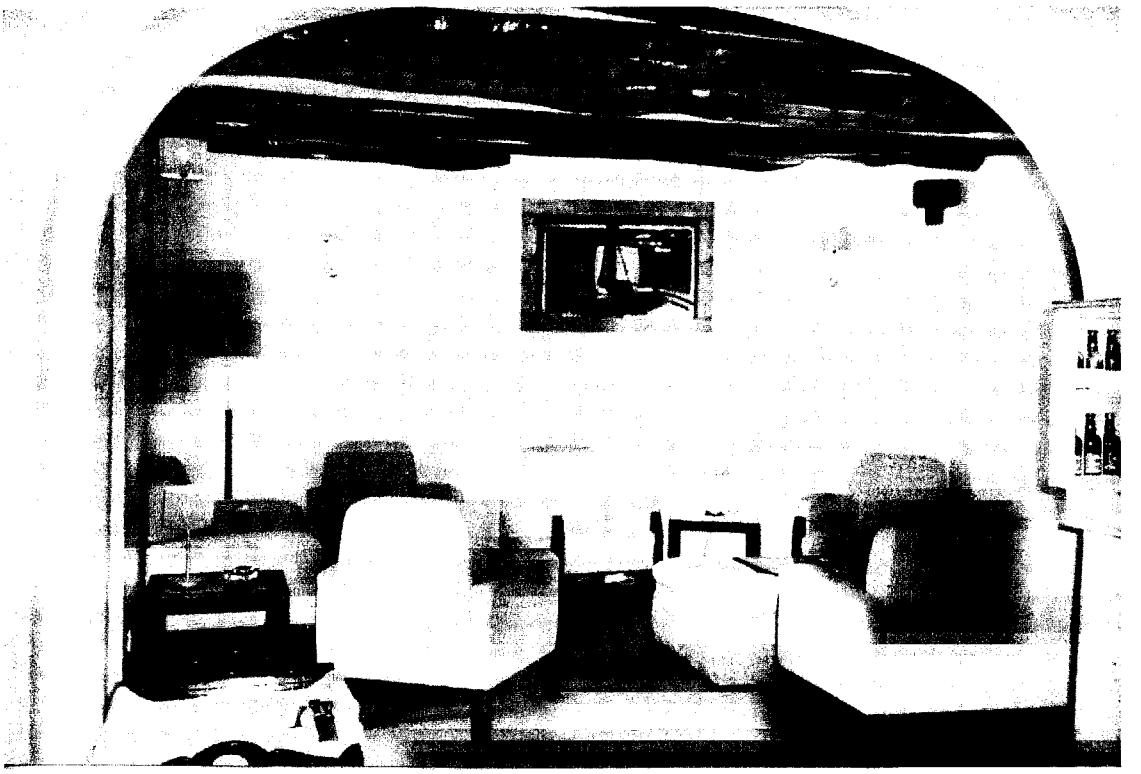
Pode ser descrito como um espaço requintado, decorado com sobriedade, onde sobressaem signos relacionados com o vinho do Porto. Além das mesas, tapetes, sofás e pequenos bancos almofadados em torno de cada mesa, existem ainda candeeiros de pé alto o que contribui para proporcionar um ambiente calmo e intimista.

[1048] Um "artista" é considerado um homem capaz de desempenhar um ofício, uma "arte", seja de que âmbito for; exemplos de artistas são os trolhas, picheleiros, biscateiros.

[1049] Aspas resultantes de entrevistas informais, recolhidas junto dos frequentadores-consumidores.

[1050] Tal como acontece com os anteriores estabelecimentos, também nos referiremos, nas mais das vezes, a este estabelecimento apenas como Solar.

[1051] Gerente 5 é a gerente do Solar do Vinho do Porto, casada, 33 anos.

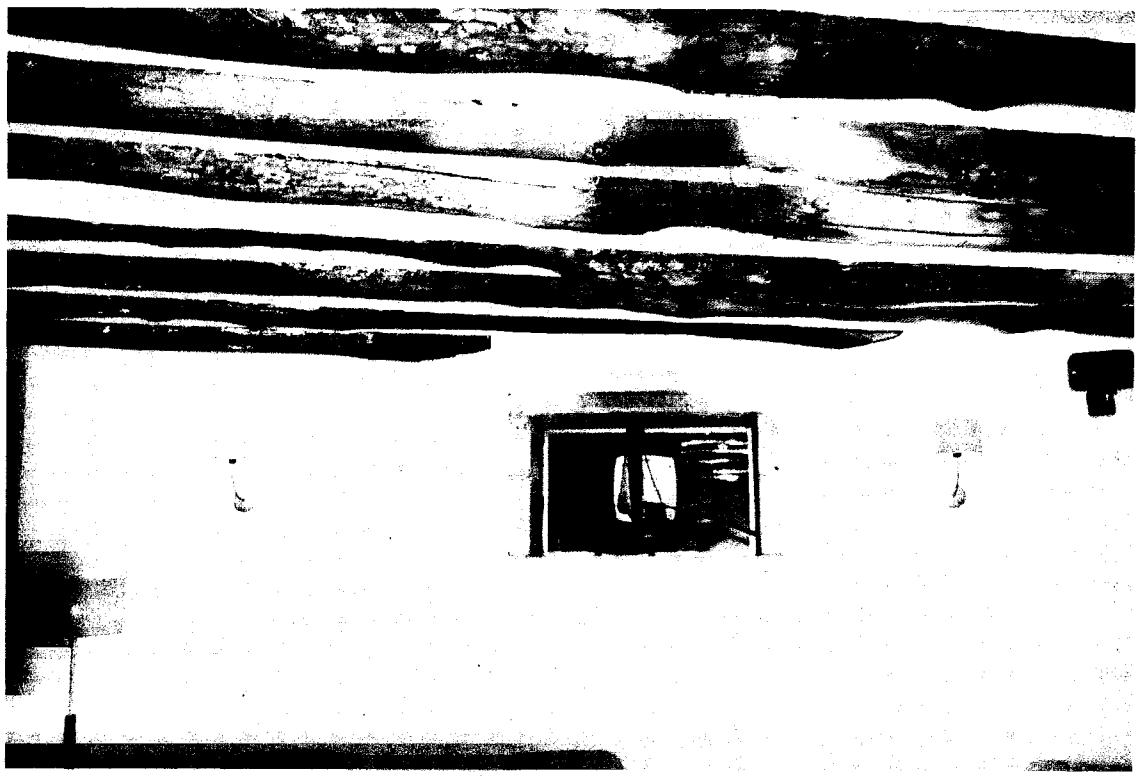


Ambiente interior prevalecente

O tecto é rústico e no balcão sobressaem as garrafas de vinho do Porto de diversas marcas e categorias.

Mostra de vinhos do Porto

Na ante-sala existe um balcão muito bonito de madeira. Por detrás do balcão, que é espelhado, existem garrafas de vinho do Porto das mais variadas marcas e categorias, sendo impossível a sua contagem directa. Num pequeno janelo, a adorná-lo, existe um barco rabelo em miniatura e em madeira.



Tecto rústico e janelo embutido

De destacar, ainda, uma estante com livros alusivos ao vinho do Porto. Todas as mesas têm candeeiros acesos. Consoante o horário, podem estar presentes dois ou quatro escanções que se apresentam trajados a rigor. A sala principal está separada por portas de vidro para uma espécie de pátio ajardinado. Quando o estado do tempo o permite, as portas de vidro são abertas, deixando o sol entrar directamente na sala principal.

Consoante o horário, podem estar presentes dois ou quatro escanções que se apresentam trajados a rigor. No início da nossa investigação, o vinho do Porto era a única bebida alcoólica comercializada no Solar; posteriormente, por inerência de nova gerência, passou a ser vendida, também, a cerveja. Ainda assim, o Solar não perdeu a função que o viu nascer.

> A função disto... isto nasceu, exactamente, como elemento promotor do vinho do Porto, mas, numa dimensão um pouquinho diferente das caves, porque as caves do vinho do Porto estão vocacionadas para a promoção dos seus produtos, da sua marca, e nós, de um modo mais geral, fazemos [a promoção] a todas as marcas. Eu julgo que nós somos o único lugar, eu diria no mundo, em que é possível comparar vinhos diferentes... ou tipos idênticos de vinhos mas de qualidades diferentes, ou seja, tu tens... escolhes 3 ou 4 produtores de vinho do Porto... um produto de 10 anos, por exemplo, um Tawny de 10 anos, e que de casa para casa, apesar de ser o mesmo produto, a qualidade... a textura é diferente. (...) O que é engraçado é fazer exactamente essas provas comparadas de vinho, que eu julgo que somos os únicos que temos assim tão diferentes... (Gerente 5)

O número de clientes é variável, consoante, sobretudo, a hora da observação.

> É um sítio com ainda pouca frequência, que agora começa a ser falado, agora começa a ser falado. (...) Há clientes certos de muitos anos, de muitos anos. (Gerente 5)

Assim, no conjunto das observações efectuadas, constatámos que os horários nobres são, por ordem de importância, das 22-24h e das 18-20h. O primeiro, mais relacionado com o digestivo que se toma após o jantar, e o segundo mais relacionado com o aperitivo, rituais aliados às diferentes etapas das refeições, partilhados com amigos, colegas ou familiares. O horário das 14-16h é o período menos procurado, registando-se sempre um número bastante diminuto de afluência ao Solar – Anexo 5.1.

Apesar do Solar ser um espaço muito visitado pelos turistas, (note-se que consta mesmo dos guias turísticos da cidade), prevalece uma procura por parte de clientes nacionais. São assim bastante mais numerosos os clientes nacionais relativamente aos estrangeiros, cuja preferência de horário incide no período da tarde, nos primeiros horários de observação, provavelmente por integrarem a sua visita ao Solar no percurso turístico em curso pela cidade; alguns dos acessórios específicos, exteriormente observáveis, como é o caso da mochila, dos mapas, ténis, máquinas fotográficas e restante indumentária, assim o sugerem. Pelas observações que efectuámos, de forma faseada ao longo de um ano tudo indica

estarmos em presença duma certa regularidade: quanto mais cedo for o período de observação, maior a tendência para o número de clientes estrangeiros ultrapassar o de nacionais. À medida que vai entardecendo, verifica-se o inverso. Por outro lado, em período de Verão e, por conseguinte, em período de férias, o número de estrangeiros foi aumentando relativamente às semanas anteriores circulando no Porto número significativo de estrangeiros. Pelo contrário, no que respeita a clientes portugueses, dá-se o inverso: em termos preferenciais registou-se uma nítida procura mais incidente nos meses outonais e invernais, diminuindo esta e manifestamente, nos meses estivais – as férias e simultaneamente a transferência de clientes para as esplanadas explicará decerto esta mudança de hábitos correlacionados com as estações do ano.

> Isso digo-lhe que sim com certeza [este espaço também é procurado por portuenses]. Mas se eu lhe disser que 95% dos portuenses nunca cá vieram, acho que não estou a mentir. (...) O turista português, aquele que viaja cá dentro, não vem aqui; isto "não vem aqui" é reduzi-los a zero, o que não é verdade, são muito poucos. (Gerente 5)

Praticamente em todos os períodos de tempo observados predominou o sexo masculino, apesar de se ter registado uma frequência bastante significativa de clientes do sexo feminino. Assim, quase que se poderia falar em equilíbrio a nível de sexos; contudo, alguma diferença, apesar de mínima, se pode observar. Ainda assim, tomando em consideração o cômputo final das observações efectuadas, diríamos que a diferença não é muito significativa: 52.6% de frequências para o sexo masculino e 47.4% para o feminino. Em jeito de conclusão poderíamos dizer que na sua generalidade, e face ao observado em outros contextos escolhidos, a diferença de sexos entre os clientes não é significativa.

No respeitante à caracterização socioeconómica e tendo em consideração apenas os sinais exteriorizados captados em observação, isto é, tirando ilações apenas com base nisso, quanto à postura, adereços, marcas exibidas no vestuário, o próprio tipo de vestuário, etc., pode-se avançar com o predomínio da classe média e média-alta. Contudo, perceber o estatuto social dos

frequentadores apenas com base na observação não se apresenta como um exercício de percepção inequívoco, pelo que terá apenas o valor de um indicador com alguma aproximação ao real. Tenha-se em linha de conta que uma caracterização mais contundente a este nível será possível a propósito da recolha de elementos mais precisos, como se verificará no sub capítulo seguinte. Neste momento, procedemos a uma maior ou menor aproximação à realidade apenas tendo em conta os sinais exteriores, formas de estar e de se apresentarem, dependendo assim de interpretações cujo grau de subjectividade tem a ver, de algum modo, com os padrões vigentes na nossa sociedade.

> Pois... é mais difícil de dizer... [qual a condição social dos clientes], eu diria que pelo comportamento deles são uma... aquilo que eu chamo uma nova burguesia, sem querer chamar novos ricos porque não são novos ricos, mas são uma, uma nova burguesia... têm hábitos burgueses que os pais deles não tinham e enfim... gostam de aparecer em sítios que vão aparecendo na imprensa... não é gente muito abastada, não é não, mas de qualquer maneira começam a procurar hábitos burgueses. (Gerente 5)

Há uma certa dificuldade em perceber a predominância do escalão etário dos clientes, dada a grande representatividade das idades entre os 20 e os 50 anos. Contudo, os clientes podem ser agrupados essencialmente em dois grupos: um que integra jovens com idades compreendidas (aparentemente) entre os 25-35 anos e outro relativo a adultos com idades compreendidas (aparentemente entre os 40- 55 anos. Pelo quadro global pode-se concluir que é significativo o número de jovens que procuram o Solar, assim como também o é o de jovens adultos, adultos jovens e adultos menos jovens.

De uma forma geral, os clientes apresentam-se trajando de forma cuidada e discreta, apesar das alterações verificadas consoante as estações do ano. Os jovens tendem mais para o estilo prático, funcional, desportivo, de boa qualidade e os mais velhos para o clássico. Circulam boas marcas, mas também são visíveis as roupas sem marcas. Com alguma frequência, aparecem homens de fato e gravata e as mulheres apresentam-se com estilo clássico. Fica-se com a ideia de que os clientes não se trajam propositadamente para "encenar" neste "palco", apresentando-se com o vestuário com que passaram o dia. Não raro, apareceram

clientes com calças de ganga, algumas de marca conhecida, outras sem marca de renome. Ainda assim, a apresentação é cuidada, com peças de vestuário a condizer umas com as outras. Eventualmente, no último período de observação, 22-24 horas, poderá haver um ou outro caso em que o traje seja escolhido para o efeito, revelando um estilo mais requintado; mas não nos parece ser esta a nota dominante. À medida que as estações estivais se vão delineando, a tendência no traje também vai sendo alterada, passando-se, com a mesma graduação que o estado de tempo o permite, a um estilo predominantemente prático, desportivo e descontraído, pesem embora os adereços a condizer, os sapatos de boa qualidade e o cuidado com os cabelos, principalmente no que respeita à população feminina, sem que deixem de estar presentes, embora com menor significado, clientes no estilo clássico. Em termos de curiosidade, pode-se admitir estarmos perante uma tendência para a mudança no que respeita ao vestuário com que se apresentam; isto é, parece que do Inverno para a Primavera, haverá uma tendência para se deixar a gravata e o fato em casa e substitui-los por roupa mais prática, com recurso mesmo às gangas, apesar de boa qualidade, ainda assim diríamos estar perante uma tendência de traje bastante mais informal se compararmos com os registos anteriores. A cerimónia e o cuidado visual encontrados nas observações de períodos de Inverno ou Outono não se encontram presentes nas épocas estivais. Em conclusão, considerar que o estado do tempo pode explicar esta mudança, já que foi a única variável que mudou ao longo das observações.

Tendencialmente, em todas as mesas é desenvolvida conversa que em tom baixo, discreto, suave, devagar mas despreocupado e sem grandes gestos; isto é, a linguagem é comedida. Não se consegue perceber o teor das conversas, mas percebe-se qual o idioma adoptado em cada grupo, se o nacional, se um estrangeiro. Predomina, no entanto, a moderação, a discrição e, por conseguinte, a privacidade temática nas conversas. Ressalta um cuidado quase "natural" em manter um estilo de conversa mais íntima. Os gestos são discretos, com tendência para uma certa contenção; sem serem excessivamente controlados, enfatizam, contudo, de vez em quando, a conversa. As vozes não se sobrepõem, falando um de cada vez, em cada grupo. Diríamos que a espontaneidade é

contida, sem alarido. Os risos são "sociais", o que faz pensar num tipo de apropriação que, sendo fluida, se apresenta, em alguns casos, com alguma contenção confundida com a cerimónia. Contudo, tratando-se de grupos informais um pouco maiores do que habitualmente, em torno da mesma mesa, a tendência para o constrangimento e para alguma contenção se vá diluindo, sem que contudo a confusão se instale. Apenas uma ambiente mais "vivo" do que habitualmente se faz sentir com mais nitidez.

Os relacionamentos entre os clientes do mesmo grupo (ocupantes da mesma mesa) circunscrevem-se aos próprios grupos sendo uns mais discretos, outros mais animados e calorosos sem que, todavia, extravasem o grupo. De forma geral, o diálogo está presente e a conversa impera, salientando-se afabilidade, gosto e prazer na partilha daquele espaço. Os relacionamentos são, por conseguinte, amistosos, manifestam boa disposição, são baseados em diálogo discreto e não se notam constrangimentos, pese embora alguma tendência para a cerimónia em alguns casos mais raros e pontuais. Os grupos interagiam com "vida", entrando em diálogo e não se registando momentos mortos entre os convivas. As conversas sucedem-se, não se registando momentos de fastio entre os convivas da mesma mesa, ainda que possam haver alguns momentos de silêncio, que na maioria dos casos se fica a dever ao saborear do vinho do Porto enquanto se ouve a melodia de fundo que está sempre presente no Solar. Aliás, um dos gestos que mais recorrentes, se bem que não generalizados, foi a observação do vinho do Porto, principalmente o mais encorpado, nas paredes do cálice e comentários a propósito, partilhados entre os convivas. O cheiro, antes de beber o vinho do Porto também foi comum entre alguns dos clientes presentes. Porém, a gestualidade relacionada com o misticismo do vinho do Porto não primou por uma presença acutilante.

> Eles [os clientes] (...) vão à lista e pedem o relativamente mais barato, se vêem acompanhados pedem o vinho que não é o mais barato nem o mais caro, mas que está ali. (...) Não têm um... não têm um comportamento, estão ali a conversar como se tivessem um copo de cerveja à frente ainda, eu acho... eu estava a lembrar-me de um... de uns rapazes, de um rapaz e uma rapariga estiveram cá há pouco tempo, e que estavam os dois, e enfim, não que seja importante para

> degustar o vinho do porto, nem sequer sabiam pegar num cálice sabe, pegavam no cálice como se estivessem a pegar num copo de água e... mas estavam a gostar, estavam a gostar do que estavam a provar (...); vieram cá experimentar e lá em casa devem ter visto mas nunca provaram, nunca... (Gerente 5)

Os relacionamentos são tanto mais íntimos quanto maior for a proximidade entre os clientes. No entanto, ressalta sempre uma proximidade de foro tendencialmente intimista, que é tanto maior quanto mais próxima for de uma relação de enamoramento; aqui, toda a gestualidade adquire uma expressão mais rica em termos micro-corporais, mas mais limitada relativamente ao contexto social de acolhimento, não havendo margem para dúvidas quanto ao tipo de relação presente, dadas as expressões corporais mais próximas e afectuosas. No caso dos casais, e tanto quanto mais novos, a linguagem corporal manifesta-se nitidamente. Nos casais mais maduros, a linguagem corporal é mais contida e mais reservada. Mas ficou claro que, nestes casos, a presença é marcada por um encontro de foro afectivo.

Outros motivos subjacentes à frequência do Solar estão circunscritos a uma relação de amizade ou de camaradagem ou ainda a uma relação socioprofissional (do tipo encontro social de negócios ou de trabalho) em que um aperitivo antes do jantar poderá fazer parte de um ritual já interiorizado. Nos grupos formados apenas por elementos masculinos, o relacionamento deixa adivinhar questões de camaradagem ou profissionais, isto é, um encontro entre colegas do mesmo ramo ou empresa que prolongou, através dos temas abordados na conversa, uma certa actividade lúdica articulada à profissão.

> Talvez os homens, quando estão aqui em trabalho, quando trazem, por exemplo... clientes ou fornecedores das empresas reúnem-se aqui. Eu acho que quando são casais ou senhores, e mesmo um número crescente de homens, vêem aqui para conviver, é um sítio sossegado para conversar... mas, homens assim em grupos, eu diria mais que são... não conheço outro que não seja o motivo profissional.
>
> Hoje em dia vem cá muita gente também com convidados de outros sítios, por isso gente do Porto que traz convidados de outros sítios; não quer dizer que seja estrangeiro mas que sejam de outros sítios que dizem: vamos lá, vamos provar vinho do Porto porque vinho do Porto é... é o nosso cartão de visita aqui do Porto. (Gerente 5)

Em suma, dois tipos de relacionamentos se destacam, correlacionados, por sua vez, com o motivo que norteia a visita ao Solar; assim, podem ser estreitos e profundos nos casos nítidos de proximidade afectiva ou mais circunstanciais, circunscritos quer ao âmbito profissional quer ao âmbito social, baseando-se, então, numa camaradagem mais ou menos amistosa.

Assim, em termos relacionais, quanto maiores forem os grupos, maior a tendência para alguma perda de contenção, dando lugar a uma maior espontaneidade, mas que nem assim se confunde com o que se pode observar nos outros contextos seleccionados.

Acrescente-se, ainda, que diálogo e prazer em estar é em geral a tónica que prevalece. Ressalte-se que o "prazer em estar" foi concluído através do tipo de interacções estabelecidas e observadas. Todos os gestos corporais para aí convergiam.

Não se registam, no entanto, relacionamentos com clientes de outros grupos, isto é, elementos exógenos ao grupo, ocupantes de outra mesa. Uns e outros manifestam-se de forma totalmente alheia entre si. Este tipo de relacionamentos é inexistente, não existindo interacções de qualquer espécie entre clientes exógenos ao grupo, a não ser que se encontrem, sem contar, amigos, colegas ou conhecidos. Aí, os grupos cruzam-se, cumprimentam-se, ou mesmo partilham a mesma mesa, tendência tanto mais evidente quanto mais o Solar estiver repleto. Caso contrário, e é esta a tendência que mais caracteriza o Solar, não existe nenhum tipo de relacionamento entre os clientes de mesas diferentes. Cada grupo é uma ilha que não comunica com os demais grupos.

Entre o escanção e a clientela revela-se um relacionamento estritamente profissional. Não se verificaram intimidades que revelassem conhecimentos prévios tendentes a uma proximidade entre escanção e cliente. Após os clientes escolherem a mesa e sentarem-se, o escanção, com toda a calma, apresenta-se com a lista dos vinhos, retirando-se em seguida. Quando se apercebe que a escolha foi feita, apresenta-se de novo, para tomar conta dos pedidos. Entre uma situação e outra, e durante a permanência dos clientes no local, o escanção não

desenvolve nenhuma conversa particular com nenhum, a não ser que seja solicitada alguma informação específica, à qual presta informações de forma tão profissional quanto possível. O escanção não procura, portanto, manter conversação. Dá as informações que lhe são solicitadas, esclarece, mostra, mas não entra em familiaridades. O escanção demora-se, por vezes, sempre que os clientes pedem informações sobre o vinho do Porto ou algo inerente a isso. No entanto convém notar que o escanção nunca dá sugestões sobre o vinho a pedir, uma vez que isso poderia ser entendido como alguma espécie de favoritismo face a uma dada empresa de vinho do Porto. Quando muito são apresentadas as diferenças entre os vinhos e cabe ao cliente escolher um deles face às informações prestadas. Após a escolha, o escanção apresenta-se à mesa com tantas garrafas de vinho do Porto quantos forem os pedidos diferentes; mostra-as, e serve um pouco para ser provado; após a aprovação do cliente, é então servida a dose certa. O escanção nunca fica parado por detrás do balcão. Com alguma assiduidade vai circulando discretamente de forma a estar a postos sempre que o cliente pretender repetir o pedido, e assim o possa fazer sem alarde. Por conseguinte, pode-se dizer que estamos em presença de um tipo de relacionamento estritamente profissional.

Quanto à forma de estar, isto é, quanto ao uso e apropriação do espaço, pode-se avançar com o seguinte: se pensarmos que a apropriação é o acto de fazer seu o objecto alvo, então podemos aceitar que existe apropriação do espaço que se escolhe para se passar um pouco do tempo. Contudo, temos de considerar que em alguns casos existe uma espécie de demarcação entre esse espaço que vamos denominar de micro e o espaço mais amplo e envolvente que denominaremos de macro. Isto acontece na medida em que a descontracção com que os corpos se mexem revela uma maior possibilidade de "produção" inovadora no lugar do que quando circulam no macro espaço, uma vez que aqui se evidencia, uma postura que, quando em movimento no espaço semi-público envolvente, adquire uma forma muito mais contida e reprodutora. No entanto isto nem sempre acontece e a forma como os clientes se deslocam pelo Solar, provam-no certamente. O espaço não se apresenta, por conseguinte, como estranho aos clientes, que nele circulam com descontracção. Duma forma geral os

clientes revelam uma certa descontracção, mesmo nos casos em que, segundo tudo o indica, não havia conhecimento prévio daquele espaço.

A mesa escolhida, de preferência a sala virada para o jardim, é ocupada sem constrangimentos.

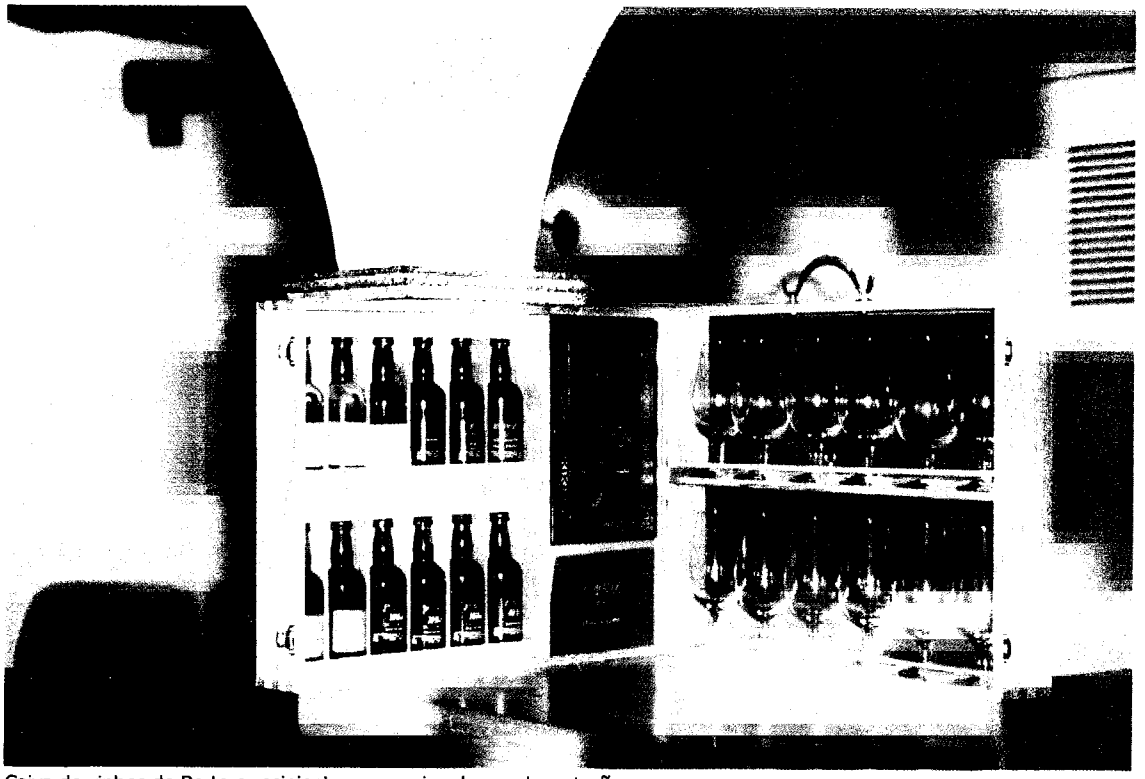
Panorâmica do jardim

Normalmente as mesas da sala anterior só começam a ser ocupadas quando a primeira sala (a que está virada para o jardim) está repleta. Não parece que os clientes escolham uma mesa específica; assim, tudo sugere, trata-se de uma apropriação do espaço em geral e não tanto da apropriação específica de micro espaços dentro de um espaço mais vasto. No entanto a nível micro, isto é, no que respeita ao lugar ocupado por cada grupo de clientes, a apropriação é total. Cada mesa pertence apenas aos seus ocupantes, não se misturando, na mesma mesa, grupos diferentes.

Em suma, tudo indica estarmos perante grupos que contam, no seu seio, com a presença de pelo menos alguns clientes conhecedores daquele espaço. As cerimónias, quando existem, não são exacerbadas.

Ao longo das observações efectuadas, foi consumido vinho do Porto em quase todas as mesas; em alguns casos os clientes recorreram à estratégia da

escolha de vinho do Porto de diferentes marcas e qualidades com o intuito de se poder provar cada um deles. Houve também o caso dos que repetiram a dose, mas mudando a marca. Por vezes a repetição da dose faz parte de uma prova de vinhos, pedida previamente e praticada com alguma frequência.



Caixa de vinhos do Porto e recipiente convencional para degustação

Por vezes, os clientes pediam também sumos, água mineral ou café mas em simultâneo com cálices de vinho do Porto[1052]. Sublinhe-se que na época estival, foi introduzida uma inovação, que consta de vinho do Porto seco com água tónica fresca e uma rodela de limão. Com alguma frequência os clientes pedem aperitivos para acompanhar o vinho do Porto, bolo de chocolate, bolachinhas com queijo da Serra ou taças de aperitivos.

Assim, a grande generalidade dos clientes bebe, pelo menos, um cálice de vinho do Porto. Presenciou-se, também, todo o ritual inerente à abertura de um *Vintage*, a pedido de clientes. Note-se que o *Vintage* obedece a certas regras de abertura da garrafa, exigindo a presença do escanção para a abrir na presença dos clientes. O escanção decantou o vinho para o *decanter*, sem que os clientes dessem muita atenção à pequena cerimónia, sendo aquele deixado na mesa dos

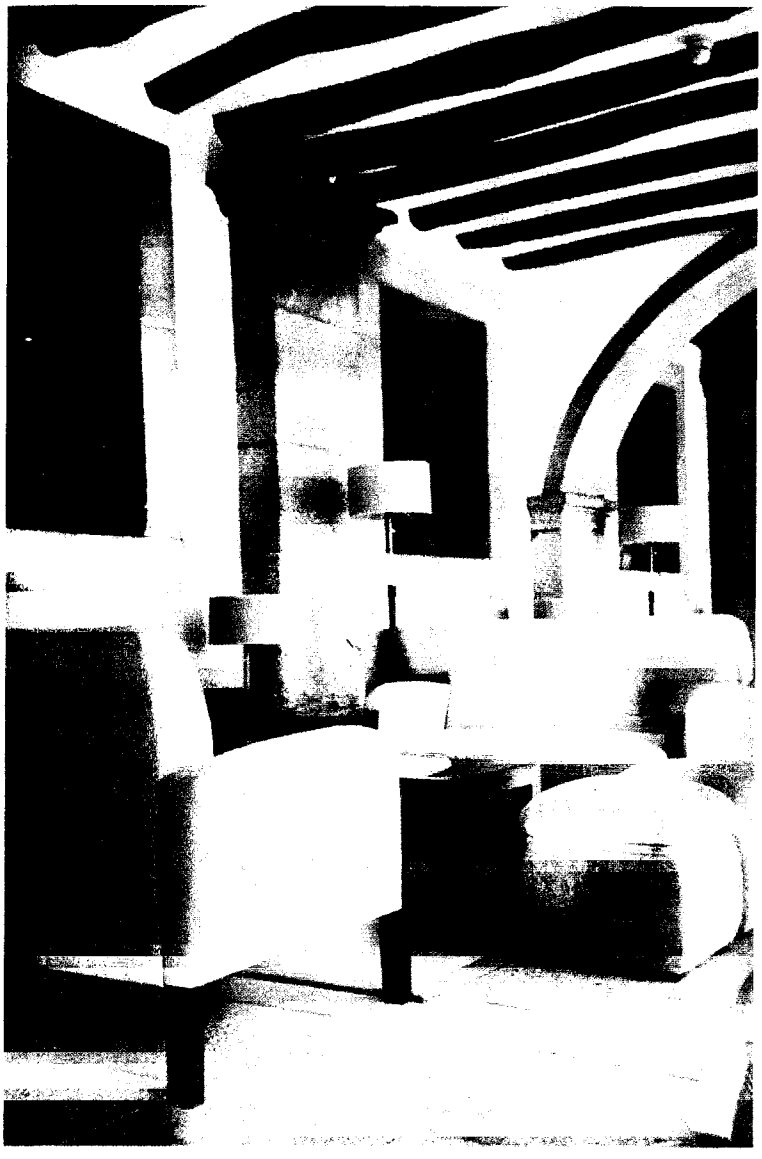
[1052] Numa das observações, e foi caso único, foi pedida uma cerveja, o que destoou naquele contexto. Assim, o escanção foi por nós questionado à saída, que nos informou ser uma prática muito recente, que datava desta nova direcção que ainda não tem um ano de casa. Note-se que quando começámos a nossa investigação não era comercializada nenhuma outra bebida alcoólica no Solar, para além do vinho do Porto.

clientes, já que se trata de um vinho que deve ser consumido quando a garrafa é encetada, sob a pena de perda de qualidade.

> Acho que... as pessoas... ainda... ainda enfim ainda não têm nelas todos estes rituais, este misticismo do vinho do Porto quando provam o vinho do porto, ou seja, uma pessoa traz cá um amigo, pode ser muito engraçado... comprar um vinho *Vintage* e pedir ao empregado para decanta-lo, é muito engraçado, é muito bonito, é muito vistoso mas, ele não faz a mínima das ideias porquê que ele está a decantar o vinho; nem o que é um *Vintage*, e não imagina a quantidade de pessoas que vem cá pedir um *Vintage* porque tem 20 anos, e um *Vintage* não quer dizer 20 anos e... e se eles não, não percebem bem as diferenças que há. (Gerente 5)

Regra geral, os frequentadores ingerem o vinho do Porto muito paulatinamente, fazendo-o render durante quase toda a permanência no local, e parecendo saborear o conteúdo, enquanto se mantém uma conversa amena e bem disposta; mas também sem grandes ritos e sem registos cerimoniais relacionados com o vinho do Porto; outros, porém, absorvem-no um pouco mais rápido, nomeadamente os que consomem três ou mais cálices de vinho do Porto. Note-se que os cálices não são retirados da mesa enquanto os clientes permanecem lá. Por isso, às vezes, presencia-se uma mesa quase repleta de cálices de vinho do Porto. Ou seja, nestes casos, a ingestão do vinho do Porto não obedecia aos fortes parâmetros reveladores de uma aprendizagem rígida sobre estas matérias acontecendo mesmo que um bom número de clientes segura o cálice do vinho do Porto com toda a palma da mão, aquecendo o corpo vínico e contribuindo para alterar a temperatura do vinho. Contudo, casos há, e com algum significado, em que os frequentadores-consumidores tratam o cálice do vinho do Porto com alguma cerimónia, fazendo pensar numa espécie de sacralização ou endeusamento da bebida. O gesto de beber é, nestes casos, antecedido por uma espécie de ritual aprendido de alguma maneira, ou entre amigos, ou na família ou nos livros, este ritual segue os seguintes passos: observação detalhada do conteúdo, ligeira sacudidela do conteúdo, cheiro, apreciação, nova visualização e então a prova enquanto se conversa calmamente.

Aquele que não é apreciador e traz cá uma pessoa só porque o vinho do Porto é um cartão de visita, esse não tem [uma postura especifica]. O outro tem. O outro ensina, mexe bem no cálice, mostra, prova, saboreia... esse sim... preocupa-se imenso em ler as nossas... as nossas... a literatura que temos. (Gerente 5)



Requinte acolhedor do espaço

Fica claro que a escolha do local se deve ao facto de se tratar de um espaço sossegado, acolhedor, calmo e até requintado, onde se pode estar calmamente à conversa, com uma suave música de fundo. Contudo, nesta fase ainda não é com clareza que se percebe se a escolha desse espaço se fica a dever à existência do vinho do Porto ou se, pelo contrário, a escolha do vinho do Porto para consumo se deve às características que o espaço tem. Assim, concomitantemente, também não fica claro se o consumo se deve a um gosto

sedimentado ou, se pelo contrário, se fica a dever a um pretexto para um encontro profissional ou afectivo. Não é essa, contudo, a opinião da nossa entrevistada:

> Hoje em dia [os clientes vêem aqui] por causa do espaço em si, não é por causa do produto, ainda não é por causa do produto. Uma bonita vista, um sítio agradável, um jardim bonito, calmo (...)
> O que aconteceu foi que as pessoas tinham pouco conhecimento da qualidade do vinho do Porto. O vinho do Porto vende-se nas grandes superfícies como vendem outras, como os *whisky*, os *gins* e o não sei quê, e as pessoas não sabiam muito bem se estavam a comprar um bom produto por um bom preço... não tinham, não tinham comparação entre casas, podiam conhecer esta ou outra casa mas não sabiam se o vinho era, enfim, para encher a casa ou se era realmente um vinho de qualidade... as pessoas não sabiam... não sabem apreciar a qualidade do vinho do Porto. (Gerente 5)

Seja como for, pode-se dizer que duma forma geral o consumo fica a dever-se a uma mistura entre o gosto do vinho do Porto, à oportunidade de o consumirem num local diferente do habitual e ao ambiente que o próprio local oferece. Mais especificamente, no caso dos clientes portugueses, admitimos que seja o gosto pelo usufruto que o espaço oferece, aliado à possibilidade de se consumir algo bastante diferente do banal e, por conseguinte, com alguma marca distintiva. Esta hipótese será, no entanto, esclarecida mais para a frente. Mas admite-se também que seja a pretexto de se passar algum tempo com amigo(s) e/ou colegas num ambiente calmo e diferente. Note-se que o convívio que aqui se vive limita-se aos pares presentes em grupo e em torno da mesma mesa, sem extravasar para outras regiões, isto é, para outras mesas.

Mas ainda há o caso do consumo turístico, isto é, o caso do turista que consome porque visitou o Solar, que consta dos guias turísticos da cidade do Porto. Nestes casos o motivo está, decerto, integrado num percurso turístico, havendo vontade em conhecer algo típico do Porto cidade, relacionado com o seu símbolo por excelência, o vinho do Porto, consumido num ambiente calmo e requintado, diferente do habitual e até mesmo diferente das caves.

É nítido, então, que basicamente se consome neste estabelecimento pelo prazer em estar com quem se está e onde se está, consumindo o que o *locus*

tem, por excelência, para oferecer. A escolha da bebida poderá revelar-se, assim, mais como uma consequência "normal" proveniente do tipo de estabelecimento, do que como uma causa da frequência deste estabelecimento.

O consumo por excelência

Podemos então concluir, como já fomos referindo, que a frequência da clientela, aqui, está muito aliada a grandes motivos, todos situados no âmbito do social, na medida que integram relações sociais, embora de vária ordem; referimo-nos a motivos profissionais, afectivos ou turísticos, ressaltando daqui, por conseguinte, sociabilidades também de vária ordem: profissionais e sociabilidades afectivas (enamoramento, amizade, camaradagem).

É evidente que todos esses motivos podem ainda confundir-se ou completar-se por um outro, que é a pura fruição de um momento, que a pretexto de uma bebida se vive num espaço determinado. O convívio, o gosto da bebida, raramente traduzido em ritual, e o pretexto de dar a conhecer um produto que adquiriu estatuto de símbolo identificador da cidade num espaço requintado são motivos transversais não só entre si como também aos anteriores.

Seja como for, tudo parece apontar para um encontro marcado num local, que se apresenta com características de espaço tendencialmente fechado, na medida que se situa num recanto da Quinta da Macieirinha, pouco conhecida

dada a sua "invisibilidade" para quem desconheça a sua existência (situa-se no fundo de uma rua estreita sem saída).

7.3. Caracterização socioprofissional dos frequentadores-consumidores

Indicadores como o sexo, a idade e o tipo de trajectória social dos frequentadores-consumidores, validam a emergência de traços diferentes, sociais e económicos, reflectidos na caracterização social do próprio espaço em si, isto é, do *locus* de observação. Por conseguinte, emergem assim, nestas plataformas empíricas, diferentes potencialidades de apropriação do espaço consoante o próprio espaço em si, bem como diferentes tipos de redes de sociabilidades vividas. Por este motivo, torna-se basilar proceder a uma caracterização geral dos frequentadores-consumidores, com o intuito de traçar os seus perfis sociais.

7.3.1. Para uma primeira aproximação ao perfil social dos frequentadores inquiridos

Começaríamos, então, por confirmar o predomínio do género masculino em todos os estabelecimentos, como já havíamos observado no sub-capítulo precedente. Na casa Valente, por exemplo, só foram inquiridos homens, e no Túnel, apenas 6% de mulheres, situação que em muito representa a realidade vivida naqueles espaços, tendo em conta os géneros. Dos restantes espaços, destaca-se o Jaime e a Soraya no respeitante à frequência feminina inquirida, contando, respectivamente com 19% e 25% – Quadro 7.1

Quanto aos outros estabelecimentos, Jaime e Soraya, pelo plano de observação montado e como já referido no momento anterior, ficou claro que não impera, de todo, a população feminina, sendo mesmo exígua. Assim, esta limita-se, na sua maioria, ao período matinal para pequeno-almoço, após o almoço para café, e por vezes a meio da tarde para um lanche. Contudo, nestes estabelecimentos, a maioria da população feminina foi inquirida ao fim-de-

semana, normalmente ao Domingo. Aqui a mancha feminina que se fazia sentir, estava acompanhada pelo cônjuge/familiar.

Quadro 7.1 – Distribuição do género dos frequentadores-consumidores segundo os estabelecimentos

Sexo	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Masculino	90,2	100,0	94,0	81,0	75,0	98,5
Feminino	9,8		6,0	19,0	25,0	1,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CSRV [Inquérito *Consumos, Sociabilidades e Representações em torno do Vinho*, 2001]

De realçar, a exígua franja feminina inquirida no Solar (1.5%). Neste estabelecimento, este género está, sem dúvida, sub representado, tendo em conta as observações aí incididas, de forma sistemática pelo período de um ano, no que respeita aos frequentadores por género – Quadro 7.1. Verificou-se que a população feminina, não sendo maioritária na clientela deste estabelecimento, faz-se sentir, o que não ficou traduzido pela amostra inquirida.

Quadro 7.2 – Distribuição dos grupos etários dos frequentadores-consumidores segundo os estabelecimentos

Grupos etários	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
18-25 anos	7,4%		2,4%	4,8%	2,4%	33,3%
26-35 anos	16,7%	12,3%	8,3%	28,6%	10,7%	25,0%
36-45 anos	26,3%	27,7%	28,6%	19,0%	38,1%	15,0%
46-55 anos	24,9%	21,5%	34,5%	21,4%	26,2%	18,3%
56-65 anos	13,5%	20,0%	17,9%	13,1%	10,7%	5,0%
Mais de 65 anos	11,1%	18,5%	8,3%	13,1%	11,9%	3,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

No Valente, no Túnel e na Soraya prevalecem os grupos etários dos 36-45 anos e 46-55 anos, alargando-se esta dominância ao grupo anterior, dos 26-35 anos no Jaime. Pelo contrário, no Solar, é nítida a prevalência de clientes mais jovens, realçando-se os dois primeiros grupos etários – dos 18-25 anos e dos 26-35 anos – Quadro 7.2. Esta situação reflecte-se, forçosamente na média etária dos clientes que incide nos 50 anos (Valente) ou muito próximo disso

(Túnel, Jaime e Soraya) por oposição a uma média etária mais baixa no Solar (36 anos). Contudo, é aqui que se situa, com forte afastamento dos demais estabelecimentos, o inquirido mais velho e também o mais novo, respectivamente de 85 e de 18 anos – Quadro 7.3

Quadro 7.3 – Medidas estatísticas relativas às frequências etárias dos frequentadores-consumidores dos estabelecimentos

	Estabelecimento					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Média	46,23	50,94	48,85	46,26	47,37	35,85
Mediana	45,00	50,00	48,50	44,00	45,00	32,00
Desvio-Padrão	14,07	13,89	11,49	14,78	12,28	14,20
Amplitude	67	53	53	57	60	67
Mínimo	18	26	22	22	19	18
Máximo	85	79	75	79	79	85

Fonte: CSRV, 2001.

Observando a amplitude etária constata-se a existência de um largo espectro de idades para todos os estabelecimentos, se bem que seja no Solar que se situa a maior diferença entre as idades mínima e máxima. Ainda assim podemos concluir duma clientela mais envelhecida nos estabelecimentos dos Centros Históricos, o que também se revela congruente com o envelhecimento da população nos próprios Centros Históricos. O desvio-padrão face à idade corrobora precisamente aquela ideia, acentuando ainda mais a diferença etária entre os estabelecimentos dos quatro primeiros Tipos-ideias e o do quinto Tipo.

Quadro 7.4 - Distribuição do estado civil dos frequentadores-consumidores por estabelecimentos

	Estabelecimento					
Estado Civil	**Global**	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Solteiro	21,2%	21,5%	14,3%	19,0%	8,3%	51,7%
Casado/união de facto	68,2%	56,9%	79,8%	66,7%	84,5%	43,3%
Divorciado/separado	6,4%	12,3%	3,6%	9,5%	2,4%	5,0%
Viúvo	4,2%	9,2%	2,4%	4,8%	4,8%	
Outro						
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Também no que respeita ao estado civil, encontramos o esboço de uma fronteira entre os quatro primeiros tipos e o último. Neste, o Solar, prevalecem os solteiros, imediatamente seguidos, de perto, dos casados/união de facto

(respectivamente 51.7 e 43.3%); nos restantes tipos, prevalecem largamente os casados/união de facto seguidos de longe dos solteiros – Quadro 7.4.

Uma vez que estamos perante um tipo de população cuja maioria pertence aos escalões etários situados já na segunda metade da sua trajectória de vida, mostrou-se pertinente perceber qual a dimensão média das unidades familiares dos frequentadores, que admitimos, à partida, ser reduzida. Para tal, seguimos as linhas tipológicas apresentadas por Mário Leston Bandeira[1053] e Ana Nunes de Almeida *et al.*[1054], cujos trabalhos, por sua vez, adoptam "nas suas grandes linhas a tipologia de Laslett/Hammel" [1055], no que refere ao traçado dos tipos estruturais de famílias. Assim, tal como Ana Nunes de Almeida *et al*, considerámos que a unidade de análise é a unidade doméstica "co-residente"[1056]. Contudo, adoptaremos a expressão unidade doméstica, preterindo a de grupo doméstico, uma vez que no conjunto dos inquiridos estão presentes pessoas isoladas, vivendo sós. A este respeito, relativamente à pertinência da diferença entre unidade doméstica e grupo doméstico, retenha-se as palavras de Mário Leston Bandeira que considera que "na medida em que as pessoas isoladas constituem também uma estrutura doméstica e familiar, a designação de *unidade doméstica* parece ser mais adequada do que a de *grupo doméstico*, para significar a totalidade das estruturas familiares."[1057]

Com base, então, em todos estes contributos, categorizámos a dimensão da família e estruturámos dois tipos de categorias do agregado doméstico, que denominámos de Tipo I e Tipo II de agregado doméstico – Anexos 5.3 e 5.4.

[1053] Mário Leston Bandeira, *Demografia e Modernidade. Família e Transição demográfica em Portugal*, Imprensa Nacional Casa da Moeda, 1996.

[1054] Ana Nunes de Almeida et al, "Relações familiares: mudanças e diversidade", in José Manuel Leite Vargas, António Firmino da Costa (org.), *Portugal, que Modernidade?*, Oeiras, Celta, 1998, pp.43-78.

[1055] Ana Nunes de Almeida et al, "Relações familiares: mudanças e diversidade", cit, p. 49 e Mário Leston Bandeira, *Demografia e Modernidade*, cit., p. 355. Pelo Anexo 5.2. podem ser confrontados os grandes tipos familiares estruturais apresentados por cada um dos autores respectivamente nas pp. 48-48 e 355-367.

[1056] Ana Nunes de Almeida e tal, "Relações familiares: mudanças e diversidade", cit, p. 49.

[1057] Mário Leston Bandeira, *Demografia e Modernidade*, cit., p. 359, nota 2.

Quadro 7.5 - Distribuição da dimensão da unidade doméstica dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Dimensão da família	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Isolados	13,5%	27,7%	9,5%	13,1%	9,5%	10,0%
Famílias reduzidas	75,9%	64,6%	82,1%	72,6%	77,4%	81,7%
Famílias medianas	9,5%	6,2%	8,3%	11,9%	13,1%	6,7%
Famílias numerosas	1,1%	1,5%		2,4%		1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.6 - Distribuição da Tipologia I da unidade doméstica dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Tipo de unidade doméstica	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Pessoas sós	13,5%	27,7%	9,5%	13,1%	9,5%	10,0%
Várias pessoas (sem estrutura conjugal)	1,6%	1,5%	2,4%			5,0%
Casais sem filhos (sem outros)	24,7%	26,2%	29,8%	22,6%	20,2%	25,0%
Casais com filhos (sem outros)	47,7%	30,8%	52,4%	46,4%	59,5%	45,0%
Pai/Mãe com filhos (sem outros)	5,0%	6,2%	6,0%	4,8%		10,0%
Famílias simples alargadas	6,1%	6,2%		9,5%	9,5%	5,0%
Famílias múltiplas	1,3%	1,5%		3,6%	1,2%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Em todos os estabelecimentos, a maioria dos indivíduos insere-se em famílias pouco numerosas, reduzidas, vivendo em casal com filhos mas sem outros familiares, tratando-se, por conseguinte de famílias simples, segundo a tipologia adoptada – Quadros 7.5 e 7.6 e Anexos 5.5, 5.6. De realçar apenas a casa Valente para a qual os clientes que vivem sós, portanto sem núcleo familiar e pertencendo a uma unidade doméstica isolada, atingem um valor superior a um quarto dos respondentes, apresentando-se como segundo valor com mais significado estatístico para este conjunto de indivíduos. Pela média etária encontrada no Valente, e pelo facto de ser, de entre todos os estabelecimentos, aquele que concentra maior número de inquiridos idosos, admitimos que, neste estabelecimento, os inquiridos que não têm núcleo familiar são, basicamente, viúvos e idosos. Contudo, pelos Quadros 7.7 e 7.8 percebe-se, claramente, que no Valente, a maior parte dos inquiridos sem núcleo familiar, sendo idosos (mais de 55 anos) distribuem-se quase

equitativamente pelas três categorias possíveis: divorciados/separados, viúvos e solteiros, não sobressaindo nenhuma em particular.

Quadro 7.7 – Tipologia II da unidade doméstica dos frequentadores-consumidores dos estabelecimentos por grupo etário

Estabelecimento			Grupos etários						
			18-25 Anos	26-35 Anos	36-45 Anos	46-55 Anos	56-65 Anos	Mais de 65 Anos	Total
Valente	Tipo II da unidade doméstica	Sem núcleo familiar			3,1%	9,2%	6,2%	10,8%	29,2%
		Famílias simples		9,2%	23,1%	9,2%	13,8%	7,7%	63,1%
		Famílias complexas		3,1%	1,5%	3,1%			7,7%
	Total			12,3%	27,7%	21,5%	20,0%	18,5%	100,0%
Túnel	Tipo II da unidade doméstica	Sem núcleo familiar		3,6%	1,2%	3,6%	3,6%		11,9%
		Famílias simples	2,4%	4,8%	27,4%	31,0%	14,3%	8,3%	88,1%
	Total		2,4%	8,3%	28,6%	34,5%	17,9%	8,3%	100,0%
Jaime	Tipo II da unidade doméstica	Sem núcleo familiar		3,6%	1,2%		3,6%	4,8%	13,1%
		Famílias simples	3,6%	21,4%	13,1%	19,0%	9,5%	7,1%	73,8%
		Famílias complexas	1,2%	3,6%	4,8%	2,4%		1,2%	13,1%
	Total		4,8%	28,6%	19,0%	21,4%	13,1%	13,1%	100,0%
Soraya	Tipo II da unidade doméstica	Sem núcleo familiar		1,2%	2,4%	1,2%		4,8%	9,5%
		Famílias simples	2,4%	7,1%	31,0%	22,6%	10,7%	6,0%	79,8%
		Famílias complexas		2,4%	4,8%	2,4%		1,2%	10,7%
	Total		2,4%	10,7%	38,1%	26,2%	10,7%	11,9%	100,0%
Solar	Tipo II da unidade doméstica	Sem núcleo familiar	5,0%	5,0%	3,3%	1,7%			15,0%
		Famílias simples	26,7%	20,0%	10,0%	16,7%	5,0%	1,7%	80,0%
		Famílias complexas	1,7%		1,7%			1,7%	5,0%
	Total		33,3%	25,0%	15,0%	18,3%	5,0%	3,3%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Curiosamente, o Solar, ao contrário do Valente, concentra a maior parte dos inquiridos sem núcleo familiar nas franjas mais jovens e solteiros, o que indica estarmos perante lógicas de vida bastante diferentes. Nos restantes estabelecimentos não se registam particularidades especiais, verificando-se uma certa dispersão em torno da generalidade das células. Ainda assim, sublinhamos o impacto dos que, não tendo núcleo familiar, são viúvos idosos no Jaime e na Soraya.

Quadro 7.8 – Tipologia II da unidade doméstica dos frequentadores-consumidores dos estabelecimentos por estado civil

Estabelecimento			Estado civil				Total
			Solteiro	Casado/união de facto	Divorciado /separado	Viúvo	
Valente	Tipo II unidade doméstica	Sem núcleo familiar	9,2%		10,8%	9,2%	29,2%
		Famílias simples	10,8%	50,8%	1,5%		63,1%
		Famílias complexas	1,5%	6,2%			7,7%
	Total		21,5%	56,9%	12,3%	9,2%	100,0%
Túnel	Tipo II unidade doméstica	Sem núcleo familiar	7,1%		3,6%	1,2%	11,9%
		Famílias simples	7,1%	79,8%		1,2%	88,1%
	Total		14,3%	79,8%	3,6%	2,4%	100,0%
Jaime	Tipo II unidade doméstica	Sem núcleo familiar	3,6%		6,0%	3,6%	13,1%
		Famílias simples	9,5%	59,5%	3,6%	1,2%	73,8%
		Famílias complexas	6,0%	7,1%			13,1%
	Total		19,0%	66,7%	9,5%	4,8%	100,0%
Soraya	Tipo II unidade doméstica	Sem núcleo familiar	2,4%		2,4%	4,8%	9,5%
		Famílias simples	3,6%	76,2%			79,8%
		Famílias complexas	2,4%	8,3%			10,7%
	Total		8,3%	84,5%	2,4%	4,8%	100,0%
Solar	Tipo II unidade doméstica	Sem núcleo familiar	11,7%		3,3%		15,0%
		Famílias simples	38,3%	40,0%	1,7%		80,0%
		Famílias complexas	1,7%	3,3%			5,0%
	Total		51,7%	43,3%	5,0%		100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Tendo presente que o tipo de capitalização escolar é passível de se traduzir num lugar de classe projectado no espaço social, tornou-se imperativo perceber qual o nível de escolaridade que, tendencialmente, caracteriza a população inquirida. Para além disso, funciona como um "indicador privilegiado para avaliar o sentido e o alcance dos processos de transformação social"[1058].

Apesar de estarmos perante uma população que, na sua maioria, se encontra na segunda metade da sua trajectória de vida, equacionamos o facto desta ainda não ter sido alvo das políticas educativas tendentes ao aumento e generalização da escolaridade, nomeadamente da escolaridade mínima.

[1058] Fernando Luís Machado e António Firmino da Costa, "Processos de modernidade acabada", in José Manuel Leite Viegas e António Firmino da Costa (Org.), *Portugal, que Modernidade?* Celta, Oeiras, 1998, p. 24.

Quadro 7.9 - Distribuição do nível de escolaridade dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Escolaridade do Próprio	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não sabe ler nem escrever	2.1%	9.2%		2.4%		
Sabe ler e escrever sem grau de ensino	3.4%	7.7%	6.0%	2.4%	1.2%	
1º ciclo	41.6%	53.8%	58.3%	39.3%	47.6%	
2º ciclo	17.5%	21.5%	15.5%	27.4%	19.0%	
3º Ciclo	14.3%	7.7%	15.5%	17.9%	16.7%	11.7%
Ensino secundário	10.1%		2.4%	8.3%	13.1%	30.0%
Curso médio	1.3%		1.2%	1.2%		5.0%
Curso superior	9.3%		1.2%	1.2%	2.4%	51.7%
Mestrado ou equivalente	.3%					1.7%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

Neste contexto, a categoria remetente para o analfabetismo, revela-se como um forte indicador. Sublinhe-se, a este nível, o valor ainda elevado dos inquiridos que, no Valente, não sabem ler nem escrever (9,2%). Contudo, como se pode constatar, o analfabetismo é existente ainda no Jaime (2,4%) e nulo nos restantes estabelecimentos – Quadro 7.9.

Ora, sabendo previamente que é na Casa Valente que se regista a maior média etária, e sabendo que as mais elevadas taxas de analfabetismo se aplicam às populações mais envelhecidas, não tendo estas sido abrangidas pelos processos de alfabetização em curso principalmente após o 25 de Abril de 1974, percebe-se a retenção de um valor mais elevado neste estabelecimento, que se vai revelando de cariz eminentemente popular.

Se a esta realidade encontrada, se adicionarem os indivíduos que sabem ler e escrever mas não têm grau de ensino, e tivermos em linha de conta a exiguidade de representação nos escalões mais elevados de escolaridade, percebemos que os inquiridos não ostentam um capital escolar significativo, o que não representa uma mais valia significativa em termos de mercado de emprego. Por conseguinte, isso ir-se-á reflectir no lugar de classe individual, numa primeira instância e no lugar de classe de família se situação semelhante for encontrada por via da conjugalidade.

Vale a pena relacionarmos o grupo etário do inquirido e o nível de escolaridade obtido. É com bastante nitidez que ressalta a nulidade de jovens, (grupo etário dos 18-35 anos) nas categorias que não têm grau de ensino, alargando-se esse espectro etário em alguns estabelecimentos, como é o caso do Jaime (até aos 45 anos), da Soraya (até aos 65 anos) e do Solar (nenhum grupo etário); em contrapartida, estas categorias sem grau de ensino incidem particularmente na população mais idosa ou quase – Quadros 7.10 A a E

Quadro 7.10 A - Nível de escolaridade dos frequentadores-consumidores por grupos etários no estabelecimento Valente

Nível de escolaridade		Grupos etários					Total
		26-35 Anos	36-45 Anos	46-55 Anos	56-65 Anos	Mais de 65 Anos	
Valente	Não sabe ler nem escrever			1,5%	4,6%	3,1%	9,2%
	Sabe ler e escrever sem grau de escolaridade		1,5%		1,5%	4,6%	7,7%
	1º ciclo	3,1%	18,5%	10,8%	12,3%	9,2%	53,8%
	2º ciclo	7,7%	4,6%	6,2%	1,5%	1,5%	21,5%
	3º Ciclo	1,5%	3,1%	3,1%			7,7%
	Total	12,3%	27,7%	21,5%	20,0%	18,5%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.10 B - Nível de escolaridade dos frequentadores-consumidores por grupos etários no estabelecimento Túnel

Nível de escolaridade		Grupos etários						Total
		18-25 Anos	26-35 Anos	36-45 Anos	46-55 Anos	56-65 Anos	Mais de 65 Anos	
Túnel	Sabe ler e escrever sem grau de escolaridade			2,4%	2,4%	1,2%		6,0%
	1º ciclo		1,2%	9,5%	28,6%	11,9%	7,1%	58,3%
	2º ciclo	2,4%	1,2%	8,3%		3,6%		15,5%
	3º Ciclo		4,8%	6,0%	3,6%		1,2%	15,5%
	Ensino secundário			2,4%				2,4%
	Curso médio		1,2%					1,2%
	Curso superior					1,2%		1,2%
	Total	2,4%	8,3%	28,6%	34,5%	17,9%	8,3%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.10 C - Nível de escolaridade dos frequentadores-consumidores por grupos etários no estabelecimento Jaime

Nível de escolaridade		Grupos etários						Total
		18-25 Anos	26-35 Anos	36-45 Anos	46-55 Anos	56-65 Anos	Mais de 65 Anos	
Jaime	Não sabe ler nem escrever					2,4%		2,4%
	Sabe ler e escrever sem grau de escolaridade				1,2%		1,2%	2,4%
	1º ciclo		4,8%	4,8%	16,7%	4,8%	8,3%	39,3%
	2º ciclo		11,9%	10,7%	2,4%		2,4%	27,4%
	3º Ciclo	2,4%	8,3%	2,4%		3,6%	1,2%	17,9%
	Ensino secundário	2,4%	2,4%	1,2%	1,2%	1,2%		8,3%
	Curso médio		1,2%					1,2%
	Curso superior					1,2%		1,2%
	Total	4,8%	28,6%	19,0%	21,4%	13,1%	13,1%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.10 D - Nível de escolaridade dos frequentadores-consumidores por grupos etários no estabelecimento Soraya

Nível de escolaridade		Grupos etários						Total
		18-25 Anos	26-35 Anos	36-45 Anos	46-55 Anos	56-65 Anos	Mais de 65 Anos	
Soraya	Sabe ler e escrever sem grau de escolaridade						1,2%	1,2%
	1º ciclo		1,2%	11,9%	17,9%	7,1%	9,5%	47,6%
	2º ciclo	1,2%	1,2%	11,9%	3,6%	1,2%		19,0%
	3º Ciclo		2,4%	8,3%	2,4%	2,4%	1,2%	16,7%
	Ensino secundário	1,2%	4,8%	4,8%	2,4%			13,1%
	Curso superior		1,2%	1,2%				2,4%
	Total	2,4%	10,7%	38,1%	26,2%	10,7%	11,9%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.10 E - Nível de escolaridade dos frequentadores-consumidores por grupos etários no estabelecimento Solar

Nível de escolaridade		Grupos etários						Total
		18-25 Anos	26-35 Anos	36-45 Anos	46-55 Anos	56-65 Anos	Mais de 65 Anos	
Solar	3º Ciclo	5,0%	1,7%			5,0%		11,7%
	Ensino secundário	18,3%	1,7%	3,3%	5,0%		1,7%	30,0%
	Curso médio		1,7%		1,7%		1,7%	5,0%
	Curso superior	10,0%	20,0%	10,0%	11,7%			51,7%
	Mestrado ou equivalente			1,7%				1,7%
	Total	33,3%	25,0%	15,0%	18,3%	5,0%	3,3%	100,0 %

Fonte: CSRV, 2001.

Nos quatro primeiros Tipos, a maioria dos inquiridos completou apenas o 1º ciclo do ensino básico (primário, 4ª classe ou equivalente), detectando-se entre estes uma maior proximidade entre os inquiridos do Valente e os do

Túnel (53,8% e 58,3% respectivamente). Para todos estes estabelecimentos, o grau de ensino que imediatamente se segue, apesar de, com alguma distância, é o 2º ciclo do ensino básico (6º ano, 2º ano do ciclo preparatório ou equivalente). Contudo, entre estes quatro Tipos imperam algumas diferenças no que respeita aos graus de escolaridade. Em contrapartida, o Solar distancia-se nitidamente daqueles estabelecimentos, uma vez que a escolaridade dos seus clientes se cinge às categorias relativas a uma escolaridade superior, destacando-se aqui mais de metade de clientes com curso superior. Confrontando o Solar com o Valente, ressalta uma situação interessante que reforça, inclusivamente, a oposição entre estes dois espaços; referimo-nos à coincidência entre o patamar superior que no Valente é atingido pelos seus frequentadores inquiridos e o inferior relativo aos inquiridos do Solar. Isto é, o grau de ensino máximo obtido pelos inquiridos do Valente coincide com o grau de ensino mínimo que atingem os do Solar – o 3º ciclo.

Quadro 7.11 – Grau de escolaridade do cônjuge por estabelecimento

Escolaridade do cônjuge	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não sabe ler nem escrever	5.5%	9.5%	7.2%	5.0%	4.1%	
Sabe ler e escrever sem grau de escolaridade	3.7%	4.8%	2.9%	3.3%	4.1%	3.8%
1º ciclo	51.3%	66.7%	66.7%	51.7%	45.9%	
2º ciclo	14.8%	11.9%	4.3%	20.0%	24.3%	7.7%
3º Ciclo	8.9%	7.1%	7.2%	10.0%	10.8%	7.7%
Ensino secundário	7.7%		7.2%	8.3%	9.5%	15.4%
Curso médio	1.5%					15.4%
Curso superior	5.9%		4.3%		1.4%	46.2%
Mestrado ou equivalente	.4%			1.7%		
Doutoramento	.4%					3.8%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

No que respeita à escolaridade dos cônjuges, o panorama não muda, mantendo-se, por um lado uma similitude entre os quatro primeiros Tipos e por outro, uma fronteira face ao último Tipo. Contudo, agora, o analfabetismo encontra valores com significado estatístico em todas as casas, com excepção no Solar, que não regista nenhum caso e aumenta também o conjunto dos inquiridos cujos cônjuges não têm qualquer grau de ensino – característica

transversal a todos os estabelecimentos – Quadro 7.11. Estamos, por conseguinte, perante similitudes e fronteiras simbólicas que adquirem maior expressão quando nos debruçamos na escolaridade da geração anterior, encontrando-se, para todos os casos, valores superiores aos apresentados pelos inquiridos no que respeita às duas primeiras categorias destituídas de literacia e de graus de escolaridade respectivamente. Isso fica a dever-se a um aumento no grau de escolaridade reflectido nas gerações descendentes.

Quadro 7.12 - Distribuição do nível de escolaridade da mãe dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Escolaridade da mãe	Estabelecimento					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Não sabe ler nem escrever	30.3%	51.9%	48.6%	29.1%	24.1%	
Sabe ler e escrever sem grau de escolaridade	6.8%	9.6%	10.0%	3.8%	10.1%	
1º ciclo	47.6%	38.5%	35.7%	58.2%	60.8%	38.3%
2º ciclo	1.5%		2.9%	2.5%		1.7%
3º Ciclo	4.1%			1.3%	1.3%	20.0%
Ensino secundário	5.3%		1.4%	3.8%	1.3%	21.7%
Curso médio	1.8%				1.3%	8.3%
Curso superior	2.6%		1.4%	1.3%	1.3%	10.0%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

Como se pode verificar, mais de metade das mães dos inquiridos do Valente (51,9%) e quase metade das mães dos clientes do Túnel (48,6%) não sabe ler nem escrever, acrescendo ainda o facto de, para todas as casas, na geração anterior, ser superior o analfabetismo feminino ao masculino – Quadro 7.12. Ora, estamos perante um factor de raiz estrutural. Veja-se os níveis elevados de analfabetismo que ainda hoje se mantém no nosso país[1059], apesar de mais incidentes em décadas anteriores, na população feminina, uma vez que na actualidade, se assistir a uma reconfiguração destas tendências[1060].

[1059] O valor do conjunto da população analfabeta em Portugal em 1991 cifra-se em 11%. Cf. Fernando Luís Machado e António Firmino da Costa, "Processos de modernidade acabada", cit., p. 24.

[1060] Cf. Entre outros, Fernando Luís Machado e António Firmino da Costa, "Processos de modernidade acabada", cit.; João Ferrão, "Evolução e estrutura regional das classes sociais em Portugal (1960-70), in *Finisterra*, XVII, nº 34, Lisboa, 1982; João Ferrão, "Recomposição social e estruturas regionais de classes (1970-81), in *Análise Social*, vol. XXI (87-88-89), 1985; António Barreto, *A Situação Social em Portugal (1960-1995)*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais, 1996; João Ferrão, *A Demografia Portuguesa*, Cadernos do Público, 1996.

Na análise às mães dos inquiridos, torna-se claro um movimento de ascensão escolar protagonizados pela geração dos inquiridos, tanto mais acentuado quanto mais jovens forem. Sublinhe-se, a este propósito, o acréscimo de cursos superiores contabilizados nos inquiridos do Solar, por exemplo.

A escolaridade paterna também não foge à regra, seguindo de perto o mesmo padrão encontrado para as mães dos inquiridos – Quadro 7.13.

Quadro 7.13 - Distribuição do nível de escolaridade do pai dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Escolaridade do pai	Estabelecimento					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Não sabe ler nem escrever	15.2%	27.7%	19.7%	16.9%	13.9%	
Sabe ler e escrever sem grau de escolaridade	9.1%	17.0%	18.2%	7.8%	5.1%	
1º Ciclo	56.7%	53.2%	53.0%	62.3%	72.2%	35.6%
2º Ciclo	1.8%		1.5%	3.9%		3.4%
3º Ciclo	4.3%	2.1%		2.6%	2.5%	15.3%
Ensino secundário	5.2%		4.5%	2.6%	3.8%	15.3%
Curso médio	.9%			1.3%		3.4%
Curso superior	6.4%		3.0%	2.6%	2.5%	25.4%
Mestrado ou equivalente	.3%					1.7%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

A larga maioria dos indivíduos exerce profissão, ultrapassando largamente os 50% em todos os estabelecimentos, tal como os respectivos cônjuges – Quadros 7.14, 7.15 e 7.16. A reforma é a condição perante o trabalho que se segue em termos de expressividade para os quatro primeiros tipos. No V Tipo, Solar do Vinho do Porto, a categoria de reformado não adquire grande expressão, ao contrário do que acontece com os estudantes (15%).

Quadro 7.14 - Distribuição da condição perante o trabalho dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Condição perante o trabalho do Próprio	Estabelecimento					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Exerce profissão	73,2%	61,5%	77,4%	75,0%	73,8%	76,7%
Ocupa-se das tarefas do lar	,5%				1,2%	1,7%
Estudante	2,9%			1,2%	1,2%	15,0%
Incapacitado perante o trabalho	2,9%	4,6%	7,1%	2,4%		
À procura do 1º emprego	,3%					1,7%
Desempregado	4,0%	6,2%	3,6%	3,6%	6,0%	
Reformado	16,2%	27,7%	11,9%	17,9%	17,9%	5,0%
Serviço Militar						
Outra						
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Já tivemos oportunidade de referir que a maioria dos inquiridos se situa na segunda metade da sua trajectória de vida, sem que, contudo, se enquadrem forçosamente na terceira idade. Assim, não sendo maioritariamente composta por idosos, a nossa população encontra-se ainda em idade activa, pelo que, só poderia prevalecer o exercício de profissão para o seu conjunto. Ainda assim, consideramos que o conjunto dos reformados expressam um forte significado, sendo mais acutilante no Valente, onde esta categoria atinge um valor superior a um quarto no seu conjunto (27,7%), 24,7% dos quais se integram no grupo etário dos 56 e mais anos – Quadro 7.16

Quadro 7.15 - Condição perante o trabalho dos frequentadores-consumidores por grupos etários e por estabelecimento

Identificação da casa			Grupos etários						Total
			18-25 anos	26-35 anos	36-45 anos	46-55 anos	56-65 anos	Mais de 65 anos	
Valente	Condição perante o trabalho	Exerce profissão		12,3%	24,6%	15,4%	9,2%		61,5%
		Incapacitado perante o trabalho			1,5%		3,1%		4,6%
		Desempregado			1,5%	3,1%	1,5%		6,2%
		Reformado				3,1%	6,2%	18,5%	27,7%
	Total			12,3%	27,7%	21,5%	20,0%	18,5%	100,0%
Túnel	Condição perante o trabalho	Exerce profissão	2,4%	8,3%	23,8%	31,0%	11,9%		77,4%
		Incapacitado perante o trabalho			2,4%	1,2%	3,6%		7,1%
		Desempregado			2,4%	1,2%			3,6%
		Reformado				1,2%	2,4%	8,3%	11,9%
	Total		2,4%	8,3%	28,6%	34,5%	17,9%	8,3%	100,0%
Jaime	Condição perante o trabalho	Exerce profissão	4,8%	23,8%	19,0%	17,9%	8,3%	1,2%	75,0%
		Estudante		1,2%					1,2%
		Incapacitado perante o trabalho				1,2%	1,2%		2,4%
		Desempregado		3,6%					3,6%
		Reformado				2,4%	3,6%	11,9%	17,9%
	Total		4,8%	28,6%	19,0%	21,4%	13,1%	13,1%	100,0%
Soraya	Condição perante o trabalho	Exerce profissão	1,2%	10,7%	33,3%	22,6%	4,8%	1,2%	73,8%
		Ocupa-se das tarefas do lar			1,2%				1,2%
		Estudante	1,2%						1,2%
		Desempregado			3,6%	1,2%	1,2%		6,0%
		Reformado				2,4%	4,8%	10,7%	17,9%
	Total		2,4%	10,7%	38,1%	26,2%	10,7%	11,9%	100,0%
Solar	Condição perante o trabalho	Exerce profissão	16,7%	23,3%	15,0%	18,3%	1,7%	1,7%	76,7%
		Ocupa-se das tarefas do lar		1,7%					1,7%
		Estudante	15,0%						15,0%
		À procura do 1º emprego	1,7%						1,7%
		Reformado					3,3%	1,7%	5,0%
	Total		33,3%	25,0%	15,0%	18,3%	5,0%	3,3%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Relativamente aos cônjuges, a segunda categoria com mais expressão incide na ocupação das tarefas do lar (Valente: 34,9%; Túnel: 21,7%; Solar: 15,4%) e na condição de reforma (Jaime: 18,3% e Soraya: 14,7%). Perante o cruzamento entre a condição perante o trabalho do inquirido e a do cônjuge por um lado, e entre a condição perante o trabalho do pai e a da mãe, por

outro lado, confirmamos que ressaltam como condições perante o trabalho o exercício de profissão e a reforma em ambos os cruzamentos; consequentemente são os casais em que ambos os elementos se encontram em exercício profissional que prevalecem em todos os estabelecimentos, destacando-se o Jaime, Soraya e Solar em que esse valor ultrapassa a metade dos inquiridos (respectivamente 58.3%, 57.3% e 73.1%) – Anexo 5.7. Já no respeitante à geração anterior os valores predominantes são relativos a casais reformados, o que também se apresenta congruente com a idade desses indivíduos – Anexo 5.8. De notar, porém, o peso relativo dos indivíduos da geração anterior (mãe e pai do inquirido) que exercem profissão – Quadros 7.17 e 7.18. A este propósito, convém ter presente que toda a questão inerente à geração anterior, previa a possibilidade de resposta tendo em conta a última situação profissional dos referidos protagonistas, ainda que estes já tivessem falecido. Assim, os valores relativos ao exercício de profissão nem sempre significam exercício profissional actual, mas sim a última situação profissional actual ou em vida. Posto isto importaria ainda referir a expressão significativa dos que se ocupam das tarefas do lar, nomeadamente das mães dos inquiridos do Valente e do Solar que se cifram em valores que rondam ou ultrapassam, respectivamente, os 40%.

Quadro 7.16 - Distribuição da condição perante o trabalho do cônjuge dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Condição perante o trabalho do Cônjuge	Estabelecimento					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Exerce profissão	61,5%	41,9%	56,5%	63,3%	70,7%	76,9%
Ocupa-se das tarefas do lar	17,9%	34,9%	21,7%	13,3%	9,3%	15,4%
Estudante	,4%			1,7%		
Incapacitado perante o trabalho	,7%		1,4%		1,3%	
À procura do 1º emprego						
Desempregado	2,6%	2,3%	1,4%	3,3%	4,0%	
Reformado	16,8%	20,9%	18,8%	18,3%	14,7%	7,7%
Serviço Militar						
Outra						
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.17 - Distribuição da condição perante o trabalho da mãe dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Condição perante o trabalho da Mãe	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Exerce profissão	27,1%	16,9%	11,9%	38,1%	34,5%	33,3%
Ocupa-se das tarefas do lar	28,6%	38,5%	23,8%	26,2%	19,0%	41,7%
Incapacitado perante o trabalho	1,6%		1,2%		6,0%	
Desempregado	,3%					1,7%
Reformado	35,5%	27,7%	47,6%	34,5%	39,3%	23,3%
Não sabe	2,9%	9,2%	3,6%	1,2%	1,2%	
Não responde	4,0%	7,7%	11,9%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.18 - Distribuição da condição perante o trabalho do pai dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Condição perante o trabalho do Pai	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Exerce profissão	47,5%	32,3%	31,0%	67,9%	48,8%	56,7%
Incapacitado perante o trabalho	1,1%			3,6%	1,2%	
Desempregado	,5%		1,2%		1,2%	
Reformado	37,7%	27,7%	47,6%	25,0%	45,2%	41,7%
Não sabe	5,8%	18,5%	3,6%	3,6%	3,6%	1,7%
Não responde	7,4%	21,5%	16,7%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Vamos, de seguida, proceder à análise de correspondências múltiplas entre algumas variáveis que consideramos básicas. Trata-se de um método, também conhecido por "análise de homogeneidade[1061] (HOMALS)", que permite abordar e tratar simultaneamente vários indicadores e variáveis qualitativas[1062]. O recurso a este método surge como corolário lógico do que foi interpretado anteriormente por via de uma análise descritiva univariada ou cruzada das variáveis seleccionadas. Contudo, agora, é-nos dada a possibilidade de se

[1061] Helena Carvalho refere-se à homogeneidade "no sentido em que a proximidade de um certo número de categorias (de diferentes variáveis) induz a presença de indivíduos que partilham tendencialmente as mesmas características. Assim, a diferentes núcleos de homogeneidade correspondem grupos de indivíduos com perfis distintos, mas que coexistem, com maior ou menor proximidade, no mesmo espaço." Helena Carvalho, *Análise Multivariada de Dados Qualitativos. Utilização da HOMALS com o SPSS*, Lisboa, Sílabo, 2004, p. 22.

[1062] Helena Carvalho, *Análise Multivariada de Dados Qualitativos*, Cit., p. 10.

avançar para associações estabelecidas por "variáveis qualitativas (ou tratadas como tal)" num panorama interdependente[1063].

Esta análise, multivariada, permite-nos, então, "contemplar um número elevado de variáveis"[1064], cuja interdependência enriquece a nossa análise, através da sua configuração projectada num espaço. Os perfis socioprofissionais dos frequentadores-consumidores associados aos diferentes espaços semi-públicos aqui considerados, emergem nessas e através dessas configurações que "podem permitir identificar grupos de indivíduos que, coexistindo no mesmo espaço, partilham sistemas distintos de práticas, ou de estilos, ou de atitudes, ou de representações. Da análise do posicionamento relativo detido por esses grupos, decorre a possibilidade de se aferir sobre o tipo de relações estabelecidas entre eles."[1065] E, no âmbito desta pesquisa, que contempla precisamente práticas, atitudes e representações associadas a consumos vínicos em quotidianos semi-públicos, surge como pertinente o recurso complementar a este método de análise multivariada, como corolário do tratamento dos dados levantados empiricamente.

Após este intróito, procedamos, então, à análise dos resultados apresentados pelo Gráfico 7.1[1066], que nos permitem considerar como variáveis discriminantes da dimensão 1, para além da identificação da casa, os grupos etários que contém o mais forte valor discriminante nesta dimensão, para além ainda, embora com menor preponderância, do nível de escolaridade do inquirido, da sua condição perante o trabalho, e por fim, com alguma perda de capacidade discriminante, o estado civil. Enquanto que na dimensão 2, o estado civil é a variável que se apresenta com maior capacidade discriminante, para além dos grupos etários, condição perante o trabalho do inquirido, e o Tipo II de unidade doméstica.

Assim, na primeira dimensão emergem com nitidez dois pólos: no lado direito do plano situa-se a Casa Valente, associada que está aos clientes mais idosos, reformados, fortemente marcados por não investimento escolar; no lado

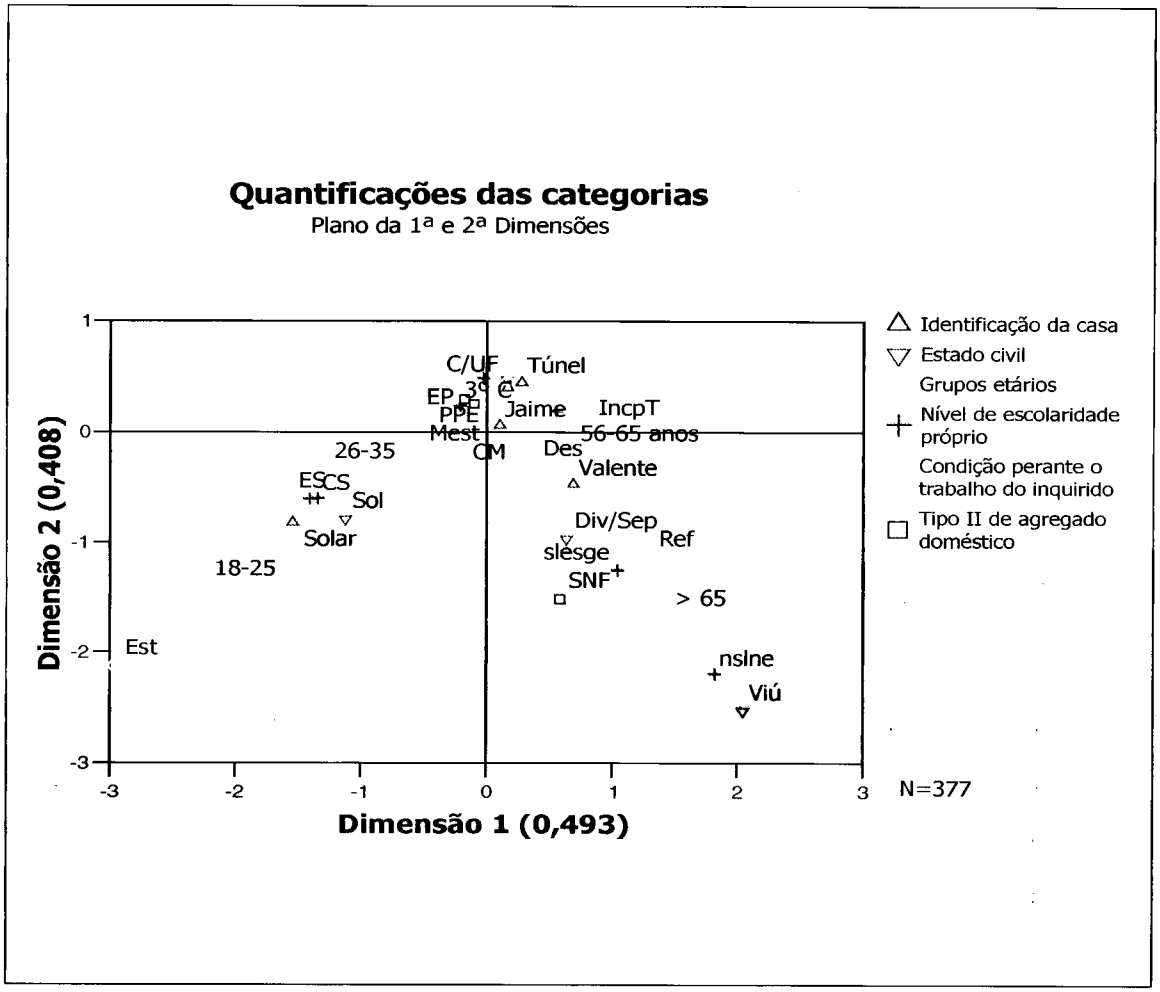
[1063] Helena Carvalho, *Análise Multivariada de Dados Qualitativos*, Cit., p. 10.
[1064] Helena Carvalho, *Análise Multivariada de Dados Qualitativos*, Cit., p. 16.
[1065] Helena Carvalho, *Análise Multivariada de Dados Qualitativos*, Cit., pp. 16-17.
[1066] O Anexo 5.9 apresenta os dados que suportam o Gráfico 7.1 e que permitem a análise qualitativa.

esquerdo do plano situa-se, em perfeita oposição aos do lado direito, o Solar do Vinho do Porto, associado a clientes mais jovens, solteiros, com fortes investimentos escolares, nomeadamente ao nível do curso superior. Repare-se que os estudantes são uma condição perante o trabalho que se enquadram também neste lado do plano, pelo que também se associam ao Solar. Ainda nesta dimensão, pode-se considerar que o Jaime, a Soraya e o Túnel, são espaços menos discriminados em função destas variáveis aqui associadas. Retenha-se a existência de categorias dentro das respectivas variáveis, que, pelo valor próprio ostentado (próximo de zero) em vez de traduzirem força discriminante, no sentido da separação nítida de fronteira, apresenta-se, pelo contrário, com um valor mais indiferenciado, atravessando, assim, transversalmente, o espaço dos indivíduos. Exemplos disso situam-se no estado de casado, 2 e 3º ciclos, exercício de profissão e 36-45 anos de idade.

Na segunda dimensão, claramente discriminada pelo estado civil, demarcam-se também dois pólos: no plano superior, associam-se os casados a adultos e adultos maduros, activos, e integrados em agregados familiares. No plano inferior podem ser associados os *sós* em termos de estado civil, isto é, viúvos, divorciados e solteiros a jovens e velhos, inactivos (estudantes e reformados) e sem núcleo familiar.

A finalizar esta análise, vale a pena referir a quase nula capacidade discriminativa do sexo, em ambas as dimensões. Isto acontece, precisamente, devido ao facto de predominarem largamente os inquiridos do sexo masculino em todos os estabelecimentos, o que impede o destaque de perfis específicos tendo em conta divergência de género.

Gráfico 7.1 – Análise de correspondências múltiplas



Estado Civil – **Sol** - Solteiro; **C/UF** - Casado/união de facto; **Div/Sep** - Divorciado/separado; **Viu** –Viúvo.
Nível de Escolaridade – **nsIne** - Não sabe ler nem escrever; **slesge** -Sabe ler e escrever sem grau de escolaridade; **1º c**-1º ciclo; **2ºc**-2º ciclo **3º C**-3º Ciclo **ES** -Ensino secundário; **CM** -Curso médio; **CS** - Curso superior; **Mest** - Mestrado ou equivalente; **Dout** - Doutoramento.
Condição errante o trabalho – EP -Exerce profissão; **OTLar** - Ocupa-se das tarefas do lar; **Est** - Estudante; **IncpT** -Incapacitado perante o trabalho; **PPE** - À procura do 1º emprego; **Dês** - Desempregado; **Ref** - Reformado **SMO** - Serviço militar obrigatório.
Tipo II do agregado doméstico – SNF -Sem núcleo familiar; **FS** - Famílias simples; **FC** - Famílias complexas.

7.3.2. Grupos de profissões: o esboço de um confronto

Uma vez que a profissão é um indicador de extrema importância em estudos que equacionem a pertinência do perfil socioprofissional do inquirido nas práticas socioculturais reveladas, somos levados a determo-nos nestes meandros, até pelo suporte teórico em que nos apoiámos nesta investigação. João Ferreira de Almeida, não será demais referir, tem vindo a defender, já desde longa data, a importância deste indicador, apesar das suas limitações.

Para o autor, o indicador socioprofissional, ainda que construído grosseiramente, continua a apresentar-se válido na pesquisa.[1067] Pesem embora as mudanças vividas, ou em curso, nas sociedades modernas, consideramos que estas ainda são marcadas pelo trabalho. Assim, admitimos que o trabalho/ocupação é uma dimensão básica da vida dos agentes sociais, contribuindo fortemente para a estruturação das restantes, na medida em que ainda é a variável que organiza, em primeira instância, a vida social, orientando práticas e condicionando projectos. Do trabalho decorre a inserção socioprofissional do agente bem como a pertença de classe, pelo que lhes atribuímos um claro dinamismo, também, na estruturação das suas práticas socioculturais. António Firmino da Costa também se posiciona desta forma[1068].

Assim, o grupo profissional permite-nos, desde logo, traçar um primeiro esboço do que iremos encontrar em termos de lugares de classe por onde se distribui a população alvo.

Quadro 7.19 – Grandes grupos profissionais dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Grande Grupo profissional do próprio	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Quadros superiores e dirigentes	3,9%		2,4%	1,2%	1,2%	20,4%
Especialistas das profissões intelectuais e científicas	6,6%		1,2%	2,4%	1,2%	40,8%
Outros técnicos e profissionais de nível intermédio	9,6%	1,5%	4,8%	10,8%	9,8%	26,5%
Pessoal administrativo com chefia ou similar	2,8%	1,5%	1,2%	1,2%	6,1%	4,1%
Outro pessoal administrativo	6,9%	6,2%	8,3%	4,8%	12,2%	
Pessoal dos serviços e vendedores com chefia ou similar	4,7%	3,1%	3,6%	3,6%	11,0%	
Outro pessoal dos serviços e vendedores	13,8%	13,8%	20,2%	13,3%	12,2%	6,1%
Trabalhadores qualificados da agricultura e pesca com chefia	,3%	1,5%				
Outros trabalhadores qualificados da agricultura e pesca	1,1%	4,6%		1,2%		
Operários e artífices com chefia ou similar	7,2%	7,7%	9,5%	9,6%	6,1%	
Outros operários e artífices	30,3%	46,2%	36,9%	32,5%	25,6%	2,0%
Operadores e trabalhadores de montagem com chefia e similar	,8%			2,4%	1,2%	
Outros operadores e trabalhadores de montagem	6,3%	7,7%	7,1%	9,6%	4,9%	
Outros trabalhadores não qualificados dos serviços/comércio	3,3%	4,6%	1,2%	2,4%	7,3%	
Outros trabalhadores não qualificados	2,5%	1,5%	3,6%	4,8%	1,2%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

[1067] João Ferreira de Almeida, *Classes Sociais nos Campos*, Lisboa, Edições do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 1986, p. 81.
[1068] António Firmino da Costa, *Sociedade de Bairro*, Oeiras, Celta, 1999, pp. 208-245.

Quadro 7.20 - Grandes grupos profissionais do cônjuge dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Grupo profissional do cônjuge	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Quadros superiores e dirigentes	,9%					9,1%
Especialistas das profissões intelectuais e científicas	5,0%			2,0%	1,4%	40,9%
Técnicos e profissionais de nível intermédio do ensino	1,8%		2,0%			13,6%
Outros técnicos e profissionais de nível intermédio	5,9%	3,6%	6,0%	2,0%	7,1%	13,6%
Pessoal administrativo com chefia ou similar	1,8%			2,0%	4,3%	
Outro pessoal administrativo	9,5%		14,0%	8,0%	12,9%	4,5%
Pessoal dos serviços e vendedores com chefia ou similar	3,6%	7,1%		8,0%	1,4%	4,5%
Outro pessoal dos serviços e vendedores	26,8%	28,6%	26,0%	28,0%	30,0%	13,6%
Outros trabalhadores qualificados da agricultura e pesca	,5%	3,6%				
Operários e artífices com chefia ou similar	2,3%		2,0%	4,0%	2,9%	
Outros operários e artífices	19,1%	32,1%	22,0%	24,0%	14,3%	
Operadores e trabalhadores de montagem com chefia e similar	,5%				1,4%	
Outros operadores e trabalhadores de montagem	3,2%	3,6%	2,0%		7,1%	
Outros trabalhadores não qualificados dos serviços/comércio	19,1%	21,4%	26,0%	22,0%	17,1%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Como podemos constatar pelo Quadro 7.19, de novo nos deparamos com uma fronteira simbólica entre os frequentadores dos quatro primeiros Tipos e os do quinto Tipo, prevalecendo nos primeiros os operários e artífices (46,2%, 36,9%, 32,5%, 25,6%), e no último os especialistas das profissões intelectuais e científicas (40,8%). Se juntarmos a estes os 20,4% relativos aos quadros superiores e dirigentes, obtemos 61,2% de clientes do Solar enquadrados nos grupos profissionais mais dotados quer em termos escolares quer em termos económicos, constituindo estas situações um valor nulo no Valente e quase residual no Túnel (3,6%), no Jaime (3,6%) e no Soraya (2,4%). Em contrapartida, nos primeiros quatro Tipos, são precisamente os serviços, administrativo e pessoal, e as vendas que absorvem com mais significado a maior parte dos restantes inquiridos. Por conseguinte, estamos perante uma assimetria que afasta as casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya do Solar, onde prevalecem, respectivamente, para cada lado da fronteira, grupos profissionais pouco ou nada dotados em termos de investimentos escolares e

económicos e grupos profissionais mais polarizados em torno dos diplomas feitos capital ou dos próprios investimentos económicos.

Trata-se de um panorama que não revela alteração em relação aos pais dos inquiridos – Quadro 7.22.

No que respeita ao cônjuge encontra-se uma maior dispersão face às mais significativas incidências, pese embora o facto de, também aqui, prevalecerem os grupos profissionais inseridos nos executantes da indústria, comércio e serviços nos primeiros quatro Tipos. No Solar, adquirem relevância as profissões intelectuais e científicas (40,9%), a que se seguem as profissões de teor técnico (27,2%) – Quadro 7.20.

Nos que respeita às mães dos inquiridos, o cenário muda, prevalecendo para todas as situações os grupos profissionais relacionados com o sector terciário. Contudo, esta similitude termina precisamente aí, uma vez que nos primeiros quatro Tipos sobressaem, na sua maioria, trabalhadores não qualificados, situação que não requer nem valoriza a escolaridade. Pelo contrário, no Solar, mais de metade das mães dos inquiridos integradas no sector terciário, categoriza-se nos grupos profissionais mais capitalizados quer em termos económicos quer em termos académicos, o que se traduz, por sua vez, em profissões de teor dirigente, intelectual, científico ou técnico, ascendendo o seu conjunto a 51,4% (valor obtido pelo somatório das quatro primeiras categorias, que são, afinal, as mais valorizadas em termos de capitais) – Quadro 7.21.

Quadro 7.21 - Grandes grupos profissionais das mães dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Grupo profissional da mãe	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Quadros superiores e dirigentes	1,3%					8,6%
Especialistas das profissões intelectuais e científicas	3,4%		2,4%	1,7%	1,5%	14,3%
Técnicos e profissionais de nível intermédio do ensino	3,4%		2,4%		1,5%	17,1%
Outros técnicos e profissionais de nível intermédio	2,1%			1,7%		11,4%
Pessoal administrativo com chefia ou similar	,4%				1,5%	
Outro pessoal administrativo	7,2%		11,9%	8,5%	1,5%	17,1%
Pessoal dos serviços e vendedores com chefia ou similar	6,4%	6,5%	4,8%		10,3%	11,4%
Outro pessoal dos serviços e vendedores	9,8%	12,9%	2,4%	8,5%	16,2%	5,7%
Trabalhadores qualificados da agricultura e pesca com chefia	6,8%		7,1%	11,9%	8,8%	
Outros trabalhadores qualificados da agricultura e pesca	1,3%	6,5%		1,7%		
Operários e artífices com chefia ou similar	5,1%	3,2%	4,8%	5,1%	5,9%	5,7%
Outros operários e artífices	18,3%	9,7%	16,7%	25,4%	23,5%	5,7%
Outros operadores e trabalhadores de montagem	,4%			1,7%		
Não qualificados dos serviços e comércio com chefia	,4%		2,4%			
Outros trabalhadores não qualificados dos serviços/comércio	21,7%	25,8%	19,0%	30,5%	25,0%	
Trabalhadores não qualificados da agricultura e pesca	,4%		2,4%			
Outros trabalhadores não qualificados	2,6%	6,5%		1,7%	2,9%	2,9%
Não sabe	4,3%	16,1%	7,1%	1,7%	1,5%	
Não responde	4,7%	12,9%	16,7%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.22 - Grandes grupos profissionais dos pais dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Grupo profissional do pai	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Quadros superiores e dirigentes	5,8%			2,4%	1,2%	31,7%
Especialistas das profissões intelectuais e científicas	5,0%		2,4%	2,4%	1,2%	23,3%
Outros técnicos e profissionais de nível intermédio	6,4%	1,5%	3,6%	8,3%	7,1%	11,7%
Pessoal administrativo com chefia ou similar	1,1%			2,4%	1,2%	1,7%
Outro pessoal administrativo	4,8%	3,1%	2,4%	7,1%	6,0%	5,0%
Pessoal dos serviços e vendedores com chefia ou similar	2,9%	1,5%	4,8%	1,2%	6,0%	
Outro pessoal dos serviços e vendedores	7,2%	6,2%	9,5%	8,3%	7,1%	3,3%
Trabalhadores qualificados da agricultura e pesca com chefia	5,0%	1,5%	3,6%	10,7%	6,0%	1,7%
Outros trabalhadores qualificados da agricultura e pesca	2,9%	12,3%	2,4%			1,7%
Operários e artífices com chefia ou similar	9,3%	12,3%	7,1%	10,7%	10,7%	5,0%
Outros operários e artífices	24,1%	21,5%	28,6%	26,2%	33,3%	5,0%
Operadores e trabalhadores de montagem com chefia e similar	1,3%	3,1%	1,2%			3,3%
Outros operadores e trabalhadores de montagem	6,6%	3,1%	4,8%	10,7%	8,3%	5,0%
Não qualificados dos serviços e comércio com chefia	,5%		2,4%			
Outros trabalhadores não qualificados dos serviços/comércio	3,2%	9,2%	1,2%	3,6%	2,4%	
Trabalhadores não qualificados da agricultura e pesca	,5%		2,4%			
Outros trabalhadores não qualificados	4,8%	4,6%	10,7%	2,4%	4,8%	
Não sabe	4,8%	10,8%	3,6%	3,6%	4,8%	1,7%
Não responde	3,7%	9,2%	9,5%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Tal como aconteceu anteriormente, torna-se pertinente perceber dos perfis profissionais do inquirido, bem como os de sua família, cônjuge e progenitores, pelo que iremos proceder a uma análise multivariada tendo em conta, desta vez, os grupos de profissões dos quatro tipos de indivíduos aqui em causa: mãe, pai e cônjuge de inquirido e o próprio inquirido – Gráfico 7.2[1069].

Na dimensão 1, deste segundo conjunto de análise de correspondências, constata-se o elevadíssimo valor discriminativo tanto da casa como do grupo profissional do pai do inquirido, ao que se segue, também com forte capacidade discriminativa o grupo profissional do próprio inquirido. Em contrapartida, e

[1069] O Anexo 5.10 apresenta os dados que suportam o Gráfico 7.2 e que permitem a análise qualitativa.

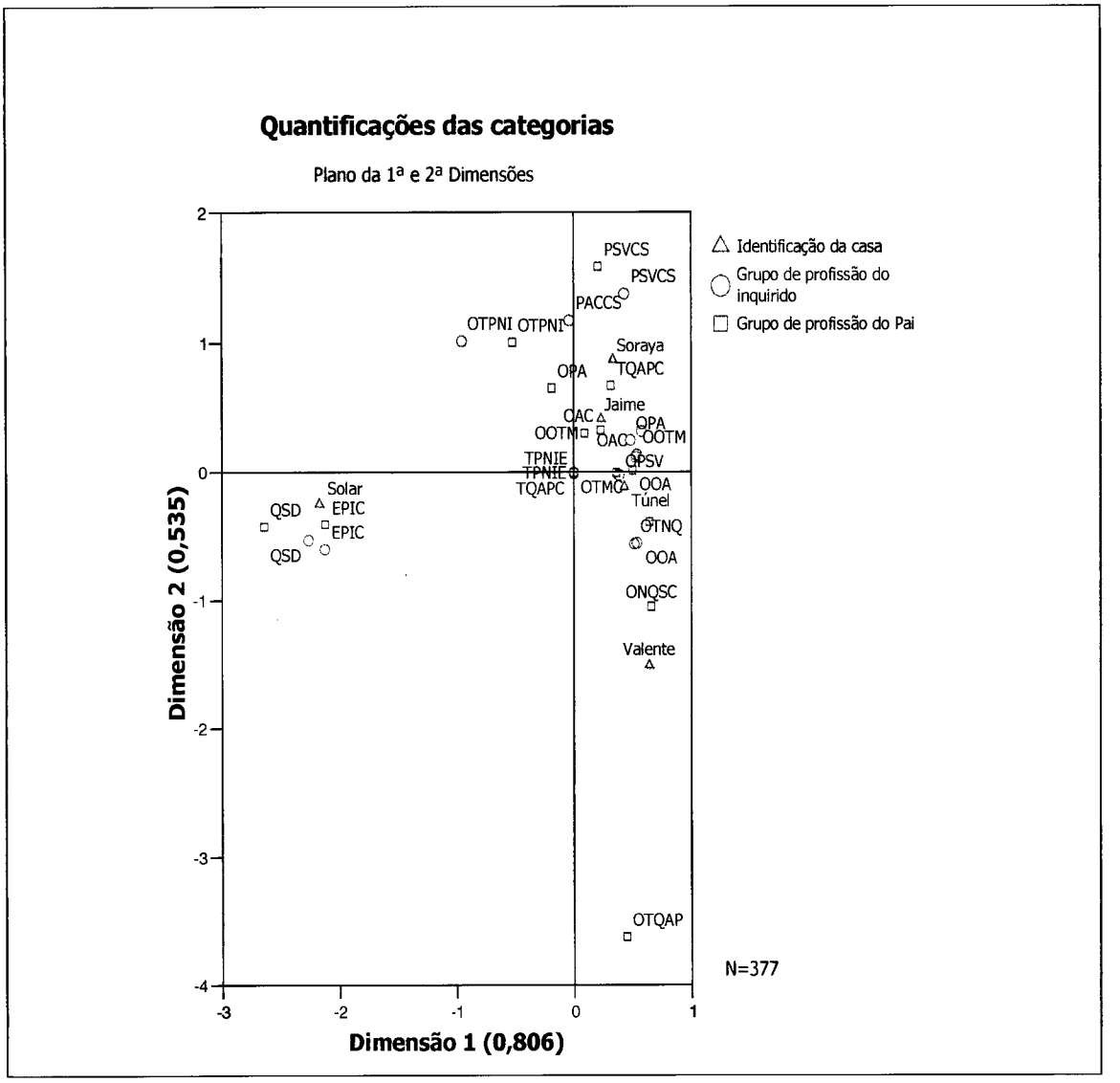
ainda nesta dimensão, tanto o grupo profissional do cônjuge como o da mãe do inquirido perdem capacidade discriminante.

Assim, na dimensão 1, surgem novamente, e bem delineados dois pólos que opõe o Solar ao Valente: no pólo da esquerda do plano, associam-se ao Solar as profissões mais fortemente capitalizadas em termos económicos e/ou escolares, nas duas gerações sucessivas, o que se traduz na posse de maior capital económico e cultural. A direita do plano polariza, em torno do Valente, basicamente, trabalhadores operários, dos serviços, não qualificados, e também para as duas gerações sucessivas. Para além de encontrarmos perfis opostos em termos de grupos profissionais, em cada lado do plano, estamos perante um forte indício de continuidade intergeracional no que respeita a opções de vida, profissional em primeira instância, perpetuada à posteriori por práticas socioculturais, das quais consumos vínicos e formas de consumir são apenas um exemplo.

Ainda no âmbito desta dimensão não podemos deixar de referir um outro tipo de associação que se demarca, porém, com menor intensidade discriminante. Referimo-nos às restantes três casas, Jaime, Soraya e Túnel, cuja proximidade entre si, congrega também profissões que requerem baixo investimento em termos de qualificações e diplomas. Ainda assim, sublinhe-se, esta mancha aproxima-se mais do Valente do que do Solar, face ao qual mantém razoável discriminação.

Na dimensão 2, a variável com mais elevado valor discriminativo é o grupo profissional do inquirido, associado ao do pai. Aqui, novamente o grupo profissional do cônjuge e o da mãe do inquirido não conferem capacidade discriminativa. Feitas as associações, percebemos uma mais forte que junta protagonistas profissionais munidos de fortes investimentos empresariais e/ou escolares discriminando-os dos demais. Daqui se tira que esta dimensão reporta, nitidamente, para a problemática da reprodução social, uma vez que o grupo socioprofissional dos filhos não é alvo de movimentação social relevante, tendo os pais por referente.

Gráfico 7.2 - Análise de correspondências múltiplas dos grupos profissionais



7.3.3. Perfis sociais dos inquiridos: direccionamentos classistas

Predominam os inquiridos assalariados em todos os estabelecimentos, sendo esta também a situação na profissão predominante nos cônjuges. Contudo, não poderíamos deixar de sublinhar o peso do patronato existente

entre os inquiridos do Solar (14.3%), valor que se contrapõe fortemente aos exíguos 1.2% e 2.4% do Túnel e do Jaime, respectivamente, e mais ainda aos valores nulos encontrados no Valente e no Soraya. Quanto aos cônjuges, apenas os dos inquiridos do Solar se encontram representados no patronato, embora com um expressão aquém da encontrada por aqueles – Quadros 7.23 e 7.24. Esta situação apresenta-se, obviamente, como resultado de uma maior capacidade de investimento económico, que não será alheia a toda uma trajectória social de vida, passível de se traduzir nas práticas socioculturais levadas a cabo pelos protagonistas, das quais a escolha de locais semi-públicos a frequentar é apenas um exemplo. Tendo em conta os valores traduzidos pela situação na profissão dos progenitores dos inquiridos, nota-se uma tendência para a polarização em torno do assalariamento por parte dos inquiridos – Quadros 7.25 e 7.26, proveniente, todavia, da situação de trabalho por conta própria, provavelmente por redução de tendências circunscritas ao sector mais tradicional - facto que se coaduna com o movimento já anteriormente detectado em outros estudos, por João Ferrão e António Firmino da Costa[1070].

Quadro 7.23 – Situação na profissão dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Situação na profissão do próprio	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Patrão	2,8%		1,2%	2,4%		14,3%
Isolado	13,5%	12,3%	10,7%	8,4%	23,2%	12,2%
Assalariado	83,7%	87,7%	88,1%	89,2%	76,8%	73,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.24 - Situação na profissão do cônjuge dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Situação na profissão do cônjuge	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Patrão	,9%					9,1%
Isolado	6,4%	14,3%	4,0%	6,0%	2,9%	13,6%
Assalariado	92,7%	85,7%	96,0%	94,0%	97,1%	77,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

[1070] Cf. João Ferrão, "Evolução e estrutura regional das classes sociais em Portugal (1960-70), cit; João Ferrão, "Recomposição social e estruturas regionais de classes (1970-81), cit; Fernando Luís Machado e António Firmino da Costa, "Processos de modernidade acabada", cit.; João Ferreira de Almeida, António Firmino da Costa, Fernando Luís Machado, "Recomposição socioprofissional e novos protagonismos", in *Portugal, 20 Anos de Democracia*, Lisboa, Círculo de Leitores, 1994, pp. 312-313.

Quadro 7.25 - Situação na profissão da mãe dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Situação na profissão da mãe	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Patrão	2,1%			1,7%		11,4%
Isolado	18,7%	12,9%	16,7%	15,3%	23,5%	22,9%
Assalariado	70,2%	58,1%	59,5%	81,4%	75,0%	65,7%
Não sabe	4,3%	16,1%	7,1%	1,7%	1,5%	
Não responde	4,7%	12,9%	16,7%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.26 - Situação na profissão do pai dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Situação na profissão do pai	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Patrão	7,2%	1,5%	1,2%	6,0%	2,4%	30,0%
Isolado	16,4%	9,2%	16,7%	17,9%	16,7%	21,7%
Assalariado	67,9%	69,2%	69,0%	72,6%	76,2%	46,7%
Não sabe	4,8%	10,8%	3,6%	3,6%	4,8%	1,7%
Não responde	3,7%	9,2%	9,5%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Procurámos, então, face aos valores obtidos com esta variável, confrontar os agregados domésticos das duas gerações sucessivas. Assim, confirma-se o movimento de polarização em torno de famílias assalariadas. Veja-se que na geração anterior - agregados constituídos pelos pais dos inquiridos - o assalariamento é uma situação que atravessa, mais de metade das famílias de três dos estabelecimentos aqui em análise[1071], enquanto que o patronato junta ambos os elementos de apenas 11,4% das famílias do Solar - Quadro 7.27.

[1071] De referir a sub-representação do valor apresentado no Valente, que se fica a dever à quantidade de inquiridos que se recusou a prestar informação sobre os pais quando estes já haviam falecido – Quadro 7.26. No Túnel a situação repetiu-se, o que, dificultando-nos a análise, não a impede decerto. Ainda assim, prevalecem valores elevados para o assalariamento que vai penetrando os agregados domésticos com bastante acuidade.

Quadro 7.27 - Situação na profissão da Mãe segundo a situação na profissão do Pai dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Identificação da casa	Situação na profissão da Mãe	Situação na profissão do Pai					Total
		Patrão	Isolado	Assalariado	Não sabe	Não responde	
Valente	Isolado		3,2%	9,7%			12,9%
	Assalariado		3,2%	41,9%	6,5%	6,5%	58,1%
	Não sabe				16,1%		16,1%
	Não responde					12,9%	12,9%
	Total		6,5%	51,6%	22,6%	19,4%	100,0%
Túnel	Isolado		11,9%	2,4%		2,4%	16,7%
	Assalariado		4,8%	54,8%			59,5%
	Não sabe				7,1%		7,1%
	Não responde			2,4%		14,3%	16,7%
	Total		16,7%	59,5%	7,1%	16,7%	100,0%
Jaime	Patrão	1,7%					1,7%
	Isolado	1,7%	11,9%	1,7%			15,3%
	Assalariado	1,7%	6,8%	69,5%	3,4%		81,4%
	Não sabe				1,7%		1,7%
	Total	5,1%	18,6%	71,2%	5,1%		100,0%
Soraya	Isolado		10,3%	13,2%			23,5%
	Assalariado	1,5%	8,8%	63,2%	1,5%		75,0%
	Não sabe				1,5%		1,5%
	Total	1,5%	19,1%	76,5%	2,9%		100,0%
Solar	Patrão	11,4%					11,4%
	Isolado	2,9%	5,7%	14,3%			22,9%
	Assalariado	8,6%	11,4%	45,7%			65,7%
	Total	22,9%	17,1%	60,0%			100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Comparativamente, a geração actual constitui-se, acentuadamente, enquanto unidade doméstica, por famílias que conjugam assalariados, tendo o valor estatístico destas famílias aumentado extraordinariamente; em contrapartida, o peso de famílias homogéneas no patronato diminuiu radicalmente, passando para menos de metade no Solar e deixando mesmo de ter qualquer tipo de representação no Jaime, o outro estabelecimento que juntava famílias homogéneas de patronato, embora com peso diminuto – Quadro 7.28. Por seu lado, as unidades domésticas constituídas apenas por isolados, que na geração anterior já não revelava números significativos, sofreu um decréscimo acentuado, apresentando mesmo valores residuais nos três primeiros Tipos e nulos nos dois últimos.

Quadro 7.28 - Situação na profissão dos frequentadores-consumidores segundo a situação na profissão dos Cônjuges por estabelecimento

Identificação da casa	Situação na profissão do inquirido	Situação na profissão do Cônjuge			Total
		Patrão	Isolado	Assalariado	
Valente	Isolado		3,6%	7,1%	10,7%
	Assalariado		10,7%	78,6%	89,3%
	Total		14,3%	85,7%	100,0%
Túnel	Isolado		2,0%	8,0%	10,0%
	Assalariado		2,0%	88,0%	90,0%
	Total		4,0%	96,0%	100,0%
Jaime	Isolado		2,0%	6,0%	8,0%
	Assalariado		4,0%	88,0%	92,0%
	Total		6,0%	94,0%	100,0%
Soraya	Isolado			18,8%	18,8%
	Assalariado		2,9%	78,3%	81,2%
	Total		2,9%	97,1%	100,0%
Solar	Patrão	4,8%		9,5%	14,3%
	Isolado	4,8%		14,3%	19,0%
	Assalariado		14,3%	52,4%	66,7%
	Total	9,5%	14,3%	76,2%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

A análise precedente tem o seu corolário nos lugares de classe individual, de família e de origem. Uma vez que estamos na posse dos elementos necessários para o efeito, vamos então, como não poderia deixar de ser, proceder ao seu traçado, com vista a perceber qual o tecido social que caracteriza cada um dos estabelecimentos aqui em questão. Para executar este objectivo utilizámos uma matriz de construção dos lugares de classe adaptada à Classificação Nacional das Profissões 1994 e uma matriz de construção dos lugares de classe de família e/ou de origem – Anexos[1072] 5.11, 5.12 e 5.13.

[1072] Convém esclarecer o percurso adoptado para a construção das matrizes aqui em causa. Assim, tendo em vista a exequibilidade desta etapa, procedemos atempadamente à actualização da *Matriz de Construção dos Lugares de Classe dos Indivíduos*, construída por João Ferreira de Almeida, António Firmino Costa e Fernando Luís Machado com base na Classificação Nacional das Profissões versão 1980, cuja primeira versão foi publicada em "Famílias, estudantes e universidade, in *Sociologia - Problemas e Práticas,* nº 4, 1988, p. 14; as alterações produzidas pelos mesmos autores publicaram-se em "Estudantes e amigos - trajectórias e redes de sociabilidade", in *Análise Social*, nº 105-106, Lisboa, 1990, p. 221. A actualização por nós efectuada, teve por base os pressupostos teóricos dos autores referidos, adequados, desta feita, à Classificação Nacional das Profissões, versão 1994, Instituto do Emprego e Formação Profissional, Ministério do Emprego e da Segurança Social. Muito embora tendo conhecimento das mais-valias proporcionadas por opções metodológicas e operacionais mais recentes a este nível, como será o caso da construção do indicador socioprofissional individual e do familiar, da autoria de António Firmino da Costa, optámos por uma aposta anterior, na medida em que esta permite uma outra visibilidade entre clivagens encontradas no seio de determinadas fracções de classe; cf. António Firmino da Costa, *Sociedade de Bairro*, Oeiras, Celta, 1999, pp. 226-245.

Quadro 7.29 – Lugar de classe dos frequentadores-consumidores por estabelecimentos

Lugar de classe do Próprio	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
BEP	4,2%		1,2%	3,6%		20,0%
BD	2,1%		2,4%	1,2%	1,2%	6,7%
BP	4,5%		1,2%	4,8%	6,0%	11,7%
PBIC	4,5%		1,2%			26,7%
PBTEI	14,1%	3,1%	8,3%	19,0%	15,5%	25,0%
PBIP	8,8%	12,3%	9,5%	3,6%	16,7%	
PBE	22,5%	23,1%	29,8%	20,2%	28,6%	6,7%
OI	37,7%	56,9%	46,4%	46,4%	31,0%	1,7%
OA	1,1%	4,6%		1,2%		
PBPA	,5%				1,2%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Como já desenvolvemos no primeiro capítulo, entendemos que a ocupação dos lugares de classe é socialmente condicionada. E é condicionada, precisamente, pelas oportunidades sociais que foram, e vão sendo, oferecidas aos protagonistas, as quais não serão inócuas a um conjunto de influências socializantes provenientes de diversos quadrantes da vida dos agentes sociais. Ainda assim a família, a origem social, ou em termos conceptuais, a classe de origem, é um registo a não perder nestas matérias, constituindo mesmo um ponto de referência fulcral, dado o seu crucial papel no que toca ao primeiro trabalho pedagógico, como já foi referido. Assim sendo, seria inadequado não equacionarmos os lugares de classe neste estudo.

Tal como os elementos anteriores já o sugeriam, estamos perante uma população que, em dois dos sectores básicos de actividade – terciário e secundário – se encontra eminentemente situada ao nível da execução: PBE e OI destacando-se este último – Quadro 7.29. Esta situação acontece nos quatro primeiros Tipos, cujos valores ascendem a 80% no Valente, 76,2% no Túnel, 66,6% no Jaime e 59,6% no Soraya - valores que se contrapõem ao Solar, uma vez que este estabelecimento concentra a sua grande massa de respondentes

nas franjas mais capitalizadas quer a nível económico, quer a nível escolar, respectivamente nas fracções da Burguesia, PBIC e PBTEI –, ascendendo o seu valor combinado a 90,1%. A oposição entre os quatro primeiros Tipos, por um lado, e o quinto Tipo por outro, deixam desde já antever uma fronteira em termos de predominância classista, que a assumir contornos mais nítidos se reflectirá, com toda a probabilidade, nos comportamentos e práticas dos indivíduos, interessando-nos, particularmente as práticas em torno dos vinhos aqui seleccionados.

Quadro 7.30 - Lugar de classe do cônjuge dos frequentadores-consumidores por estabelecimento

Lugar de classe	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
BEP	2,2%		1,4%	1,7%		15,4%
BD	,4%					3,8%
BP	1,5%	2,3%				11,5%
PBIC	5,1%		2,9%	1,7%	1,3%	38,5%
PBTEI	10,6%	4,7%	8,7%	11,7%	14,7%	11,5%
PBIP	6,2%	7,0%	5,8%	5,0%	8,0%	3,8%
PBE	46,5%	39,5%	50,7%	48,3%	56,0%	15,4%
OI	26,7%	41,9%	30,4%	31,7%	20,0%	
OA	,7%	4,7%				
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Se a propósito dos frequentadores inquiridos já apreciámos uma clivagem entre os Tipos enunciados acima, essa clivagem também se faz sentir relativamente aos cônjuges – Quadro 7.30. E também a este nível se comprova, o predomínio de lugares executantes nos quatro primeiros estabelecimentos – resultando da adição de PBE e OI: 81,4% no Valente, 81,1% no Túnel, 80% no Jaime e 76% no Soraya – por oposição às franjas mais capitalizadas a nível económico e escolar que sobressaem no Solar (76,9%).

Vamos, então, de seguida, tentar percepcionar, no espaço, as fronteiras acima encontradas, tendo por alvo de apreciação o próprio inquirido.

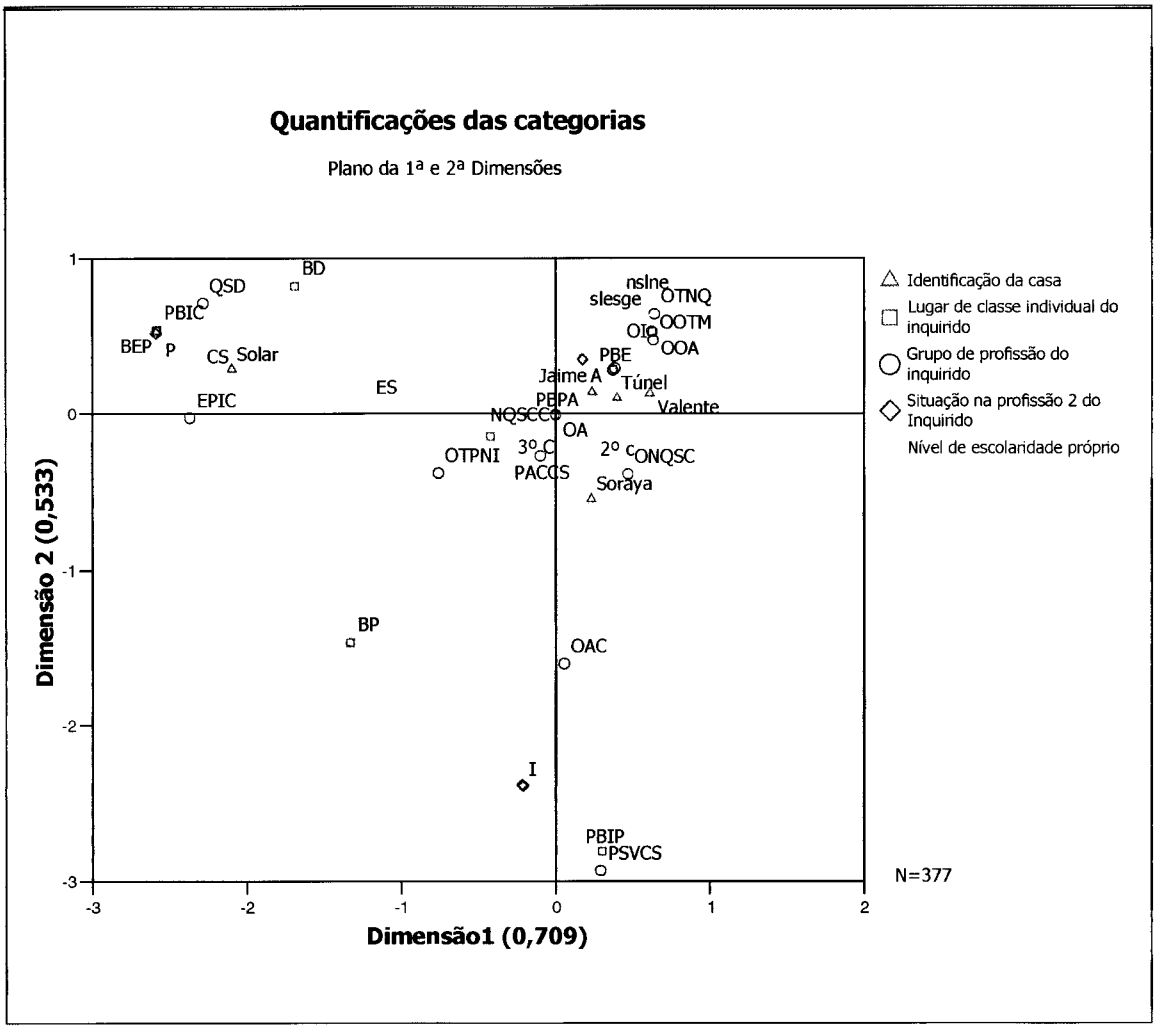
Pela informação contida no Gráfico 7.3[1073], percebe-se, numa primeira dimensão, uma forte capacidade discriminativa do lugar de classe do inquirido, e muito próximas desta variável, apresentam-se também a casa, o nível de escolaridade e o grupo de profissão. Na segunda dimensão, mantém-se o lugar de classe do indivíduo inquirido, enquanto variável com elevado valor discriminante, ao qual aderem ainda a sua situação na profissão e o seu grupo de profissão.

Assim, na primeira dimensão, encontramos duas fortes oposições, que já se vão tornando recorrentes: num primeiro lado do plano, à esquerda, o Solar está associado aos patamares mais escolarizados, aos grupos de profissões superiores, inerentes aos dirigentes, intelectuais e cientistas, e com menor capacidade de associação, mas ainda assim não desprezável, aos técnicos de nível intermédio, e, consequentemente às classes e fracções mais capitalizadas em no que respeita ao nível económico e escolar, como é o caso das Burguesias e da PBIC, apresentando-se a PBTEI com alguma capacidade discriminativa. À direita do plano encontra-se o Valente que congrega os indivíduos que desinvestem totalmente na escolarização, detêm profissões integradas por excelência no operariado, situando-se também, por conseguinte, em lugares de classe operários. Mas, tal como já se tem vindo a esboçar, surge uma terceira possibilidade de agregação, embora com bastante menos poder discriminante; esta última junta no Jaime, na Soraya e no Túnel indivíduos que investem ao nível básico do ensino, não ultrapassando o segundo ciclo, situados em grupos profissionais executantes e não qualificados, com reflexo na PBE e PBIP.

Pela segunda dimensão, percebe-se uma separação entre os planos superior e o inferior.

[1073] O Anexo 5.14 apresenta os dados que suportam o Gráfico 7.3 e que permitem a análise qualitativa.

Gráfico 7.3 - Análise de correspondências múltiplas



Grupo de profissão do inquirido – QSD - Quadros superiores e dirigentes; **EPIC** - Especialistas das profissões intelectuais e científicas; **TPNIE** -Técnicos e profissionais de nível intermédio do ensino; **OTPNI** - Outros técnicos e profissionais de nível intermédio; **PACCS** - Pessoal administrativo com chefia ou similar; **OPA** - Outro pessoal administrativo; **PSVCS** - Pessoal dos serviços e vendedores com chefia ou similar; **OPSV** - Outro pessoal dos serviços e vendedores; **TQAPC** -Trabalhadores qualificados da agricultura e pesca com chefia; **OTQAP** - Outros trabalhadores qualificados da agricultura e pesca; **OAC** - Operários e artífices com chefia ou similar; **OOA** - Outros operários e artífices; **OTMC** - Operadores e trabalhadores de montagem com chefia e similar; **OOTM** - Outros operadores e trabalhadores de montagem; **NQSCC** - Não qualificados dos serviços e comércio com chefia; **ONQSC** - Outros trabalhadores não qualificados dos serviços/comércio; **NQAP** -Trabalhadores não qualificados da agricultura e pesca; **OTNQ** - Outros trabalhadores não qualificados

Situação na profissão 2 do Inquirido – P - Patrão; **I** - Isolado; **A** - Assalariado.

Nível de Escolaridade – nsIne - Não sabe ler nem escrever; **slesge** - Sabe ler e escrever sem grau de escolaridade; **1º c**-1º ciclo; **2ºc**-2º ciclo **3º C** - 3º Ciclo **ES** -Ensino secundário; **CM** - Curso médio; **CS** - Curso superior; **Mest** - Mestrado ou equivalente; **Dout** - Doutoramento.

7.3.4. Trajectórias intergeracionais

Uma vez que esta pesquisa se enquadra em contexto social de mudança, que se têm vindo a processar de forma cada vez mais acelerada nestes últimos trinta anos, adquirem relevo especial as dinâmicas sociais actuais. É neste contexto que se compreendem as movimentações sociais, onde consistência e difusão, conservação e dissolução são características que coexistem; são exemplo as trajectórias de mobilidade, intra e intergeracionais, quer ascendentes, quer declinantes[1074]. Mas é nesse contexto também, que a par das movimentações, são ainda vividas reproduções sociais, por conseguinte, trajectórias estacionárias. Desta forma, importa perceber se esta população, que foi inquirida em espaços semi-públicos específicos, protagonizou dinâmicas de mudança face à geração anterior ou se, pelo contrário, se encontra inserida em quadrantes de vivência social reprodutora.

Ora, a trajectória social oferece-nos a possibilidade de analisar comparativamente as classes e fracções. Trata-se, pois, de um conceito que implica "segmentos passados, inserções sociais presentes e futuros virtuais modais"[1075], pelo que consideramos pertinente tê-la em linha de conta, numa óptica intergeracional.

[1074] Cf. João Ferreira de Almeida, *Classes Sociais nos Campos*, Lisboa, Edições do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 1986; João Ferreira de Almeida, António Firmino da Costa, Fernando Luís Machado, "Recomposição socioprofissional e novos protagonismos", in António Reis (coordenação), *Portugal, 20 anos de Democracia*, s. l., Círculo de Leitores, 1994, pp. 307-330.

[1075] António Firmino da Costa, Fernando Luís Machado, João Ferreira de Almeida, "Estudantes e amigos - trajectórias e redes de sociabilidade", in *Análise Social*, nº 105-106, Lisboa, 1990, p. 195.

Quadro 7.31 - Lugar de classe da mãe dos frequentadores-consumidores por estabelecimentos

Lugar de classe	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
BEP	5,3%	1,5%	1,2%	3,6%	1,2%	23,3%
BD	,3%					1,7%
BP	2,7%		1,2%	3,6%		10,0%
PBIC	3,7%		3,6%		2,4%	15,0%
PBTEI	6,6%	4,6%	1,2%	8,3%	6,0%	15,0%
PBIP	10,3%	10,8%	13,1%	2,4%	13,1%	13,3%
PBA	5,0%	1,5%	2,4%	9,5%	8,3%	1,7%
PBE	29,2%	29,2%	26,2%	36,9%	36,9%	11,7%
OI	27,6%	27,7%	35,7%	33,3%	28,6%	6,7%
OA	2,9%	10,8%	3,6%	1,2%		
Não sabe	3,4%	7,7%	3,6%	1,2%	3,6%	1,7%
Não responde	2,9%	6,2%	8,3%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.32 - Lugar de classe do pai dos frequentadores-consumidores por estabelecimentos

Lugar de classe	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
BEP	7,2%	1,5%	1,2%	6,0%	2,4%	30,0%
BD	,8%					5,0%
BP	4,5%		1,2%	6,0%	2,4%	15,0%
PBIC	1,9%		1,2%			10,0%
PBTEI	11,1%	7,7%	6,0%	13,1%	14,3%	15,0%
PBIP	7,4%	7,7%	13,1%	2,4%	8,3%	5,0%
PBA	4,5%	1,5%	2,4%	9,5%	6,0%	1,7%
PBE	14,9%	18,5%	11,9%	20,2%	15,5%	6,7%
OI	35,8%	30,8%	45,2%	39,3%	46,4%	8,3%
OA	3,4%	12,3%	4,8%			1,7%
Não sabe	4,8%	10,8%	3,6%	3,6%	4,8%	1,7%
Não responde	3,7%	9,2%	9,5%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Importa então, perceber se entre uma geração e outra, tomadas em termos sucessivos, se detectam alterações substanciais no que respeita aos lugares de classe de pertença. Assim, pelo que se pode observar, a maioria das mães, como dos pais dos inquiridos, ocupam, em termos gerais, lugares de classe afins aos respondentes – Quadros 7.31 e 7.32 – o que nos permite equacionar uma continuidade em termos de pertença social e ocupação do

tecido social. Veja-se que as ocorrências obtidas não deixam dúvidas, pois percebe-se claramente que, segundo os elementos obtidos sobre os lugares de classe individuais, os agregados domésticos também se constituirão, primordialmente, entre elementos pertencentes a fracções de classe similares, em termos de detenção ou não de capitais. E é, de facto, a leitura que os Quadros 7.33 e 7.34 nos permite efectuar, uma vez que as situações precedentes se reflectem nos lugares de classe de família e de origem, respeitantes às unidades domésticas constituídas, respectivamente, pelos próprios e cônjuges, por um lado e progenitores, por outro lado.

Como tudo já o sugeria, estamos, por conseguinte, perante unidades domésticas, pertencentes, na sua larga maioria aos lugares de classe mais descapitalizados, nos quatro primeiros Tipos, por oposição a unidades situadas nos cantos sociais mais privilegiados em termos económicos e culturais: respectivamente mais de 50% nuns e noutros – Quadro 7.33.

Quadro 7.33 - Lugar de classe de família dos frequentadores-consumidores por estabelecimentos

Lugar de classe	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
BEP	4,5%		1,2%	3,6%		21,7%
BD	2,1%		2,4%	1,2%	1,2%	6,7%
BP	5,0%	1,5%	1,2%	4,8%	6,0%	13,3%
PBIC	5,3%		1,2%	1,2%		30,0%
PBTEI	15,4%	3,1%	9,5%	21,4%	20,2%	21,7%
PBIP	4,2%	9,2%	4,8%		7,1%	
PBE	15,9%	16,9%	27,4%	10,7%	19,0%	1,7%
OI	22,3%	40,0%	29,8%	32,1%	6,0%	1,7%
OA	,8%	4,6%				
PBPA	7,2%	6,2%	6,0%	6,0%	13,1%	3,3%
PBEP	3,2%	7,7%	1,2%	2,4%	4,8%	
OP	14,1%	10,8%	15,5%	16,7%	22,6%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.34 - Lugar de classe de origem dos frequentadores-consumidores por estabelecimentos

Lugar de classe	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
BEP	7,2%	1,5%	1,2%	6,0%	2,4%	30,0%
BD	,8%					5,0%
BP	4,5%		1,2%	6,0%	2,4%	15,0%
PBIC	3,4%		3,6%		1,2%	15,0%
PBTEI	10,1%	9,2%	3,6%	15,5%	13,1%	8,3%
PBIP	5,3%	6,2%	11,9%	1,2%	3,6%	3,3%
PBA	4,5%	1,5%	2,4%	9,5%	6,0%	1,7%
PBE	12,2%	20,0%	9,5%	14,3%	13,1%	3,3%
OI	21,8%	24,6%	32,1%	21,4%	21,4%	5,0%
OA	2,7%	10,8%	3,6%			
PBPA	6,9%	6,2%	3,6%	2,4%	13,1%	10,0%
PBAP	,5%				2,4%	
PBEP	2,4%		2,4%	6,0%	1,2%	1,7%
OIA	,3%			1,2%		
OP	11,1%	6,2%	13,1%	15,5%	16,7%	
Não sabe	3,4%	7,7%	3,6%	1,2%	3,6%	1,7%
Não responde	2,9%	6,2%	8,3%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CSRV, 2001.

No que respeita aos lugares de classe das famílias constituídas pela geração precedente, isto é, aos lugares de classe de origem, constata-se que, na generalidade circunscrita aos quatro primeiros Tipos, prevalecem os mais destituídos em termos de capitais, isto é, mais situados nas franjas executantes e/ou pluriactivas, por confronto com os progenitores dos respondentes do Solar, que se enquadram, por excelência, nas franjas mais capitalizadas, tal como acontece com as famílias nas quais se insere a geração dos inquiridos, embora com ligeiras alterações, que, contudo, não compromete esta conclusão – Quadro 7.34.

Quadro 7.35 A - Lugar de classe do inquirido segundo o lugar de classe do cônjuge no estabelecimento Valente

Valente		Lugar de classe individual do cônjuge						Total
		BP	PBTEI	PBIP	PBE	OI	OA	
Lugar de classe	PBTEI		4.7%					4.7%
individual do	PBIP			2.3%	2.3%	2.3%		7.0%
inquirido	PBE	2.3%		2.3%	18.6%	7.0%		30.2%
	OI			2.3%	18.6%	32.6%		53.5%
	OA						4.7%	4.7%
Total		2.3%	4.7%	7.0%	39.5%	41.9%	4.7%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.35 B - Lugar de classe do inquirido segundo o lugar de classe do cônjuge no estabelecimento Túnel

Túnel		Lugar de classe individual do cônjuge						Total
		BEP	PBIC	PBTEI	PBIP	PBE	OI	
Lugar de	BEP	1.4%						1.4%
classe	BD			1.4%		1.4%		2.9%
individual do	PBIC		1.4%					1.4%
inquirido	PBTEI			5.8%		1.4%	2.9%	10.1%
	PBIP		1.4%		4.3%	1.4%	2.9%	10.1%
	PBE			1.4%		27.5%	1.4%	30.4%
	OI				1.4%	18.8%	23.2%	43.5%
Total		1.4%	2.9%	8.7%	5.8%	50.7%	30.4%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.35 C - Lugar de classe individual do inquirido segundo o lugar de classe do cônjuge no estabelecimento Jaime

Jaime		Lugar de classe individual do cônjuge						Total
		BEP	PBIC	PBTEI	PBIP	PBE	OI	
Lugar de	BEP	1.7%						1.7%
classe	BD			1.7%				1.7%
individual do	BP				1.7%			1.7%
inquirido	PBTEI			5.0%	1.7%	10.0%	1.7%	18.3%
	PBIP					5.0%		5.0%
	PBE		1.7%	5.0%	1.7%	10.0%	3.3%	21.7%
	OI					21.7%	26.7%	48.3%
	OA					1.7%		1.7%
Total		1.7%	1.7%	11.7%	5.0%	48.3%	31.7%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.35 D - Lugar de classe individual do inquirido segundo o lugar de classe do cônjuge no estabelecimento Soraya

Soraya		Lugar de classe individual do cônjuge					Total
		PBIC	PBTEI	PBIP	PBE	OI	
Lugar de classe	BD		1.3%				1.3%
individual do	BP	1.3%	1.3%		4.0%		6.7%
inquirido	PBTEI		4.0%		9.3%	1.3%	14.7%
	PBIP		2.7%	5.3%	4.0%	4.0%	16.0%
	PBE		2.7%		16.0%	8.0%	26.7%
	OI		2.7%	2.7%	22.7%	6.7%	34.7%
Total		1.3%	14.7%	8.0%	56.0%	20.0%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.35 E - Lugar de classe individual do inquirido segundo o lugar de classe do cônjuge no estabelecimento Solar

Solar		Lugar de classe individual do cônjuge							Total
		BEP	BD	BP	PBIC	PBTEI	PBIP	PBE	
Lugar de	BEP	11.5%			7.7%				19.2%
classe	BD		3.8%		3.8%	3.8%			11.5%
individual	BP	3.8%		3.8%	3.8%	3.8%		3.8%	19.2%
do inquirido	PBIC			3.8%	11.5%			3.8%	19.2%
	PBTEI			3.8%	3.8%		3.8%	7.7%	19.2%
	PBE				7.7%	3.8%			11.5%
Total		15.4%	3.8%	11.5%	38.5%	11.5%	3.8%	15.4%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

Os Quadros 7.35 A a E e 7.36 A a E permitem confirmar esta leitura, relativamente ao peso estatístico da constituição classista dos agregados.

Vale a pena reter a importância dos valores inerentes à conjugalidade entre pares nas famílias das duas gerações, em todos as casas, uma vez que estes traduzem o maior significado para cada estabelecimento. Repare-se que, as famílias, sejam de primeira ou segunda geração, conjugam, predominantemente, pares entre si, demarcando-se, também uma fronteira entre os primeiros quatro Tipos e o último. Assim, na geração dos inquiridos dos quatro primeiros Tipos, comprova-se a maior incidência de unidades domésticas constituídas entre indivíduos situados nas franjas menos capitalizadas e idênticas entre si – no Valente 18,6% de unidades domésticas conjugam indivíduos da PBE e 32,6% indivíduos do OI; no Túnel, esses valores ascendem a 27,5% e 23,2% respectivamente; no Jaime, os PBE's conjugados

entre si diminuem para 10,0%, registando-se os OI's nos significativos 26,7%; no Soraya é mais significativa a conjugalidade entre OI's e PBE's (22,7%) do que os casamentos entre a mesma fracção de classe, embora estes últimos não percam expressão. Em contrapartida, no Solar, a paridade que se verifica na conjugalidade situa-se ao nível das franjas mais capitalizadas ao nível económico ou escolar – 11,5% conjugam BEP's e 11,5% conjugam PBIC's – Quadros 7.35 A a E.

De uma forma geral, as conclusões são idênticas para as famílias da geração de origem, como os Quadros 7.36 A a E indicam. De destacar, porém uma ligeira *nuance*: este confronto evidencia uma maior clara oposição entre dois dos estabelecimentos – Valente e Solar; repare-se que no Valente prevalece, de facto, a conjugalidade entre as fracções assalariadas executantes - PBE, OI, AO - enquanto no Solar a dominância incide nas Burguesias não assalariadas - BEP e BP - seguida de perto pelas franjas mais fortemente capitalizadas da Pequena Burguesia – PBIC e PBTEI. Finalmente, e ainda a propósito deste tipo de cruzamentos, de uma geração para a outra, e nos três restantes estabelecimentos, diminuem, perdendo claramente expressão, as conjugalidades entre isolados, independentemente do sector de actividade.

Quadro 7.36 A - Lugar de classe da mãe do inquirido segundo o lugar de classe do pai no estabelecimento Valente

Valente		Lugar de classe individual do pai									
		BEP	PBTEI	PBIP	PBA	PBE	OI	OA	Não sabe	Não responde	Total
Lugar de classe da mãe	BEP	1.5%									1.5%
	PBTEI		3.1%			1.5%					4.6%
	PBIP			6.2%		3.1%	1.5%				10.8%
	PBA				1.5%						1.5%
	PBE		3.1%			13.8%	4.6%	1.5%	3.1%	3.1%	29.2%
	OI		1.5%	1.5%			24.6%				27.7%
	AO							10.8%			10.8%
	Não sabe								7.7%		7.7%
	Não responde									6.2%	6.2%
Total		1.5%	7.7%	7.7%	1.5%	18.5%	30.8%	12.3%	10.8%	9.2%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.36 B - Lugar de classe da mãe do inquirido segundo o lugar de classe do pai no estabelecimento Túnel

Túnel		Lugar de classe individual do pai										Total
		BEP	BP	PBIC	PBTEI	PBIP	PBA	PBE	OI	OA	Não sabe	Não responde	
Lugar de classe da mãe	BEP	1.2%											1.2%
	BP		1.2%										1.2%
	PBIC			1.2%	1.2%				1.2%				3.6%
	PBTEI				1.2%								1.2%
	PBIP				1.2%	10.7%						1.2%	13.1%
	PBA						2.4%						2.4%
	PBE				1.2%	2.4%		9.5%	11.9%	1.2%			26.2%
	OI				1.2%			2.4%	32.1%				35.7%
	OA									3.6%			3.6%
	Não sabe										3.6%		3.6%
	Não responde											8.3%	8.3%
Total		1.2%	1.2%	1.2%	6.0%	13.1%	2.4%	11.9%	45.2%	4.8%	3.6%	9.5%	100.0%

Fonte CSRV, 2001.

Quadro 7.36 C - Lugar de classe da mãe do inquirido segundo o lugar de classe do pai no estabelecimento Jaime

Jaime		Lugar de classe individual do pai								Total
		BEP	BP	PBTEI	PBIP	PBA	PBE	OI	Não sabe	
Lugar de classe da mãe	BEP	3.6%								3.6%
	BP	1.2%	2.4%							3.6%
	PBTEI			6.0%			1.2%	1.2%		8.3%
	PBIP				1.2%			1.2%		2.4%
	PBA					9.5%				9.5%
	PBE	1.2%	1.2%	3.6%	1.2%		13.1%	15.5%	1.2%	36.9%
	OI		2.4%	3.6%			6.0%	20.2%	1.2%	33.3%
	OA							1.2%		1.2%
	Não sabe								1.2%	1.2%
Total		6.0%	6.0%	13.1%	2.4%	9.5%	20.2%	39.3%	3.6%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.36 D - Lugar de classe da mãe do inquirido segundo o lugar de classe do pai no estabelecimento Soraya

Soraya		Lugar de classe individual do pai								Total
		BEP	BP	PBTEI	PBIP	PBA	PBE	OI	Não sabe	
Lugar de classe da mãe	BEP	1.2%								1.2%
	PBIC		1.2%	1.2%						2.4%
	PBTEI			4.8%	1.2%					6.0%
	PBIP			1.2%	3.6%		1.2%	7.1%		13.1%
	PBA					6.0%		2.4%		8.3%
	PBE	1.2%	1.2%	3.6%	1.2%		13.1%	16.7%		36.9%
	OI			3.6%	2.4%		1.2%	20.2%	1.2%	28.6%
	Não sabe								3.6%	3.6%
Total		2.4%	2.4%	14.3%	8.3%	6.0%	15.5%	46.4%	4.8%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.36 E - Lugar de classe da mãe do inquirido segundo o lugar de classe do pai no estabelecimento Solar

Solar		Lugar de classe individual do pai											Total
		BEP	BD	BP	PBIC	PBTEI	PBIP	PBA	PBE	OI	AO	Não sabe	
Lugar	BEP	23.3%											23.3%
de	BD		1.7%										1.7%
classe	BP			10.0%									10.0%
da	PBIC	5.0%			5.0%	1.7%			1.7%		1.7%		15.0%
mãe	PBTEI		1.7%	1.7%	3.3%	8.3%							15.0%
	PBIP	1.7%				5.0%	3.3%			3.3%			13.3%
	PBA							1.7%					1.7%
	PBE		1.7%	3.3%	1.7%		1.7%		3.3%				11.7%
	OI								1.7%	5.0%			6.7%
	Não sabe											1.7%	1.7%
Total		30.0%	5.0%	15.0%	10.0%	15.0%	5.0%	1.7%	6.7%	8.3%	1.7%	1.7%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

Para terminar este *pacote* analítico, importa confrontar os lugares de classe de família dos frequentadores-consumidores com os de origem – Quadro 7.37 A a E. E o que nos ocorre pela sua observação é, antes de mais nada, uma certa dispersão que recobre um conjunto de células, muitas das quais ostentando valores com pouco ou mesmo nulo significado estatístico em todos os estabelecimentos, mas com menor acuidade no Solar. Assim, se numa primeira aproximação, ao proceder-se à comparação entre as duas gerações sucessivas de unidades domésticas independentemente uma da outra,

pudemos verificar que estamos perante uma tendência para a manutenção em lugares de classe afins em termos de capital, ao cruzarmos as duas, os resultados obtidos sofrem uma alteração de traçado. Contudo, se tivermos em linha de conta proximidades ou afinidades classistas, provenientes estas de vectores capitalizáveis, ou seja, se procedermos a grandes agrupamentos classistas, recuperamos um desenho de trajectórias tendencialmente estacionário, apesar do recrutamento no próprio lugar de classe ser baixo. E isto acontece nos cinco estabelecimentos, embora as afinidades classistas entre pais e filhos contraponha, de novo, e numa óptica mais fina, os quatro primeiros ao último. Assim, é de toda a pertinência observarmos com algum detalhe complementar o Gráfico 7.4[1076], que nos permite uma análise de correspondências.

Quadro 7.37 A - Lugar de classe de família do inquirido segundo o lugar de classe de origem no estabelecimento Valente

Valente		Lugar de classe de origem											Total
		BEP	PBTEI	PBIP	PBA	PBE	OI	OA	PBPA	OP	Não sabe	Não responde	
Lugar de classe de família	BP							1.5%					1.5%
	PBTEI			1.5%				1.5%					3.1%
	PBIP	1.5%			1.5%		1.5%		1.5%	1.5%		1.5%	9.2%
	PBE		3.1%			4.6%	3.1%		1.5%	1.5%	3.1%		16.9%
	OI		1.5%	3.1%		7.7%	13.8%	4.6%	1.5%	1.5%	3.1%	3.1%	40.0%
	OA							3.1%				1.5%	4.6%
	PBPA		1.5%				3.1%		1.5%				6.2%
	PBEP					3.1%	3.1%				1.5%		7.7%
	OP		3.1%	1.5%		4.6%				1.5%			10.8%
Total		1.5%	9.2%	6.2%	1.5%	20.0%	24.6%	10.8%	6.2%	6.2%	7.7%	6.2%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

[1076] O Anexo 5.15 apresenta os dados que suportam o Gráfico 7. e que permitem a análise qualitativa.

Quadro 7.37 B - Lugar de classe de família do inquirido segundo o lugar de classe de origem no estabelecimento Túnel

Túnel		Lugar de classe de origem													Total
		BEP	BP	PBIC	PBTEI	PBIP	PBA	PBE	OI	OA	PBPA	PBEP	OP	N S	N R	
Lugar de classe de família	BEP	1.2%														1.2%
	BD		1.2%												1.2%	2.4%
	BP			1.2%												1.2%
	PBIC														1.2%	1.2%
	PBTEI				1.2%	3.6%		1.2%	3.6%							9.5%
	PBIP				1.2%	1.2%							1.2%		1.2%	4.8%
	PBE			1.2%	1.2%	4.8%	1.2%	2.4%	[redacted]			2.4%	4.8%			27.4%
	OI			1.2%			1.2%	3.6%	11.9%	1.2%	1.2%		2.4%	2.4%	4.8%	29.8%
	PBPA					1.2%		1.2%		1.2%	1.2%			1.2%		6.0%
	PBEP								1.2%							1.2%
	OP					1.2%		1.2%	[redacted]	1.2%	1.2%		4.8%			15.5%
Total		1.2%	1.2%	3.6%	3.6%	11.9%	2.4%	9.5%	32.1%	3.6%	3.6%	2.4%	13.1%	3.6%	8.3%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.37 C - Lugar de classe de família do inquirido segundo o lugar de classe de origem no estabelecimento Jaime

Jaime		Lugar de classe de origem												Total
		BEP	BP	PBTEI	PBIP	PBA	PBE	OI	PBPA	PBEP	OIA	OP	N. S.	
Lugar de classe de família	BEP	3.6%												3.6%
	BD			1.2%										1.2%
	BP		1.2%	1.2%								2.4%		4.8%
	PBIC			1.2%										1.2%
	PBTEI	1.2%	2.4%	3.6%		2.4%	3.6%	2.4%	1.2%	2.4%		2.4%		21.4%
	PBE	1.2%		1.2%			1.2%	3.6%		2.4%			1.2%	10.7%
	OI		1.2%	4.8%		4.8%	4.8%	8.3%			1.2%	7.1%		32.1%
	PBPA			1.2%			2.4%		1.2%			1.2%		6.0%
	PBEP					1.2%						1.2%		2.4%
	OP		1.2%	1.2%	1.2%	1.2%	2.4%	7.1%		1.2%		1.2%		16.7%
Total		6.0%	6.0%	15.5%	1.2%	9.5%	14.3%	21.4%	2.4%	6.0%	1.2%	15.5%	1.2%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.37 D - Lugar de classe de família do inquirido segundo o lugar de classe de origem no estabelecimento Soraya

Soraya		Lugar de classe de origem												Total
		BEP	BP	PBIC	PBTEI	PBIP	PBA	PBE	OI	PBPA	PBAP	PBEP	OP	N S	
Lugar de classe de família	BD									1.2%					1.2%
	BP	1.2%			1.2%	1.2%				2.4%					6.0%
	PBTEI			1.2%	2.4%	1.2%		4.8%	1.2%	3.6%			6.0%		20.2%
	PBIP				1.2%		2.4%		1.2%	2.4%					7.1%
	PBE	1.2%	2.4%					3.6%	[redacted]	1.2%			3.6%	1.2%	19.0%
	OI								3.6%				1.2%	1.2%	6.0%
	PBPA				3.6%	1.2%	2.4%		2.4%	1.2%	1.2%	1.2%			13.1%
	PBEP				1.2%				2.4%				1.2%		4.8%
	OP				3.6%		1.2%	4.8%	4.8%	1.2%	1.2%		4.8%	1.2%	22.6%
Total		2.4%	2.4%	1.2%	13.1%	3.6%	6.0%	13.1%	21.4%	13.1%	2.4%	1.2%	16.7%	3.6%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

Quadro 7.37 E - Lugar de classe de família do inquirido segundo o lugar de classe de origem no estabelecimento Solar

Solar		Lugar de classe de origem											Total
		BEP	BD	BP	PBIC	PBTEI	PBIP	PBA	PBE	OI	PBPA	PBEP	N.S.	
Lugar de classe de família	BEP	18.3%		1.7%	1.7%									21.7%
	BD	1.7%	3.3%								1.7%			6.7%
	BP	1.7%	1.7%	6.7%			1.7%				1.7%			13.3%
	PBIC	3.3%		3.3%	8.3%	3.3%	1.7%	1.7%	1.7%	3.3%	1.7%	1.7%		30.0%
	PBTEI	5.0%		3.3%	3.3%	5.0%				1.7%	1.7%		1.7%	21.7%
	PBE								1.7%					1.7%
	OI										1.7%			1.7%
	PBPA				1.7%						1.7%			3.3%
Total		30.0%	5.0%	15.0%	15.0%	8.3%	3.3%	1.7%	3.3%	5.0%	10.0%	1.7%	1.7%	100.0%

Fonte: CSRV, 2001.

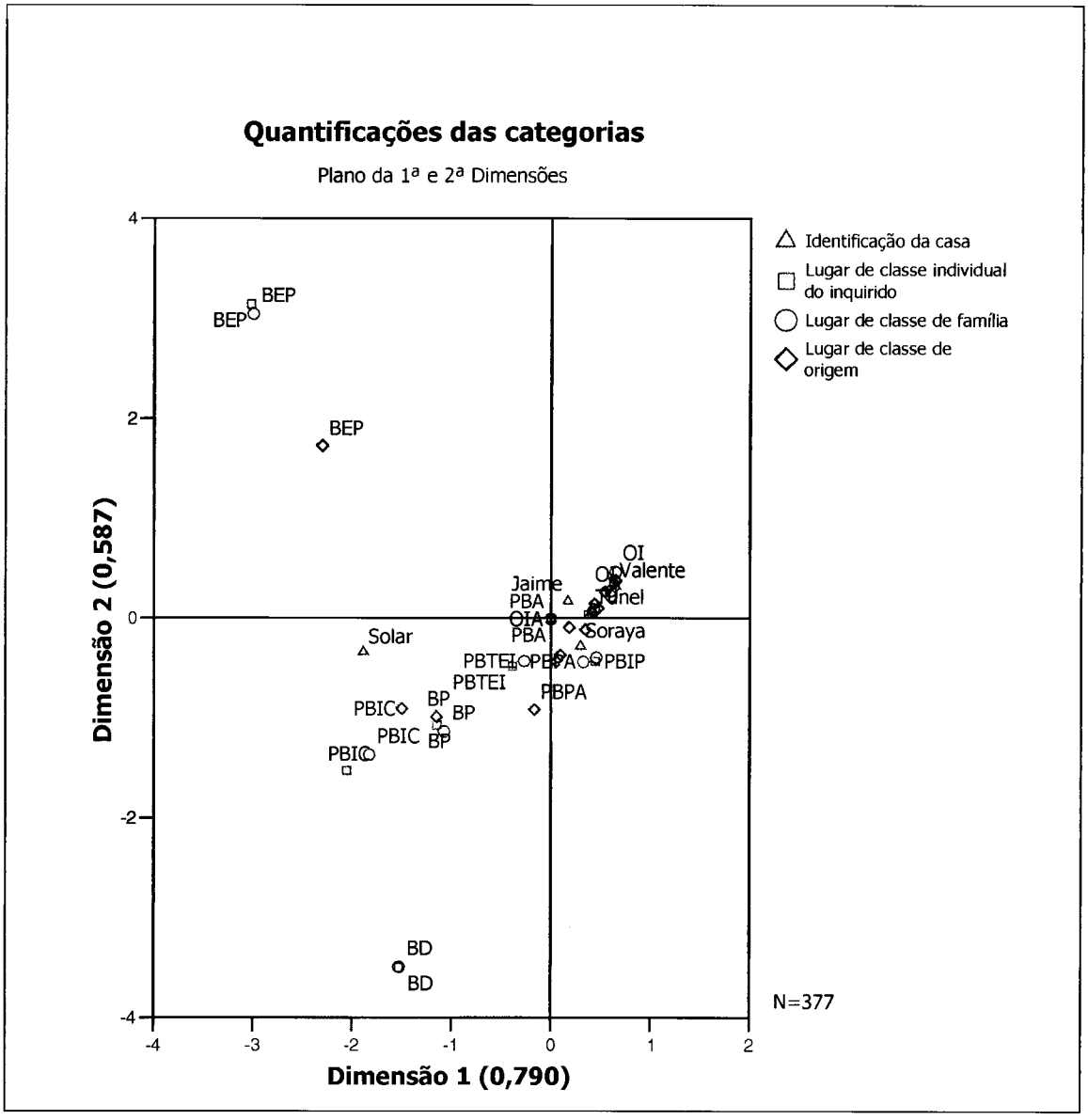
Antes, porém, lembraríamos os dois canais de acesso à mobilidade, no nosso país que, como se sabe, são o económico e o escolar. Assim, é por via da empresa e dos estudos superiores, que é facultada, ao cidadão português, a possibilidade de ascender socialmente[1077]. Ora, os quatro primeiros estabelecimentos, reúnem, na sua maioria, frequentadores que não se caracterizam por níveis de escolaridade elevada, muito pelo contrário. Como vimos, são indivíduos que também não se situam, na sua maioria, no patronato. Assim, os dados obtidos indicam tratarem-se de indivíduos que sendo originários de fracções de classe mais descapitalizadas, e não apresentando percursos pautados por trajectos afins a qualquer das duas vias aqui enunciadas, só poderiam, na sua larga maioria, palmilhar os caminhos sociais condizentes com os da sua família de origem. Perante isto, não levanta dúvidas constatar-se tratarem-se de indivíduos situados em lugares similares aos da sua família de origem.

Como grandes linhas conclusivas face à análise procedida, podemos então ter em linha de conta a seguinte análise de correspondências que nos revela os grandes conjuntos sociais de pertença inerentes aos frequentadores com que estamos a trabalhar.

[1077] Assunto que já tivemos oportunidade de desenvolver em *Classes Sociais e Trajectórias Intergeracionais*, Provas de Capacidade Científica, Porto, Faculdade de Letras, 1994. Contributos imprescindíveis sobre estas matérias podem ser encontrados em João Ferreira de Almeida, António Firmino da Costa e Fernando Luís Machado, "Recomposição socioprofissional e novos protagonismos", in António Reis (Coord.), *Portugal, 20 anos de Democracia*, s. l., Círculo de Leitores, 1994, 307-330. Fernando Luís Machado e António Firmino da Costa, "Processos de modernidade acabada", cit.

Pelo Gráfico 7.4, podemos perceber que o lugar de classe de origem perde capacidade discriminativa em ambas as dimensões. A análise destes resultados levam-nos a considerar como variáveis discriminantes de primeira dimensão o lugar de classe individual do inquirido e o lugar de classe de família, associadas à casa. Na segunda dimensão ganham força discriminativa, também, apenas estas duas últimas variáveis.

Gráfico 7.4 – Análise de correspondências



De facto, as anteriores associações continuam a predominar. Veja-se que o Solar e o Valente situam-se, novamente, em clara oposição, associando-se àquele as fracções da Burguesia e a franja mais capitalizada da pequena Burguesia, quer se trate do lugar de classe individual, quer se trate do de Família. Por seu lado, o Valente congrega também, tal como já acontecia em gráficos anteriores, basicamente o OI e o OP relativamente ao lugar de classe de família. Tratam-se de fracções idênticas no que respeita à situação desfavorecida em que se encontram face a desinvestimentos escolares e empresariais. Ora, a transposição do lugar de classe individual para idênticos lugares de classe de família não oferece resistência, pelo que podemos considerar predominarem casamentos entre pares.

Também neste gráfico se constata a existência de outras três casas menos diferenciadoras, entre si, às quais se associam basicamente os executantes do terciário, PBE, a PBIP e as compostas dentro deste padrão.

No segundo eixo percebe-se uma separação clara entre o operariado, no plano superior, e as fracções mais capitalizadas, associadas entre si, no plano inferior. Isto revela, uma vez mais, o que poderia ser denominado por força centrípeta entre as fracções mais favorecidas em capital económico e capital escolar que centrifugam as demais, associando-as entre si.

Como se viu, neste capítulo, em que se procedeu a uma caracterização generalizadamente de âmbito social, foram privilegiados tanto os espaços como os protagonistas desses espaços onde incidiu o nosso olhar. Desta feita, importa agora detectar a sua articulação a práticas inerentes ao consumo vínico no quotidiano portuense em locais semi-públicos onde ocorrem, uma vez que fica claro não ser inócua a relação entre práticas e espaços. É o que faremos no capítulo seguinte.

Capítulo 8

Consumos vínicos em práticas sociais quotidianas

" Bebermos juntos, de copo em punho, selava a camaradagem. Era assim a vida. O nosso capitão, que não bebia, ria-se de nós e fazia troça de todos por ser abstémio. Não me apetecia nada beber, mas queria ser compincha e bom camarada."

"Bebia por uma questão de sociabilidade e, quando estava sozinho, não bebia."

"Quando pensava no álcool, a conotação era a confraternização. Quando pensava em amizades, a conotação era o álcool. Confraternização e álcool são gémeos siameses. Apareciam sempre de braço dado."

Jack London, *Memórias de um Alcoólico*

8.1. Nota prévia

Neste capítulo, apresentam-se algumas considerações para uma abordagem sociológica da prática vínica em contexto social, e mesmo simbólico, isto é, do consumo do vinho em espaços semi-públicos e suas articulações à dimensão social, onde o nosso olhar incidiu, privilegiadamente, nos frequentadores-consumidores *in loco*. Neste patamar, sublinhamos o relevo particular que adquirem, não só os consumos em si, intrínsecos ao hábito circunscrito à frequência do estabelecimento, mas também, interacções explicitas e/ou implícitas, gramáticas comportamentais articuladas às especificidades dos diferentes espaços, simbolismos e representações, directa ou indirectamente associadas ao consumo vínico.

Iremos, então, abordar sociologicamente, de forma mais explícita e conduzida, a prática vínica que norteou esta pesquisa, tendo como base os resultados recolhidos nas plataformas de observação.

8.2. Hábitos de frequência em espaços semi-públicos

8.2.1. Passos de rotina e passos espaçados

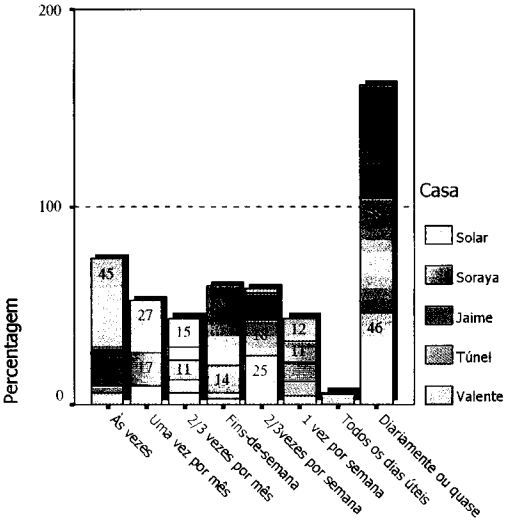
No que respeita à frequência de visita ao estabelecimento, isto é, frequência de visita por casa, constata-se que aproximadamente um terço dos inquiridos frequenta diariamente o estabelecimento; se juntarmos ao valor dos que frequentam diariamente o estabelecimento os valores correspondentes aos indivíduos que os frequentam todos os dias úteis e aos que os frequentam duas a três vezes por semana, obtemos um padrão de frequentadores assíduos deste tipo de estabelecimentos que agrupa cerca de metade do total de frequentadores, o que salienta o carácter duradouro, rotineiro e sistemático desta prática e, consequentemente, do consumo vínico.

Uma análise mais fina, por estabelecimento, revela algumas especificidades que importa sublinhar: as casas Túnel e Valente são as que revelam uma estrutura de frequentadores mais regular – 58% dos frequentadores do Túnel e 46% dos frequentadores do Valente frequentam o

estabelecimento diariamente. Repare-se que a assiduidade confirma-se se juntarmos, ao valor dos que frequentam diariamente estas duas casas, o valor dos que as frequentam todos os dias úteis e duas a três vezes por semana. A casa Soraya empola a sua frequência aos fins de semana, parecendo constituir um autêntico "ritual": 40% dos inquiridos que frequentam este estabelecimento admitem frequentá-lo apenas aos fins-de-semana, valor que supera o daqueles que admitem frequentar o estabelecimento diariamente – Gráfico 8.1. Esta ritualização transparece ainda nos contactos estabelecidos no terreno, a exemplo do seguinte excerto de entrevista:

> "P- Os senhores acham que este (...) hábito de vir aqui ao Domingo é um ritual por parte das pessoas?
> R- É, é. Conhece-se essas pessoas, não é, para esse tipo de pessoas, com outro tipo de profissões, às vezes há pessoas que estão aqui à procura de alguém que não encontram ou que estão enganadas. É mais fácil para mim, durante o meu dia de trabalho normal enganar outro gajo, do que ser gajo daqui, um gajo daqui não o vou enganar, mesmo até lhe faço um preço mais barato". (Frequentadores-consumidores 4, sexo masculino, entrevista exploratória)

Gráfico 8.1 - Frequência de visita por estabelecimento



Naquele estabelecimento, a maioria dos inquiridos afirma frequentá-lo num determinado dia mais do que nos outros (57,1% contra 41,7% dos que afirmam não existir um dias mais frequentado). Também no Jaime é elevado o

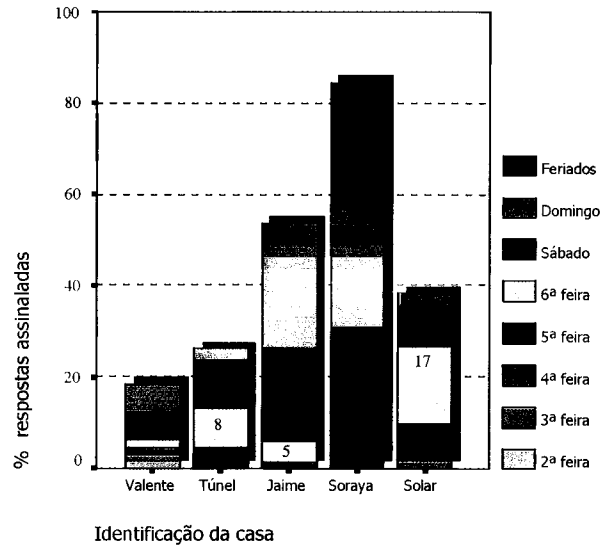
número dos que afirmam que há um dia específico da semana em que o estabelecimento é mais frequentado (27% frequentam mais ao Domingo).

Quadro 8.1 – Dia da semana de frequência preferencial por estabelecimento

Dia de frequência preferencial	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	65,0	87,7%	84,5%	52,4%	41,7%	63,3%
Sim	34,7	12,3%	15,5%	47,6%	57,1%	36,7%
Não responde	,3				1,2%	
Total	100,0	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Gráfico 8.2 - Dia da semana de frequência preferencial por estabelecimento



Nas restantes três casas não parece existir um dia "preferencial" de frequência. No Túnel e no Valente, há, de resto, uma forte dispersão da frequência pelos diversos dias da semana - Quadro 8.1 e Gráfico 8.2. Este facto contribui para reforçar a imagem destes estabelecimentos como estabelecimentos típicos do tipo de "tascas", na acepção comum do termo, onde prevalecem as sociabilidades e as práticas de consumo vínico como algo que integra um "mundo da vida"[1078] e que, portanto, não escolhe dias da semana. A assiduidade da frequência dos estabelecimentos é passível de constituir um indicador do grau de "profundidade" das relações interpessoais aí estabelecidas e da complexidade e grau de interacção[1079] dos grupos aí constituídos. Seja como for, a ida à casa constitui o ritual em si, emergente do

[1078] Sobre "mundo da vida, ver Alfred Schütz, *The Structures of the Life-World*, cit., e todo o desenvolvimento teórico do sub-capítulo 2.1.

[1079] Sobre interacções quotidianas ver Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit., Erving Goffman, *Les Rites d'Interaction*, cit, e todo o sub-capítulo 2.3.

ritmo da frequência e da sua assiduidade, à qual se articula a apropriação[1080] do espaços.

Assim, se a apropriação traduzir a interiorização da posse, seja do que for, pode-se entender, certamente, que a apropriação do espaço, tratando-se de uma apropriação simbólica, remeterá para uma apropriação simbólica[1081] do espaço em causa. Daqui decorre que o simbolismo da apropriação deriva, precisamente, do conhecimento efectivo e subjacente a esse espaço. Isto só é possível porque assente numa familiaridade garantida por uma acção regular que só a assiduidade permite: "são os mesmos passos dados dia após dia, os mesmos caminhos percorridos, que traduzem automatismos e opções tão automaticamente repetidas que quase não se tem disso consciência. Percursos sociais idênticos, percursos físicos repetidos, direccionados ao mesmo tipo de escolha, ao mesmo *locus*, enfim, a um estabelecimento determinado (...). Esta, é uma forma de repetição que pode ser vivida enquanto ritual."[1082]

No Solar do Vinho do Porto, a explicação será diferente: neste estabelecimento, a estrutura dos frequentadores está menos consolidada; não sendo um hábito de rotina, as pessoas frequentam o espaço de forma mais esporádica e, portanto, menos "sistemática".

[1080] Sobre diferentes formas de apropriação, não alheias a diferenciações classistas e, por conseguinte, socializantes, ver Pierre Bourdieu, *La Distinction. Critique Sociale du Jugement*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1979, p. 110.

[1081] Pierre Bourdieu, na sua obra *O Poder Simbólico*, refere-se à importância das "posições relativas" que os indivíduos ocupam no espaço social, uns relativamente aos outros. Ora, em função desse posicionamento, e mercê dum forte vector socializante ou ressocializante, se esboçarão os contornos da apropriação simbólica que aqui se refere. Cf. Pierre Bourdieu, *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel, 1989, p. 134 e seguintes.

[1082] Cf. Dulce Magalhães, "Representações do vinho e sociabilidades contextualizadas", in *Douro – Estudos & Documentos*, Ano 7, nº 13, 2002, p. 101.

Quadro 8.2 – Razões da inexistência de um dia da semana de frequência preferencial por estabelecimento

Razões da inexistência de um dia da semana de frequência preferencial	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Frequenta igualmente todos os dias ou quase	50,6%	54,4%	73,2%	40,9%	62,9%	2,6%
É variável a frequência	49,4%	45,6%	26,8%	59,1%	37,1%	97,4%
Total	100,0	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Os inquiridos que afirmaram não existir um dia de frequência preferencial do estabelecimento explicam-no, nas casas Valente, Túnel e Soraya, pelo facto de frequentarem igualmente todos os dias ou quase, o que evidencia o carácter rotineiro e quotidiano dessa frequência. Nas outras duas casas, os inquiridos justificam-no pelo carácter variável da frequência, explicação que é particularmente apontada no caso do Solar, realçando o que ficou dito anteriormente – Quadro 8.2.

Os períodos mais frequentados são os vespertinos (72,9%), durante a tarde (hora do lanche, 46,9%) e antes do jantar (26%), seguindo-se os matutinos (30,8%), o que confere uma certa regularidade na frequência destes estabelecimentos por parte dos mais assíduos, validada pela hierarquização dos períodos de frequência por parte dos inquiridos – Quadros 8.3 e 8.4

Quadro 8.3 – Período de maior frequência do estabelecimento

Período de maior frequência	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
De manhã	30.8%	33.8%	25.0%	35.7%	51.2%	
Antes do almoço	15.6%	16.9%	14.3%	11.9%	31.0%	
Almoço	7.2%	4.6%	14.3%	9.5%	4.8%	
Após o almoço	16.2%	18.5%	21.4%	11.9%	17.9%	10.0%
À tarde (hora do lanche)	46.9%	75.4%	73.8%	42.9%	14.3%	30.0%
Antes do jantar	26.0%	41.5%	47.6%	7.1%	2.4%	38.3%
Jantar	2.1%	1.5%	6.0%	2.4%		
Após o jantar	8.8%		7.1%			45.0%
Todos						
Não existe regularidade	4.8%	1.5%	1.2%	10.7%	6.0%	3.3%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.4 - Períodos de frequência mais relevantes por estabelecimento

	Primeiro e Segundo períodos mais frequentados											
	Global		Valente		Túnel		Jaime		Soraya		Solar	
	1º Período	2º Período	1º Período	2º Período	1º Período	2º Período	1º Período	2º Período	1º Período	2º Período	1º Período	2º Período
De manhã	26,5%	10,2%	28,1%	7,0%	18,1%	6,0%	30,7%	33,3%	49,4%	19,0%		
Antes do almoço	11,1%	8,6%	6,3%	10,5%	2,4%	10,8%	12,0%	4,8%	31,6%	4,8%		
Almoço	3,6%	3,6%	3,1%		8,4%	3,6%	2,7%	9,5%	2,5%	9,5%		
Após o almoço	10,9%	10,7%	12,5%	5,3%	13,3%	7,2%	10,7%	14,3%	8,9%	38,1%	8,6%	6,7%
À tarde (hora do lanche)	29,5%	33,0%	39,1%	42,1%	44,6%	27,7%	36,0%	33,3%	6,3%	23,8%	20,7%	40,0%
Antes do jantar	10,9%	27,9%	10,9%	33,3%	9,6%	37,3%	5,3%	4,8%	1,3%	4,8%	32,8%	20,0%
Jantar	1,1%	2,0%		1,8%	2,4%	3,6%	2,7%					
Após o jantar	6,4%	4,1%			1,2%	3,6%					37,9%	33,3%
Total	100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%	

Fonte: CRSV, 2001.

Pelos dado recolhidos, podemos, então, constatar que a frequência deste tipo de estabelecimentos está fortemente enraizada nas práticas quotidianas[1083] dos inquiridos e constitui um elemento característico do seu "mundo da vida", socialmente ordenado, mas muito menos marcado nos inquiridos do último Tipo do que nos dos quatro primeiros Tipos de estabelecimento, dado o carácter estável que se pode considerar inerente às suas rotinas[1084].

Quadro 8.5 – Tempo médio de permanência no estabelecimento

	Estabelecimento					
Tempo de permanência	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Menos de 15 minutos	17,5%	26,6%	30,1%	14,7%	12,7%	
Entre 15 e 30 minutos	24,8%	32,8%	38,6%	28,0%	16,5%	3,4%
Entre 30 minutos e 1 hora	25,3%	14,1%	18,1%	32,0%	27,8%	36,2%
Entre 1 e 2 horas	22,6%	17,2%	9,6%	16,0%	22,8%	55,2%
Entre 2 e 3 horas	5,6%	6,3%	1,2%		17,7%	1,7%
Entre 3 e 4 horas	1,1%	1,6%		1,3%	1,3%	1,7%
Mais de 4 horas	,3%					1,7%
Não existe regularidade	2,5%	1,6%	1,2%	8,0%	1,3%	
Não sabe	,3%					
Total	100	100	100	100	100	100

Fonte: CRSV, 2001.

[1083] Vale a pena lembrar a importância que a Sociologia concede às práticas sociais, cujo peso colectivo vai produzindo o social. Cf. João Ferreira de Almeida, *Classes Sociais nos Campos*, Lisboa, ICS, 1986. p. 76.

[1084] Harold Garfinkel, contribui, com a sua teoria, para um melhor entendimento sobre o carácter estável e ordenado das rotinas e das situações vividas no quotidiano.

Vale a pena, então, determo-nos no tempo de permanência no estabelecimento. Repare-se que o tempo de permanência modal é variável consoante os estabelecimentos: nos dois primeiros, corresponde a um período entre 15 e 30 minutos e no terceiro e quarto Tipo a um período de 3minutos a 1 hora. Curiosamente, é o Solar que regista o maior período de tempo de permanência modal (entre 1 a 2 horas). Analisando por outra óptica, constata-se que aproximadamente três quartos dos inquiridos afirmou permanecer no estabelecimento, em média, entre 15 minutos e 2 horas (se agruparmos 3 categorias de respostas). Como se pode concluir, os tempos de permanência declarados não são prolongados, o que contraria a ideia de que os frequentadores *param*, literalmente, na *tasca* por muito tempo, quiçá, tempo indeterminado. O facto de as casas Valente e Túnel serem aquelas onde se verificam tempos de permanência mais reduzidos – aproximadamente dois terços dos inquiridos afirmam ficar no estabelecimento, em média, até 30 minutos – parece contrariar a ideia comum de que as "tascas" possuem clientelas fixas e muito consolidadas, situação a confirmar à frente. Nestes casos, poderíamos ser levados a pensar estarmos perante uma grande rotatividade de clientes. Ora, pelas observações efectuadas, tudo leva a crer tratarem-se de afirmações que encobrem discrepâncias entre práticas declaradas e práticas efectivas. Aliás, neste entendimento, a própria percepção do tempo e sua respectiva contabilização assumem-se como processos iminentemente subjectivos, dependendo da codificação do actor social[1085] em presença, a exemplo do que podemos constatar no seguinte excerto de entrevista a um informante privilegiado ao reportar-se ao estabelecimento Soraya:

> "P: Quando vêm é para estar?
> R: Passam muitas horas.
> P: Quanto tempo mais ou menos?
> R: Duas, três horas". (Frequentador-consumidor 2, sexo masculino, 73 anos, 4ª classe, comerciante, casado)

[1085] A propósito da codificação processada pelo actor social, estritamente interrelacionada com a sua percepção esboçada sobre práticas, sobre acções, vale a pena ter presente a *dotação de sentido* que, segundo Max Weber, os actores conferem à acção social enquanto comportamento significativo. Cf. Max Weber em *Economia y Sociedad*, Mexico, Fondo de Cultura Economica, 1944, p. 4.

Quadro 8.6 – Local de proveniência à chegada ao estabelecimento

Local anterior à vinda para o estabelecimento	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Casa	49,9%	61,5%	46,4%	38,1%	66,7%	35,0%
Casa de familiares/amigos/colegas	,8%	3,1%				1,7%
Local de trabalho ou afim	34,0%	33,8%	50,0%	27,4%	26,2%	31,7%
Outro estabelecimento idêntico	,8%	1,5%	1,2%	1,2%		
Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração	2,1%				1,2%	11,7%
Estabelecimento de ensino	,8%					5,0%
De passear	5,3%		2,4%	17,9%	1,2%	3,3%
Outro	,5%					3,3%
Não existe regularidade	5,8%			15,5%	4,8%	8,3%
Total	100	100	100	100	100	100

Fonte: CRSV, 2001.

Para se perceber o alcance do período de permanência no estabelecimento, importa conhecer-se o local de proveniência, bem como, o destino após a saída do trabalho, este último apenas no caso dos activos. Neste sentido, admitimos uma significativa associação entre estas variáveis, o tipo de apropriação do espaço e a forma de o utilizar, isto é, a função principal a ele ligada, se é que existe alguma.

No que respeita ao local anterior à vinda para o estabelecimento, como era de esperar, em todos os espaços, a maior parte dos frequentadores provém de casa ou do local de trabalho directamente para o estabelecimento. Na casa Jaime há também uma percentagem considerável de inquiridos que afirmam frequentar o estabelecimento após um passeio (18%), o que se pode inscrever no *ritual* de fim-de-semana observado na Ribeira de Gaia, e associado ao vinho do Porto – Quadro 8.6.

Daqui decorre, então, que a maior parte desses frequentadores distribuem-se pelo exercício de profissão e pela reforma. É o que os resultados do quadro 8.7 A a C nos traduzem. Confirmando o que era esperado, podemos afirmar que, regra geral, os indivíduos que se dirigem para o estabelecimento a partir do local de trabalho ou afim são aqueles que exercem profissão. Contudo, este percurso não é automático em função do exercício profissional. Repare-se que, não raro, estes indivíduos, profissionalmente activos, dirigem-se para o estabelecimento a partir de casa (prática transversal aos frequentadores de todos os estabelecimentos) ou integram essas visitas em movimentos relacionados com o lazer (vão passear e "aproveitam" para dar um "saltinho" à taberna), sucedendo com mais incidência no Túnel, no Jaime e no Solar.

Quadro 8.7 A[1086] - Local de proveniência à chegada ao estabelecimento, segundo a condição perante o trabalho (valores relativos em linha)

Casa	Local anterior à vinda para o estabelecimento	Condição perante o trabalho do inquirido						
		Exerce profissão	Ocupa-se das tarefas do lar	Estudante	Incapacitado perante o trabalho	À procura do 1º emprego	Desempregado	Reformado
Valente	Casa	45.0%			7.5%		10.0%	37.5%
	Casa de familiares/amigos/colegas							100.0%
	Local de trabalho ou afim	100.0%						
	Outro estabelecimento idêntico							100.0%
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração							
	Estabelecimento de ensino							
	De passear							
	Das compras							
	Outro							
	Não existe regularidade							
	Não responde							
Túnel	Casa	56.4%			12.8%		7.7%	23.1%
	Casa de familiares/amigos/colegas							
	Local de trabalho ou afim	100.0%						
	Outro estabelecimento idêntico							100.0%
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração							
	Estabelecimento de ensino							
	De passear	50.0%			50.0%			
	Das compras							
	Outro							
	Não existe regularidade							
	Não responde							

Fonte: CRSV, 2001.

[1086] Por uma questão logística, fomos levados a eliminar as colunas relativas às categorias "Serviço militar obrigatório ", "Outra", "Não sabe" e "Não responde" uma vez que são categorias com valores nulos, nos Quadros 8.6 A a C.

Quadro 8.7 B – Local de proveniência à chegada ao estabelecimento, segundo a condição perante o trabalho (valores relativos em linha)

Casa	Local anterior à vinda para o estabelecimento	Condição perante o trabalho do inquirido						
		Exerce profissão	Ocupa-se das tarefas do lar	Estudante	Incapacitado perante o trabalho	À procura do 1º emprego	Desempregado	Reformado
Jaime	Casa	62.5%			3.1%		6.3%	28.1%
	Casa de familiares/amigos/colegas							
	Local de trabalho ou afim	91.3%					4.3%	4.3%
	Outro estabelecimento idêntico	100.0%						
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração							
	Estabelecimento de ensino							
	De passear	73.3%						26.7%
	Das compras							
	Outro							
	Não existe regularidade	76.9%		7.7%	7.7%			7.7%
	Não responde							
Soraya	Casa	67.9%	1.8%				7.1%	23.2%
	Casa de familiares/amigos/colegas							
	Local de trabalho ou afim	95.5%						4.5%
	Outro estabelecimento idêntico							
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração			100.0%				
	Estabelecimento de ensino							
	De passear							100.0%
	Das compras							
	Outro							
	Não existe regularidade	75.0%					25.0%	
	Não responde							

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.7 C – Local de proveniência à chegada ao estabelecimento, segundo a condição perante o trabalho (valores relativos em linha)

Casa	Local anterior à vinda para o estabelecimento	Condição perante o trabalho do inquirido						
		Exerce profissão	Ocupa-se das tarefas do lar	Estudante	Incapacitado perante o trabalho	À procura do 1º emprego	Desempregado	Reformado
Solar	Casa	81.0%		14.3%				4.8%
	Casa de familiares/amigos/colegas	100.0%						
	Local de trabalho ou afim	89.5%		5.3%				5.3%
	Outro estabelecimento idêntico							
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração	57.1%		28.6%				14.3%
	Estabelecimento de ensino			100.0%				
	De passear	100.0%						
	Das compras							
	Outro	100.0%						
	Não existe regularidade	60.0%	20.0%			20.0%		
	Não responde							

Fonte: CRSV, 2001.

Já os reformados – a outra grande condição perante o trabalho de frequentadores destas casas – provêm essencialmente de casa, de casa de familiares ou amigos, de outros estabelecimentos idênticos ou de passear, o que remete para a forte plausibilidade de centralidade destes espaços no quotidiano e ocupação do tempo dos reformados. Estas considerações têm particular acuidade nos casos do Valente e do Túnel; nas restantes três casas, a diversidade dos locais de proveniência aumenta, verificando-se, de resto, uma maior percentagem de indivíduos das diversas categorias sócio-profissionais que afirmam não ter um local regular de proveniência. À excepção do Valente, o "passeio" é uma prática, de frequentadores de diversas condições perante o trabalho, que antecede a ida para o estabelecimento, o que poderá estar associado a uma maior relação entre este Tipo de casas e movimentos de lazer explícitos.

É interessante verificar que a maior parte dos frequentadores dirige-se para casa após a saída do trabalho, o que nos faz admitir a intermediação do espaço doméstico num ritual quotidiano que cruza dimensões: trabalho-família-lazer. Contudo, a ida directa do trabalho para o estabelecimento em estudo, em qualquer um, excepto o Solar, apresenta-se com expressão significativa, apesar de se manifestar com uma distância relativa à primeira situação. No Solar, apesar dessa regularidade não se verificar, a ida para "outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração" (12,7% de respostas nesse sentido) reforça a ideia de hábito sedimentado[1087] exteriormente ao espaço doméstico – Quadro 8.8. Assim, tudo sugere que o estabelecimento, ou outro afim, aparece como espaço-tempo claramente orientado para os tempos de não-trabalho, para o lazer e o convívio extra-domésticos, como havíamos previamente admitido.

[1087] Um hábito sedimentado é uma prática incorporada e duradoiramente enraizada. Para uma discussão sobre este assunto, o conceito de socialização no que respeita à interiorização de práticas, trabalhado no processo de aprendizagem social que tivemos oportunidade de explanar no primeiro capítulo, torna-se eficaz e operativo. Ver também, sobre este assunto, Peter L. Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., pp. 138-145; José Madureira Pinto, *Ideologias: Inventário dum Conceito*, cit., pp. 108-115; Piere Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática*, cit., pp. 163 e seguintes; Pierre Bourdieu, *La Distinction*, Cit., p. 112.

Quadro 8.8 – Destino após a saída do local de trabalho por estabelecimento

Local para onde se dirige após a saída do trabalho	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Casa	75,5%	65,9%	85,3%	73,1%	82,4%	65,5%
Casa de familiares/amigos/colegas	,3%					1,8%
Este estabelecimento	10,6%	25,0%	11,8%	10,4%	7,4%	1,8%
Outro estabelecimento idêntico	,7%			3,0%		
Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração	2,6%				1,5%	12,7%
Estabelecimento de ensino	,3%					1,8%
Passear	2,3%			1,5%		10,9%
Não existe regularidade	5,0%	2,3%	1,5%	10,4%	4,4%	5,5%
Não responde	2,6%	6,8%	1,5%	1,5%	4,4%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Uma vez que estamos a trabalhar hábitos relacionados com a frequência aos estabelecimentos, importa perceber se os frequentadores aparecem, tendencialmente, sozinhos ou acompanhados. Sobre esta temática detecta-se uma clivagem entre as casas Túnel, Valente, Jaime e Soraya, por um lado, e o Solar do Vinho do Porto por outro. As características deste último espaço explicarão o facto de a maioria dos seus frequentadores "aparecerem" acompanhados pelo cônjuge/companheiro(a)/namorado(a) ou por amigos conhecidos noutros locais (53,3% e 56,7% dos inquiridos, respectivamente); nas outras casas, os inquiridos tendem a dirigir-se sozinhos para o estabelecimento – Quadro 8.9.

Não poderíamos, contudo, deixar de sublinhar duas notas de destaque: no Valente e no Túnel, como de resto também no Solar, há percentagens significativas de inquiridos que afirmam ir para o estabelecimento acompanhados por colegas de trabalho, o que poderá reflectir a transposição das relações de trabalho para a esfera do lazer, revelando o carácter multifacetado destas relações. Vale a pena lembrar, termos já elencado, no capítulo anterior, e a propósito das observações efectuadas, os motivos profissionais no conjunto dos que norteiam a visita dos frequentadores aos estabelecimentos em estudo. Saem reforçadas as hipóteses inerentes à possibilidade de consolidação, em torno de vinhos, de produções relacionais extrapoladas do mundo laboral. Contudo, pelos elementos recolhidos, não

podemos avançar com mais segurança a este nível, uma vez que se trata de uma temática que extravasa a questão central do inquérito.

Nos casos do Jaime e da Soraya, destacam-se ainda os valores assinaláveis de inquiridos que afirmam dirigir-se para o estabelecimento acompanhados de amigos ou pessoas conhecidas noutros locais ou no próprio estabelecimento – Quadro 8.9, o que poderá estar ligado a *hábitos de passeio* já referidos, que passam, justamente, pelo "ritual" de Domingo em torno do consumo de vinho do Porto nestas casas, podendo tal ser ilustrado com o seguinte excerto de entrevista:

> "P - E já vêm em grupo?
> R – É, já vêm em grupo exactamente, já vêm em grupos, é capaz de vir uma ou outra pessoa mas em geral ao Domingo as pessoas vêm em grupos, três ou quatro amigos vêm todos no mesmo carro".
> (Frequentador-consumidor 1, sexo masculino, comerciante, 3º ano do curso comercial, casado, 50 anos)

Quadro 8.9 – Acompanhante(s) à chegada ao estabelecimento

	Estabelecimento					
Com quem costuma aparecer	**Global**	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Cônjuge/companheiro(a)/namorado(a)	14,6%	3,1%	1,2%	19,0%	4,8%	53,3%
Familiares	6,1%	3,1%		11,9%	8,3%	6,7%
Amigos/pessoas conhecidas neste estabelecimento ou semelhante	4,8%	1,5%		9,5%	10,7%	
Amigos/pessoas conhecidas noutro tipo de estabelecimento de bebidas e/ou restauração	2,7%	3,1%		6,0%	3,6%	
Amigos/pessoas conhecidas noutros locais	17,5%	3,1%	6,0%	15,5%	14,3%	56,7%
Colegas de trabalho	14,3%	13,8%	27,4%	10,7%	4,8%	15,0%
Vizinhos	1,6%	1,5%	2,4%	1,2%	2,4%	
Sozinho	47,2%	75,4%	65,5%	29,8%	51,2%	10,0%
Outro						
Não existe regularidade	2,1%			6,0%	3,6%	
Não responde						

Fonte: CRSV, 2001.

Com o intuito de perceber regularidades no âmbito das práticas sociais quotidianas, encetadas à saída do trabalho, propusemo-nos cruzar a direcção que o frequentador segue com o acompanhante com quem chega ao estabelecimento – Quadro 8.10 A a C. Assim, tudo indica ser possível afirmar que, seja para onde for que se dirijam os inquiridos após a saída do local de trabalho, estes fazem-no geralmente sozinhos (seja quando vão para casa, seja quando vão para o estabelecimento, seja quando não existe uma regularidade de destino). De entre os inquiridos que afirmam dirigir-se, após o trabalho, para o estabelecimento, há um número significativo que afirma fazer-se acompanhar de colegas de trabalho (sobretudo nas casas Valente e Túnel), o que, de novo, reforça a hipótese respeitante ao prolongamento do trabalho para o campo dos lazeres com o pretexto de se alimentarem outras práticas sociais quotidianas ou extraordinárias. Esta análise pode aplicar-se genericamente às casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya, sendo que no Solar do Vinho do Porto as companhias são geralmente os/as cônjuges, companheiros/as ou amigos/as conhecidos noutros locais, seja qual for o destino (o estabelecimento em causa ou outros locais).

A afluência social nestas casas, aos fim-de-semana, nomeadamente, ao Domingo, é fortemente permeável à extensão de relacionamentos novos, mesmo que superficiais, pelo que os laços gerados compadecem-se com encontros que antecedem a ida para os estabelecimentos, principalmente se esta for proveniente de uma distância geográfica significativa. E esta situação é real para quase metade dos inquiridos do Jaime e do Soraya, que residem noutro concelho[1088] do distrito do Porto – 44,0% e 46,4% respectivamente. Tendo em linha de conta os que residem noutra freguesia do concelho, então esses valores sofrem um acréscimo significativo, o que nos permite perceber que uma ida a estes espaços impede a deslocação pedonal. Assim, a partilha do meio de locomoção pode explicar a presença de amigos ou conhecidos na deslocação percorrida e, consequentemente, à chegada ao estabelecimento – Quadro 8.11. Há ainda uma nota curiosa a respeito: repare-se que mais de metade dos clientes inquiridos, em todos os estabelecimentos, residem noutra

[1088] Lembramos que o Jaime e o Soraya situam-se no concelho de Vila Nova de Gaia, freguesia de Santa Marinha.

freguesia ou noutro concelho, tendo o estabelecimento como referente na resposta dada, o que significa que há uma deslocação – Quadro 8.11.

Isso não significa que perca sentido a designação de taberna de bairro, já avançada por Pedro de Andrade[1089], principalmente aplicável à casa Valente, que conta com cerca de 25% de frequentadores residentes nas suas imediações. É certo que o estabelecimento poder-se-ia situar nas imediações do local de trabalho para a sua grande maioria; contudo, também não é esta a realidade vivida, uma vez que isso só acontece para a maior parte dos inquiridos do Túnel (64,6%). O local de trabalho para a maioria dos inquiridos dos restantes estabelecimentos situa-se em outra freguesia ou em outro concelho – Quadro 8.12.

Ora, perante os elementos encontrados, torna-se mais evidente a característica deste tipo de estabelecimentos no que respeita à sua capacidade de atrair clientes com perfis sociais consentâneos com os predominantes na área geográfica em que se implantaram.

[1089] Cf. Pedro de Andrade, "A taberna mediática, local reticular de negociações sociais e sociológicas", in *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 23, 1991, pp. 274-275.

Quadro 8.10 A – Destino após a saída do local de trabalho e acompanhante(s) à chegada ao estabelecimento (valores relativos em linha)

Casa	Local para onde se dirige após a saída do trabalho	Acompanhante à chegada ao estabelecimento										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Valente	Casa		3.4%	3.4%		3.4%	17.2%		72.4%			
	Casa de familiares amigos colegas											
	Este estabelecimento				18.2%	9.1%	36.4%		63.6%			
	Outro estabelecimento idêntico											
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração											
	Estabelecimento de ensino											
	Passear											
	Compras											
	Outro											
	Não existe regularidade								100.0%			
	Não responde		33.3%						66.7%			
Túnel	Casa	1.7%				3.4%	37.9%	3.4%	53.4%			
	Casa de familiares amigos colegas											
	Este estabelecimento					12.5%	12.5%	.0%	87.5%			
	Outro estabelecimento idêntico											
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração											
	Estabelecimento de ensino											
	Passear											
	Compras											
	Outro											
	Não existe regularidade								100.0%			
	Não responde								100.0%			

Fonte: CRSV, 2001.

Legenda:

1. Cônjuge/ companheiro(a)/namorado(a)	5. Amigos/pessoas conhecidas noutros locais	9. Outro
2. Familiares	6. Colegas de trabalho	10. Não existe regularidade
3. Amigos/pessoas conhecidas neste estabelecimento ou semelhante	7. Vizinhos	11. Não responde
4. Amigos/pessoas conhecidas noutro tipo de estabelecimento de bebidas e/ou restauração	8. Sozinho	

Quadro 8.10 B – Destino após a saída do local de trabalho e acompanhante(s) à chegada ao estabelecimento (valores relativos em linha)

Casa	Local para onde se dirige após a saída do trabalho	Acompanhante à chegada ao estabelecimento										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Jaime	Casa	30.6%	12.2%	10.2%		18.4%	14.3%		24.5%		2.0%	
	Casa de familiares/amigos/colegas											
	Este estabelecimento			14.3%			28.6%	14.3%	42.9%			
	Outro estabelecimento idêntico				100.0%							
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração											
	Estabelecimento de ensino											
	Passear		100.0%			100.0%						
	Compras											
	Outro											
	Não existe regularidade				28.6%	14.3%			14.3%		42.9%	
	Não responde				100.0%							
Soraya	Casa	3.6%	10.7%	14.3%	1.8%	16.1%	3.6%	3.6%	48.2%		3.6%	
	Casa de familiares/amigos/colegas											
	Este estabelecimento						20.0%		80.0%			
	Outro estabelecimento idêntico											
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração				100.0%							
	Estabelecimento de ensino											
	Passear											
	Compras											
	Outro											
	Não existe regularidade						33.3%		33.3%		33.3%	
	Não responde	33.3%		33.3%					33.3%			

Fonte: CRSV, 2001.

Legenda:

1. Cônjuge/ companheiro(a)/namorado(a)	5. Amigos/pessoas conhecidas noutros locais	9. Outro
2. Familiares	6. Colegas de trabalho	10. Não existe regularidade
3. Amigos/pessoas conhecidas neste estabelecimento ou semelhante	7. Vizinhos	11. Não responde
4. Amigos/pessoas conhecidas noutro tipo de estabelecimento de bebidas e/ou restauração	8. Sozinho	

Quadro 8.10 C – Destino após a saída do local de trabalho e acompanhante(s) à chegada ao estabelecimento (valores relativos em linha)

Casa	Local para onde se dirige após a saída do trabalho	Acompanhante à chegada ao estabelecimento										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Solar	Casa	38.9%	2.8%			50.0%	22.2%		13.9%			
	Casa de familiares/amigos/colegas					100.0%						
	Este estabelecimento	100.0%				100.0%						
	Outro estabelecimento idêntico											
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração	71.4%	14.3%			100.0%	14.3%					
	Estabelecimento de ensino	100.0%				100.0%						
	Passear	100.0%				33.3%						
	Compras											
	Outro											
	Não existe regularidade	66.7%				66.7%						
	Não responde	38.9%										

Fonte: CRSV, 2001.

Legenda:

1. Cônjuge/ companheiro(a)/namorado(a)	5. Amigos/pessoas conhecidas noutros locais	9. Outro
2. Familiares	6. Colegas de trabalho	10. Não existe regularidade
3. Amigos/pessoas conhecidas neste estabelecimento ou semelhante	7. Vizinhos	11. Não responde
4. Amigos/pessoas conhecidas noutro tipo de estabelecimento de bebidas e/ou restauração	8. Sozinho	

Quadro 8.11 – Local de residência dos inquiridos por estabelecimento

Local de residência	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Na mesma rua do estabelecimento	,8%	1,5%	2,4%			
No mesmo quarteirão do estabelecimento	4,0%	9,2%	8,3%		2,4%	
No mesmo bairro do estabelecimento	2,7%	13,8%	1,2%			
Na mesma freguesia do estabelecimento	21,5%	10,8%	31,0%	21,4%	34,5%	1,7%
Outra freguesia do mesmo concelho	26,8%	23,1%	26,2%	27,4%	15,5%	46,7%
Outro concelho do mesmo distrito	38,5%	36,9%	27,4%	44,0%	46,4%	36,7%
Outro distrito	5,8%	4,6%	3,6%	7,1%	1,2%	15,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.12 – Local de trabalho dos inquiridos por estabelecimento

Local de trabalho	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Na mesma rua do estabelecimento	1,4%	5,0%			3,1%	
No mesmo quarteirão do estabelecimento	1,7%	2,5%	1,5%	4,7%		
No mesmo bairro do estabelecimento	1,7%	12,5%				
Na mesma freguesia do estabelecimento	27,1%	22,5%	64,6%	18,8%	18,5%	5,6%
Outra freguesia do mesmo concelho	22,2%	35,0%	20,0%	15,6%	9,2%	38,9%
Outro concelho do mesmo distrito	31,3%	15,0%	6,2%	48,4%	55,4%	24,1%
Outro distrito	6,9%	2,5%		6,3%	3,1%	24,1%
Não existe regularidade	7,3%	5,0%	6,2%	6,3%	10,8%	7,4%
Não responde	,3%		1,5%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Não obstante, o modo de conhecimento do estabelecimento está ligado, à proximidade e ao contacto diário com os espaços, geralmente situados em pontos de passagem para/próximo da residência ou para/próximo dos locais de trabalho dos frequentadores - os espaços fazem parte do "mundo da vida" dos inquiridos. Esta tendência, exceptua-se nas respostas prestadas pelos inquiridos do Solar do Vinho do Porto, caso em que o conhecimento do estabelecimento se liga, basicamente, a informações fornecidas por amigos/conhecidos, o que nos remete, novamente, para a importância das redes de sociabilidades por interpostos amigos/conhecidos e também à importância da passagem nas imediações – Quadro 8.13.

Assim, na percepção dos inquiridos, a familiaridade dos espaços deve-se à sua localização, geralmente nas proximidades dos locais de residência e de trabalho dos frequentadores, ou em espaços intermediários em relação a estes.

Quadro 8.13 – Modo de conhecimento do estabelecimento

Modo de conhecimento do estabelecimento	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Cônjuge/companheiro(a)/namorado(a)	2,1%	1,5%		2,4%	1,2%	6,7%
Familiares	6,6%	6,2%	2,4%	11,9%	6,0%	6,7%
Amigos/pessoas conhecidas noutro tipo de estabelecimento de bebidas e/ou restauração	5,0%		3,6%	8,3%	9,5%	1,7%
Amigos/pessoas conhecidas noutros locais	17,8%	12,3%	9,5%	11,9%	22,6%	36,7%
Colegas de trabalho	8,2%	10,8%	10,7%	9,5%	4,8%	5,0%
Vizinhos	4,0%	13,8%	6,0%	1,2%		
Divulgação publicitária (guia/roteiro da cidade...)	1,1%					6,7%
casualidade	6,9%	9,2%	16,7%	4,8%	2,4%	
Passagem nas imediações	31,6%	58,5%	42,9%	19,0%	25,0%	13,3%
Outro	18,0%	6,2%	13,1%	29,8%	27,4%	8,3%
Não se lembra	3,4%	1,5%		2,4%	1,2%	15,0%
Não responde	,3%	1,5%				

Fonte: CRSV, 2001.

É interessante perceber-se que se vão, desde já, esboçando contornos que diferenciam os espaços[1090], neles emergindo vertentes diferenciadas de actuação, por parte dos protagonistas inquiridos. Assim, a espaços diferentes corresponderão formas e tipos de sociabilidades diferentes. Enquanto que nos espaços onde predominam níveis de frequência menos estruturados e de índole mais "turística", as sociabilidades serão exógenas, sendo transportadas para dentro do estabelecimento, nos espaços onde predominam os consumos quotidianos e as visitas rotineiras, predominarão as sociabilidades endógenas ao estabelecimento ou sociabilidades que, não sendo endógenas, aí terão sido consolidadas. Contudo, adiante obteremos, decerto, uma resposta mais concludente a este nível, assente em hipóteses relacionadas com a articulação

[1090] Esta situação remete, de alguma forma, para a noção de "topologia social", que a propósito do conceito de espaço social, Pierre Bourdieu trabalha, nela inspirando-se. Cf. Bourdieu, Pierre & Wacquant, Loïc, *Réponses. Pour une Anthropologie réflexive,* cit., p. 20.

entre espaços e relacionamentos sociais, inscritos na procura explicita de convívio.

8.2.2. Motivos de frequência

Não é suficiente conhecer-se um espaço semi-público de bebidas e/ou bebidas e restauração para que a sua frequência esteja garantida e seja automática. Assim, importa perceber quais os motivos que subjazem à frequência dos estabelecimentos por parte dos inquiridos, isto é, o que atrai de facto estes frequentadores aos estabelecimentos em estudo.

Ressalta, pois, daqui que os motivos da frequência dos estabelecimentos, estão, porém, ligados ao tipo de funções dos diferentes estabelecimentos, bem como às suas especificidades. Neste patamar, detecta-se, uma vez mais, uma clivagem significativa entre o Solar e as restantes casas em análise. No Solar o motivo mais apontado é, explicitamente, o de beber vinho do Porto (31,7% dos inquiridos), seguido de perto pela importância de frequentar um estabelecimento requintado (28,3%) – a busca da "distinção"[1091] é aqui explicitamente afirmada. Nas restantes casas, assume particular importância a motivação de estar com amigos ou conhecidos (33,8% no Valente, 40,5% no Túnel, 50% na Soraya, 12% no Jaime) – o peso das sociabilidades é significativo. A estas motivações seguem-se as relacionadas com o consumo de bebidas - vinho, geralmente, mas também outras bebidas. A casa Jaime assume contornos particulares – o lanche é o principal motivo de frequência do estabelecimento, conhecido pelos seus "petiscos" – 41,7% –, seguido do consumo de vinho do Porto [bebido ao copo] (20,2%). O consumo de vinho do Porto é também uma das principais motivações da frequência da casa Soraya (28,6%) – Quadro 8.14

No que diz respeito aos motivos de frequência do estabelecimento centrados nas sociabilidades, sua vivência e aprofundamento, não deixa de ser

[1091] Pierre Bourdieu, *La Distinction*, cit.

pertinente corroborarmos a análise anterior com o seguinte fragmento de entrevista, revelador desses dados empíricos, à excepção do Solar:

> "Procuram boa alimentação, boa comida, e depois também a amizade. Às vezes, às vezes ... tão aqui uns quatro ou cinco na mesa a comer, mas entram outros, também, que os conhecem e, daí, ou, pronto, começam a conversar aí e tornam-se amigos". (Frequentador-consumidor 7, sexo masculino, 67 anos, comerciante, casado)

Quadro 8.14 – Principal motivo de frequência do estabelecimento

Principal motivo de frequência do estabelecimento[1092]	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Encontrar-se/estar com amigos ou conhecidos	29,7%	33,8%	40,5%	11,9%	50,0%	6,7%
Conversar com alguém que apareça	,5%		2,4%			
Estar com colegas de profissão	2,4%	4,6%	6,0%		1,2%	
Tratar de assuntos profissionais/de trabalho	,3%				1,2%	
Beber vinho corrente	7,7%	23,1%	11,9%	4,8%		
Beber vinho do Porto	16,7%		3,6%	20,2%	28,6%	31,7%
Beber um copo (outras bebidas)	9,0%	16,9%	19,0%	7,1%	1,2%	
Comer/lanchar	14,1%	10,8%	4,8%	41,7%	8,3%	
Tomar café	2,4%	1,5%	6,0%		3,6%	
Frequentar um estabelecimento habitual	2,4%	9,2%	3,6%			
Frequentar um estabelecimento diferente dos habituais	2,9%					18,3%
Frequentar um estabelecimento requintado	4,8%		1,2%			28,3%
Outro	7,2%		1,2%	14,3%	6,0%	15,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Numa perspectiva mais abrangente, confirmam-se as sociabilidades, enquadradas no lazer (valores altamente prevalecentes e transversais a todas as casas) e nos afectos (20% no Solar) enquanto motivo subjacente à presença do inquirido no dia em que respondeu ao inquérito. Todavia não são de descurar os motivos profissionais nesta matéria (16,7% no Jaime, 11,9% no Soraya e 8,3% no Solar), até porque, como já o enunciámos, é um dos motivos

[1092] O inquérito questiona os frequentadores sobre os dois motivos, por ordem de preferência, que os levam a frequentar o estabelecimento em causa. Contudo, uma vez que as alterações de respostas situam-se apenas nos registos percentuais, mantendo-se a mesma ordenação categorial no primeiro e no segundo motivo, optámos por inserir no corpo do texto apenas o quadro referente ao primeiro registo. O outro pode ser consultado no Anexo 6.1.

que, segundo as observações sistematizadas que efectuámos, esteve presente, com fortes indícios evidenciados – Quadro 8.15.

Quadro 8.15 – Motivo da frequência no dia da aplicação do inquérito

Motivo da frequência no dia do inquérito	Estabelecimento					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Motivos profissionais	8,2%	3,1%		16,7%	11,9%	8,3%
Motivos afectivos	4,8%			7,1%		20,0%
Motivos familiares	1,6%	1,5%		1,2%	1,2%	5,0%
Motivos de entretimento/lazer/fruição	85,4%	95,4%	100,0%	75,0%	86,9%	66,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Torna-se, de seguida, pertinente, perceber quais os motivos subjacentes ao encaminhamento dos inquiridos para estes estabelecimentos quando saem do local de trabalho – Quadro 8.16 A a C. Este quadro permite-nos assegurar que os inquiridos que declaram dirigir-se para os estabelecimentos em estudo (ou para estabelecimentos idênticos) após a saída do local de trabalho procuram, essencialmente, encontrar-se ou estar com amigos e conhecidos. A busca de momentos de convivialidade – possivelmente como forma de descontracção após um dia de trabalho – é a primeira motivação explicitamente apontada para a frequência destes estabelecimentos (Valente: 45,5,% dos inquiridos que se dirigem para o estabelecimento optaram por apontar este motivo; Túnel: 50%; Jaime: 14,3% e 50% dos inquiridos que declaram dirigir-se para outro estabelecimento idêntico; Soraya: 80%). Apenas no Solar este motivo não é apontado; neste estabelecimento, os inquiridos que declaram visitá-lo após a saída do trabalho fazem-no (primeiro motivo) por procurarem um estabelecimento "requintado". Nas casas Valente, Túnel e Jaime, são também relevantes os motivos que apontam para o desejo de "beber um copo", seja de vinho corrente, seja de vinho do Porto, seja de outras bebidas.

As especificidades dos diversos estabelecimentos ajudam, então, a explicar as motivações encontradas pelos inquiridos para a sua frequência que pode estar associada a objectivos práticos ou simbólicos específicos ligados a determinados objectivos por parte dos actores sociais, como sejam consumos, sociabilidades, convivialidades, lazeres, etc. Veja-se que, neste contexto, vai-se consolidando a ideia de que a estruturação da sociedade estudada comporta a existência de espaços semi-públicos para consumo vínico que diferem entre si social e fisicamente, pelo que a preferência – (pré-disposição[1093]) – para o consumo de vinho em espaço semi-público, não é inócua, dependendo das especificidades do próprio espaço: físicas, sociais, materiais e simbólicas.

Até aqui tudo indica, portanto, que o peso das sociabilidades é significativo na escolha do espaço, não devendo, no entanto, ser descurada a importância do consumo alcoólico como prática que deve ser compreendida em si mesma. Segundo Claire Bidard, os relacionamentos de afinidade são sociais, deixando transparecer regularidades e configurações construídas socialmente, e contribuindo, por sua vez, para a construção da sociedade.[1094] Desta forma, contribuem, também, para a estruturação do "mundo da vida" de que faz parte cada inquirido.

[1093] De realçar a pertinência do *habitus*, noção cara a Bourdieu, para se equacionar a importância da pré-disposição nestas matérias. Tratando-se de uma noção recorrente nos escritos bourdianos, pode a sua definição, como já apontámos no primeiro capítulo desta dissertação, ser encontrada em Pierre Bourdieu, *Esboço de Uma Teoria da Prática*, cit., p. 167.

[1094] Cf. Claire Bidard, *L'Amitié. Um Lien Social*, Paris, Éditions la Découverte, 1997, pp.6-8.

Quadro 8.16 A – Destino após a saída do local de trabalho e principal motivo de frequência do estabelecimento (valores relativos em linha)

	Local para onde se dirige após a saída do trabalho	1º Motivo de frequência do estabelecimento																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Valente	Casa	27.6%			10.3%			10.3%		27.6%	10.3%	3.4%		10.3%					
	Casa de familiares/amigos/colegas																		
	Este estabelecimento	45.5%						18.2%		18.2%				18.2%					
	Outro estabelecimento idêntico																		
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração																		
	Estabelecimento de ensino																		
	Passear																		
	Compras																		
	Outro																		
	Não existe regularidade	100.0%																	
	Não responde	33.3%									33.3%			33.3%					
Tunel	Casa	32.8%		1.7%	8.6%			10.3%	3.4%	24.1%	5.2%	8.6%		1.7%		1.7%		1.7%	
	Casa de familiares/amigos colegas																		
	Este estabelecimento	50.0%						12.5%	12.5%	12.5%	12.5%								
	Outro estabelecimento idêntico																		
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração																		
	Estabelecimento de ensino																		
	Passear																		
	Compras																		
	Outro																		
	Não existe regularidade	100.0%																	
	Não responde	100.0%																	

Fonte: CRSV, 2001.

Legenda:

1. Encontrar-se/estar com amigos ou conhecidos	7. Beber vinho corrente	13. Frequentar um estabelecimento habitual
2. Conhecer pessoas novas	8. Beber vinho do Porto	14. Frequentar um estabelecimento diferente dos habituais
3. Conversar com alguém que apareça	9. Beber um copo (outras bebidas)	15. Frequentar um estabelecimento requintado
4. Estar com colegas de profissão	10. Comer/lanchar	16. Frequentar um estabelecimento popular
5. Tratar de assuntos profissionais/de trabalho	11. Tomar café	17. Outro
6. Namorar	12. Sair de casa	18. Não responde

Quadro 8.16 B – Destino após a saída do local de trabalho e principal motivo de frequência do estabelecimento (valores relativos em linha)

	Local para onde se dirige após a saída do trabalho	1º Motivo de frequência do estabelecimento																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Jaime	Casa	6.1%						4.1%	24.5%	6.1%	53.1%							6.1%	
	Casa de familiares amigos-colegas																		
	Este estabelecimento	14.3%							28.6%	14.3%	14.3%							28.6%	
	Outro estabelecimento idêntico	50.0%								50.0%									
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração																		
	Estabelecimento de ensino																		
	Passear								100.0 %										
	Compras																		
	Outro																		
	Não existe regularidade	28.6%									14.3%							57.1%	
	Não responde	100.0 %																	
Soraya	Casa	48.2%			1.8%				35.7%	1.8%	5.4%	1.8%						5.4%	
	Casa de familiares amigos colegas																		
	Este estabelecimento	80.0%				20.0%													
	Outro estabelecimento idêntico																		
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração								100.0 %										
	Estabelecimento de ensino																		
	Passear																		
	Compras																		
	Outro																		
	Não existe regularidade	66.7%							33.3%										
	Não responde	33.3%																66.7%	

Fonte: CRSV, 2001.

Legenda:

1. Encontrar-se/estar com amigos ou conhecidos	7. Beber vinho corrente	13. Frequentar um estabelecimento habitual
2. Conhecer pessoas novas	8. Beber vinho do Porto	14. Frequentar um estabelecimento diferente dos habituais
3. Conversar com alguém que apareça	9. Beber um copo (outras bebidas)	15. Frequentar um estabelecimento requintado
4. Estar com colegas de profissão	10. Comer/lanchar	16. Frequentar um estabelecimento popular
5. Tratar de assuntos profissionais/de trabalho	11. Tomar café	17. Outro
6. Namorar	12. Sair de casa	18. Não responde

Quadro 8.16 C – Destino após a saída do local de trabalho e principal motivo de frequência do estabelecimento (valores relativos em linha)

	Local para onde se dirige após a saída do trabalho	1º Motivo de frequência do estabelecimento																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Solar	Casa	5.6%							38.9%						19.4%	22.2%		13.9%	
	Casa de familiares/amigos/colegas																	100.0 %	
	Este estabelecimento															100.0 %			
	Outro estabelecimento idêntico																		
	Outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração								28.6%						42.9%	14.3%		14.3%	
	Estabelecimento de ensino	100.0 %																	
	Passear								33.3%						16.7%	50.0%			
	Compras																		
	Outro																		
	Não existe regularidade	33.3%														66.7%			
	Não responde																		

Fonte: CRSV, 2001.

Legenda:

1. Encontrar-se/estar com amigos ou conhecidos	7. Beber vinho corrente	13. Frequentar um estabelecimento habitual
2. Conhecer pessoas novas	8. Beber vinho do Porto	14. Frequentar um estabelecimento diferente dos habituais
3. Conversar com alguém que apareça	9. Beber um copo (outras bebidas)	15. Frequentar um estabelecimento requintado
4. Estar com colegas de profissão	10. Comer/lanchar	16. Frequentar um estabelecimento popular
5. Tratar de assuntos profissionais/de trabalho	11. Tomar café	17. Outro
6. Namorar	12. Sair de casa	18. Não responde

De facto, a forma como os inquiridos ocupam o tempo na sua permanência no estabelecimento, vai de encontro ao constatado imediatamente acima. Assim, a maioria dos inquiridos em co-presença no estabelecimento preenchem o tempo privilegiando as práticas de consumo vínico ("beber") e as de convívio ("estar/conversar com amigos/colegas/conhecidos"). Beber – vinho ou outras bebidas – constitui uma prática particularmente relevante nas casas Valente e Túnel (mais de 70% dos inquiridos em cada casa responderam passar o tempo dessa forma); os lanches e o consumo de petiscos constituem uma prática muito generalizada em todos os espaços, com grande acuidade no Jaime e pouco significado na Soraya e no Solar.

Por seu turno, a convivialidade surge, recorrentemente, como um dado prestimoso nestas temáticas, registando-se valores elevados em todos as casas no que respeita ao convívio com colegas ou amigos - 53,8% no Valente, 48,8% no Túnel, 64,3% no Jaime, 85,7% na Soraya e 91,7% no Solar – Quadro 8.17. Daqui se tira a transversalidade desta prática a todos os estabelecimentos, o que, por sua vez, remete obrigatoriamente, para as questões das sociabilidades[1095]. São a este propósito importantes as palavras de alguns entrevistados quando nos referiram que:

> "Não, ora bem, talvez a pretexto de encontrar um amigo, um conhecido, depois calha beber umas cervejitas" (Frequentador-consumidor 10, sexo masculino, comerciante, 4ª classe, casado)

> "Prá 'além de comer e beber, olhe, conversam uns com os outros, entretêm-se e passam o tempo deles". (Frequentador-consumidor 2)

[1095] Sobre contextos conviviais e relacionamentos em círculos sociais, dotados de regra e códigos específicos, ver Claire Bidard, *L'Amitié. Um Lien Social*, cit.; todo o livro é de leitura elucidativa sobre estas temáticas, contudo, neste ponto específico, ver principalmente as pp. 52-57.

Quadro 8.17 – Modo de ocupação do tempo durante a frequência do estabelecimento

Modo de ocupação do tempo	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Estar/conversar com amigos/conhecidos/colegas	68,2%	53,8%	48,8%	64,3%	85,7%	91,7%
Estar/conversar com o proprietário/gerente/empregado	3,7%	1,5%	8,3%	2,4%	2,4%	3,3%
Ler o jornal	11,4%	13,8%	22,6%	9,5%	4,8%	5,0%
Ver TV	2,9%	1,5%	11,9%			
Jogar cartas/damas/xadrez/dominó	5,3%	29,2%			1,2%	
Jogar malha						
Beber	60,7%	70,8%	72,6%	47,6%	50,0%	66,7%
Lanchar/comer/petiscar	34,0%	43,1%	42,9%	61,9%	13,1%	1,7%
Outro	4,8%		6,0%	,0%	1,2%	20,0%
Não existe regularidade	,3%			1,2%		
Não responde						

Fonte: CRSV, 2001.

Em geral, não existe uma tendência para ocupar sempre o mesmo lugar no estabelecimento, apesar de o número de inquiridos que responderam afirmativamente a esta questão na Soraya e no Solar ser significativo (42,9% e 48,3%, respectivamente). Sublinhe-se, no entanto, a importância atribuída ao "hábito" na justificação da ocupação do mesmo lugar. Há como que uma sedimentação de gestos, que, neste caso, se articula com a apropriação do espaço. No Solar, para os inquiridos que responderam afirmativamente, assume particular importância o facto de, em determinados lugares, se poder desfrutar da paisagem. Os inquiridos que responderam negativamente, referem não ter preferência por um lugar ou apontam o facto de o lugar preferido estar já ocupado quando chegam ao estabelecimento – Quadros 8.18, 8.19, 8.20. Saliente-se que, a indisponibilidade de lugar (do lugar desejado) reforça a eventualidade da apropriação dum determinado lugar, se este estivesse disponível.

Quadro 8.18 – Ocupação do espaço no interior do estabelecimento

Tendência para ocupar sempre o mesmo lugar	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	71,1%	86,2%	85,7%	72,6%	57,1%	51,7%
Sim	28,9%	13,8%	14,3%	27,4%	42,9%	48,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.19 – Motivos da ocupação sistemática de um determinado lugar no interior do estabelecimento

Motivos da tendência para ocupar sempre o mesmo lugar	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Por hábito	14,9%	9,2%	13,1%	15,5%	22,6%	11,7%
Pela vista da paisagem	4,0%					25,0%
Por gosto do lugar	6,9%	4,6%	1,2%	10,7%	10,7%	6,7%
Por uma questão de amizades	2,4%			1,2%	8,3%	1,7%
Por uma questão de conforto	3,7%	1,5%	1,2%	1,2%	3,6%	13,3%
Outros	,8%				3,6%	

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.20 – Motivos da não ocupação sistemática de um determinado lugar no interior do estabelecimento

Motivos para não ocupar sempre o mesmo lugar	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Por (in)disponibilidade de lugar	21,5%	15,4%	16,7%	34,5%	28,6%	6,7%
Por não ter preferência	17,8%	21,5%	32,1%	11,9%	3,6%	21,7%
Por gosto em variar de lugar	4,8%	1,5%	1,2%	1,2%	7,1%	15,0%
Por uma questão de amizades	3,7%	4,6%	2,4%	2,4%	6,0%	3,3%
Pela dimensão do espaço	6,6%	3,1%	8,3%	9,5%	7,1%	3,3%
Por impossibilidade de marcar lugar	3,7%	10,8%	7,1%		1,2%	
Por disposição pontual	6,6%	4,6%	3,6%	13,1%	8,3%	1,7%
Por condições climatéricas	2,4%	3,1%	2,4%	3,6%		3,3%
Outros	,3%					1,7%

Fonte: CRSV, 2001.

Daqui se percebe que não é indiferente a organização interna do estabelecimento, passível de conduzir ao mesmo micro-espaço. Aliás, também aqui, não fossem os constrangimentos inerentes às dimensões reduzidos do lugar, e assistiríamos a uma consolidada vivência ritualizada esboçada no próprio modo de ocupação do espaço. Repare-se no volume expressivo dos frequentadores que não ocupam o mesmo espaço por este não estar disponível (34,5% no Jaime e 28,6% na Soraya).

Nesta lógica de ocupação e apropriação do espaço, os frequentadores das casas Valente, Túnel e Soraya permanecem preferencialmente de pé (lógica mais próxima da ideia comum da "tasca/taberna") o que, de resto, se aqedua bastante bem à circulação fluida da conversa que entre dois copos de vinho e uma patanisca se vai mantendo com os presentes – alimentando-se assim o corpo e a alma -, bem como à circulação dos corpos entre grupos; no Jaime, pelo contrário, permanecem preferencialmente sentados. A dimensão de cada um destes espaços e as suas características físicas não serão, decerto, alheios a este procedimento. Mas, à excepção do Solar, onde os frequentadores permanecem essencialmente sentados (96,7%, o que de novo se relaciona com a própria configuração do estabelecimento), a postura habitual divide-se bastante entre aquelas duas modalidades, articulando-se, de forma recorrente, às sociabilidades – Quadro 8.21.

Quadro 8.21 – Postura habitual adoptada pelos inquiridos no interior do estabelecimento

Postura habitual	Estabelecimento					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Senta-se	51,2%	32,3%	45,2%	57,1%	33,3%	96,7%
Permanece de pé	36,1%	46,2%	47,6%	27,4%	48,8%	3,3%
Não existe regularidade	11,9%	32,3%	7,1%	15,5%	17,9%	
Não responde	,8%	4,6%				
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.22 – Antiguidade da frequência do estabelecimento

Antiguidade de frequência do estabelecimento	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Menos de 1 ano	12,7%	10,8%	16,7%	14,3%	3,6%	20,0%
1 a 2 anos	10,3%	10,8%	13,1%	6,0%	7,1%	16,7%
3 a 5 anos	16,4%	7,7%	13,1%	19,0%	22,6%	18,3%
6 a 10 anos	21,2%	23,1%	28,6%	16,7%	21,4%	15,0%
10 a 15 anos	10,9%	10,8%	8,3%	10,7%	17,9%	5,0%
15 a 20 anos	5,6%	3,1%	1,2%	4,8%	11,9%	6,7%
Mais de 20 anos	22,8%	33,8%	19,0%	28,6%	15,5%	18,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Como se pode perceber, pelos Quadros 8.2 e 8.19, o "hábito" é um motivo, quer em frequentar o estabelecimento, quer relativamente à ocupação do lugar, presente nas declarações dos inquiridos. Importa, então, por sua inerência, ter em linha de conta a antiguidade e assiduidade da frequência destes estabelecimentos, pois neste contextos são parâmetros que também nos interessam apurar. A casa Valente, é aquela que conta com maior número de clientes mais antigos (33,8%), apesar destes também fazerem parte dos clientes habituais no Túnel, Jaime e Solar. No Valente: quase 50% são clientes há 10 ou mais anos; 70% são clientes há pelo menos 6 anos; apenas cerca de 20% são clientes há dois anos ou menos. No Túnel, quase 30% são clientes há 10 ou mais anos; 30% frequentam o estabelecimento há mais de 6 anos e há menos de 10; 30% frequentam-no há dois anos ou menos. No Jaime: 45% são clientes há pelo menos 10 anos; 36% são clientes há mais de 3 anos e há menos de 10; 20% são clientes há menos de 2 anos. Na Soraya: 45% dos clientes são-no há mais de 10 anos; 44% são-no há mais de 3 e há menos de 10 anos. Estes valores indicam que estamos perante estabelecimentos que continuam de certo modo activos, no que respeita ao recrutamento de novos frequentadores, apesar de, com menor incidência no Soraya; no que respeita a este estabelecimento, note-se o reduzido peso relativo dos clientes que frequentam este espaço há 2 anos ou menos (10,7%), bastante aquém dos valores apresentados pelos restantes. O Solar apresenta uma estrutura de frequentadores mais recente: 36,7% dos inquiridos são clientes há menos de 2

anos e 33,3% são clientes há mais de 3 e há menos de 10 anos – Quadros 8.22.

Quadro 8.23 – Assiduidade da frequência do estabelecimento

	Estabelecimento					
Cliente assíduo?	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	35,3%	32,3%	26,2%	44,0%	22,6%	56,7%
Sim	64,2%	67,7%	73,8%	56,0%	76,2%	41,7%
Não sabe	,5%				1,2%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

A antiguidade explica-se pela própria evolução etária dos frequentadores deste tipo de espaços, cada vez mais envelhecidos. Os mais antigos são frequentadores habituais e os novos frequentadores são escassos, até pela desertificação dos contextos em que se inserem os estabelecimentos. Lembremo-nos da caracterização demográfica efectuada a cada um dos Centros Históricos, no capítulo anterior. Como então ressaltou, o envelhecimento e o retraimento demográfico balizam práticas endógenas aos Centros Históricos, das quais se salientam as de pendor tendencialmente mais tradicional, como o é a prática vínica inserida em lógica tabernal[1096]. Em contrapartida, trata-se de uma questão que se coloca menos no caso do Solar, até pelas características diferentes do próprio estabelecimento, e pela sua lógica de actuação.

Assim, emerge daqui uma fronteira, com fortes contornos e que distancia os quatro primeiros estabelecimentos deste último. Veja-se que, a antiguidade é uma variável de certo modo aliada à assiduidade. Daí que, a reforçar ainda mais aquela separação, temos a assiduidade, resultando então, que, além de antigos, os clientes são assíduos, o que revela a recorrência de práticas ordinárias, sedimentadas, por conseguinte, e assimiladas pelo próprio *habitus*

[1096] A lógica tabernal está, ela própria, circunscrita a um espaço semi-público que vive, na sua essência, em torno da venda de determinadas bebidas alcoólicas, mormente, vinhos e cerveja. O balcão assume o papel de centralizador de práticas que, embora, plurais, aglutinam, simultaneamente ou não, por um lado, registos funcionais e utilitários, inerentes a uma prática alimentar, e por conseguinte a uma lógica funcional; por outro, registos sociais e lúdicos, inerentes a uma prática social e lúdica, por conseguinte, a uma lógica lúdica e sociabilitária. Sobre este assunto já nos debruçámos; cf. Dulce Magalhães, "A taberna: usos do espaço e do tempo" in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras*, nº 6, 1996, pp. 213-229; Dulce Magalhães, "Consumos e sociabilidades na taberna: Estudo preliminar de um caso", in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras*, no 11, 2001, pp. 107-119.

do indivíduo, nomeadamente o seu *habitus de classe*[1097]; cerca de dois terços dos inquiridos afirmam ser clientes assíduos, em todas as casas com excepção do Solar; este último, por ter uma estrutura de frequentadores potencialmente mais "flexível" e pelas suas próprias características enquanto espaço de visitas de índole eminentemente "turística"[1098], esporádica ou extraordinária, apresenta um maior número de frequentadores a declarar não ser cliente assíduo (56,7% contra 47,1% dos inquiridos que declaram ser assíduos) – Quadro 8.23. A questão da afirmação da assiduidade da frequência deste estabelecimento pode também vir na sequência do afirmado anteriormente acerca das motivações de frequência do espaço, muito ligadas a uma busca de "distinção" e "requinte". Seria inadequado não termos presente a possibilidade de se percepcionar a assiduidade de forma diferente. Percebemos, posteriormente, que tanto se considera assíduo o cliente que frequenta um estabelecimento diariamente ou quase, como aquele outro cliente que, não tendo uma prática diária, frequenta o estabelecimento *assiduamente uma vez por mês*, ou *assiduamente no Verão*, por exemplo. Tudo leva a crer, tratar-se, por conseguinte, de um adjectivo passível de entendimento polissémico, porque articulado com a dotação de sentido das acções[1099] - suas e dos outros - por parte dos protagonistas sociais.

Percebe-se, então, que a frequência destes quatro primeiros Tipos de estabelecimentos é, geralmente, de longa data, aliando-se a uma iniciação precoce aos espaços, como veremos, o que reflecte não apenas o forte enraizamento deste tipo de práticas sociais (importância da socialização precoce não só com os locais para consumos vínicos, mas também com o próprio acto de beber), como um progressivo envelhecimento destes protagonistas sociais, que foram sedimentando as suas práticas sociais ao longo da sua trajectória de vida. A inserção dos estabelecimentos em espaços urbanos caracterizados por um forte declínio socioeconómico e demográfico significa que são limitadas as possibilidades de inversão do processo, pese embora alguma capacidade de renovação de clientela que ainda assim se vai fazendo sentir, nestes

[1097] Sobre a abrangência deste conceito, remetemos, novamente, para os textos bourdianos já aqui referidos.
[1098] O adjectivo das visitas pretende transmitir a ideia de uma prática que não chega a transmutar-se em hábito, pelo que não deve ser confundido com o substantivo "turista".
[1099] Cf. Max Weber em *Economia y Sociedad*, cit., p. 4; Augusto Santos Silva, *Tempos Cruzados: um Estudo Interpretativo da Cultura Popular*, cit., p. 19. Ver também Patrice Bonnewitz, *Primeiras Lições sobre a Sociologia de P.* Bourdieu, cit., p. 23; Raymond Aron, *As Etapas do Pensamento Sociológico*, cit., p. 509.

estabelecimentos, como mostrou o Quadro 8.22. Ainda assim, note-se que o facto de os Centros Históricos do Porto e de Vila Nova de Gaia assistirem a um forte envelhecimento sócio-demográfico contribui, entre outros factores, para condenar ao declínio casas deste tipo, apesar de nem todas contarem com o mesmo tipo de insucesso; a corroborar, lembraríamos a acutilância do fecho de estabelecimentos idênticos, precisamente provocados pela ausência de clientela, que não só escasseia como não se renova, como apontámos no capítulo 3 a propósito dos périplos que efectuámos nos Centros Históricos. Mesmo admitindo a sua atractividade junto de pessoas não oriundas ou não residentes nestas áreas, tudo aponta para sérias dificuldades de renovação dos frequentadores destes espaços. Poucos jovens significam poucos "futuros frequentadores", até porque, como indicam os dados, a frequência destes espaços começa precocemente e é precocemente que se fidelizam utentes.

8.2.3. Produção de sentidos

Como a produção de sentido face às acções, às coisas e aos homens emerge com a força esclarecedora do desempenho, necessário se mostrou determo-nos na percepção definidora de cada um dos espaços de acolhimento dos frequentadores, traduzidos pela adjectivação ao próprio espaço.

Em todos os casos, os inquiridos definem os estabelecimentos, em primeiro lugar, como lugares "sossegados" (regista-se uma frequência de respostas de 70% ou mais, à excepção da Soraya que conta apenas com 53,6%) e, em segundo lugar, como lugares "acolhedores" (registando-se agora uma separação entre os dois primeiros Tipos de casas que apresentam valores na ordem dos 76% e os três últimos, que rondam os 40%). Nas quatro primeiras casas, salienta-se também um número significativo de inquiridos (a rondar os 20%) que definem os espaços como "animados", o que remete, porventura, para uma utilização mais "social" dos estabelecimentos, imbuídos que estão de um lógica lúdica. Na última casa o destaque incide nos 28,3% de indivíduos que realçam o "requinte" do Solar como segunda característica – Quadro 8.24.

Pelo que se pode constatar, há uma clara valorização de representações[1100] positivas dos estabelecimentos e de representações que remetem para um ambiente de tranquilidade, bem-estar e para uma certa cumplicidade, porque, tudo o sugere, estamos perante estabelecimentos que são parte integrante do "mundo da vida" dos inquiridos, aparecendo aos seus olhos, por isso, como aproblemáticos. Neste sentido, os espaços são predominantemente encarados como lugares "sossegados" e "acolhedores", porque integrados, justamente, nos esquemas de percepção e avaliação comuns ao "mundo da vida" partilhado pelos inquiridos.

E porque o "requinte" é uma característica inerente à distinção, não poderíamos deixar de evidenciar este factor, porventura aliado muito mais a um estilo de vida já sedimentado, e portanto, já legitimado, do que a um estilo de vida em legitimação, uma vez que, como já conhecemos, os clientes inquiridos no Solar discriminam-se dos demais pelos pólos mais nitidamente positivos das variáveis tidas em consideração aquando da caracterização socioprofissional, nomeadamente, nível de instrução, grande grupo profissional, lugar de classe individual, de família e de origem. Ora, se aceitarmos que o estilo de vida, seja ele de que tipo for, está inscrito no "mundo da vida" dos protagonistas sociais, perceberemos que a forma como os frequentadores adjectivam cada espaço, reflecte o seu próprio mundo, estabelecendo com ele pontes de familiaridade e cumplicidade, coadjuvados, é certo, pela própria assiduidade que caracteriza boa parte dos frequentadores (41,7% no Solar, Quadro 8.23). Assim, a apropriação do espaço frequentado, passará também, pela extensão deste ao "mundo da vida" dos clientes, do qual a distinção ou a confusão, por exemplo, farão parte.

[1100] Sobre repercussões de representações sociais nas práticas dos agentes, é crucial o contributo de W. Doise, e al, *Représentations Sociales et analyses de données*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1992.

Quadro 8.24 – Definição do ambiente dos estabelecimentos pelos inquiridos

Definição dos espaços	Estabelecimento											
	Global		Valente		Túnel		Jaime		Soraya		Solar	
	Definição 1	Definição 2	Definição 1	Definição 2	Definição 1	Definição 2	Definição 1	Definição 2	Definição 1	Definição 2	Definição 1	Definição 2
Sossegado	70,6%		80,0%		78,6%		72,6%		53,6%		70,0%	
Animado	18,8%	10,9%	15,4%	7,7%	17,9%	2,4%	21,4%	23,8%	33,3%	16,7%		
Barulhento	,8%	1,1%			1,2%	3,6%	1,2%		1,2%	1,2%		
Acolhedor	8,2%	55,4%	1,5%	76,9%	1,2%	76,2%	4,8%	44,0%	11,9%	40,5%	25,0%	40,0%
Movimentado	,3%	15,1%	1,5%	4,6%		13,1%		22,6%		28,6%		
Cerimonioso		,5%		1,5%						1,2%		
Requintado	,8%	5,3%						1,2%		2,4%	5,0%	28,3%
Confuso	,3%	,3%	1,5%					1,2%				
Íntimo		10,3%		6,2%		3,6%		6,0%		9,5%		
Não responde	,3%	1,1%		3,1%	1,2%	1,2%		1,2%				
Total	100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%	

Fonte: CRSV, 2001.

A larga maioria dos frequentadores dos estabelecimentos Valente, Túnel e Jaime tipificam os respectivos espaços como "casas de pasto" (66,2%, 70,2% e 60,7%) – Quadro 8.25. Se juntarmos a estes valores os dos inquiridos que definem os estabelecimentos como "tascos" ou "tabernas", então constataremos que mais de 90% dos indivíduos que responderam a esta questão definem os espaços segundo designações que comportam uma elevada carga popular e tradicionalista[1101]. Este facto deverá estar relacionado não só com a própria apresentação física dos espaços, mas também com todo um conjunto de representações que, de uma forma abrangente, estão associadas a estes estabelecimentos e aos próprios frequentadores. A preponderância da escolha da designação "casa de pasto" poderá derivar de uma eventual "fuga" à carga negativa potencialmente associada às expressões do tipo "tasco/a", "taberna" ou "boteque"[1102].

[1101] Novamente, faz sentido equacionar-se, a este propósito, a importância da dotação de sentido por parte dos indivíduos. Do nosso ponto de vista, a dotação de sentido atribuído às coisas e às acções por um lado, e a representação social por outro, porque fortemente imbricadas uma na outra, implicam-se mutuamente.

[1102] Ao abordar as representações, retomaremos este assunto. Note-se que, aquando das nossas incursões etnográficas, ficou clara uma certa ambiguidade na definição de "tasca/o" e de "taberna", misturando-se as características, e tomando-as mesmo como sinónimos entre si e extensivos a outros tipos de espaços semi-públicos afins a estes.

No caso particular da casa Soraya, a maioria dos inquiridos tipificou o espaço como um "café" (40,5%) ou um "bar" (28,6%), o que resulta da percepção relativa à organização física do espaço – diferente da dos anteriores estabelecimentos –, da designação do estabelecimento – cafetaria - e das próprias funções que cumpre, algumas das quais centralizadas no vinho do Porto e sustentando um ritual domingueiro, próximo de romaria.

Quadro 8.25 – Tipificação do estabelecimento pelos inquiridos

Definição do estabelecimento pelo inquirido	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Bar	9,8%	1,5%			28,6%	20,0%
Bar de luxo	11,1%				1,2%	68,3%
Café	9,0%				40,5%	
Tasco	7,4%	16,9%	8,3%	11,9%		
Taberna	15,4%	13,8%	19,0%	25,0%	14,3%	
Casa de pasto	41,4%	66,2%	70,2%	60,7%	2,4%	1,7%
Botequim/boteque	1,6%			1,2%	6,0%	,0%
Outro	3,2%	1,5%	2,4%	1,2%	4,8%	6,7%
Não sabe	,8%				2,4%	1,7%
Não responde	,3%					1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

O Solar é definido essencialmente como um "bar", concretamente um "bar de luxo" (68,3% dos inquiridos definiram-no deste modo, ao passo que 20% o definiu apenas como um "bar"), o que revela uma percepção muito próxima da designação oficial – Quadro 8.25. A definição do Solar como "bar de luxo" estará ligada ao conjunto de representações associadas a este estabelecimento e, possivelmente, às estratégias de procura de distinção accionadas pelos seus frequentadores que, valorizando o espaço, valorizam-se também a si mesmos.

Podemos, então, considerar que a apresentação e as funções dos estabelecimentos, assim como, a sua designação oficial, condicionam o modo como os seus frequentadores os tipificam. Em certa medida, isto poderá conduzir à hierarquização dos estabelecimentos em termos sociais em função da oferta que os caracteriza e dos perfis sociais presentes.

Uma vez tipificado o estabelecimento, por parte do inquirido, importa perceber se estamos perante eleição de espaços semi-públicos de frequência exclusiva ou se, pelo contrário, os inquiridos comportam, nas suas rotinas, outras paragens em espaços idênticos. Retenha-se, então, que nas casas Valente e Túnel, cerca de 60% dos frequentadores admite frequentar outros espaços idênticos. O número desce para os 50% na casa Jaime – Quadro 8.26.

O elevado número de inquiridos que revelam frequentar casas idênticas àquelas nas quais foram submetidos a inquérito poderá significar a existência de uma "cultura" de frequência deste tipo de estabelecimentos e de redes de sociabilidades[1103] que, sendo sempre específicas de cada espaço e assumindo aí configurações particulares, são também policêntricas[1104].

Os valores daqueles que afirmam não frequentar outros estabelecimentos idênticos são também significativos, o que pode traduzir a sua "fidelização" àquele espaço particular; poderíamos estar, também, perante a inserção profunda destas casas nos contextos locais – a rua, o quarteirão, o bairro - acolhendo gente "dali", endógenos, muitas vezes com pouco capital de mobilidade. Contudo, ficou provado, pelos Quadros 8.11 e 8.12 que a larga maioria dos inquiridos não vive nem trabalha nas imediações do estabelecimento.

Quadro 8.26 – Frequência de estabelecimentos similares

Frequência de outros estabelecimentos similares	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	50,4%	38,5%	39,3%	48,8%	66,7%	58,3%
Sim	48,5%	58,5%	60,7%	48,8%	33,3%	41,7%
Não responde	1,1%	3,1%		2,4%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

[1103] Claire Bidard apresenta um trabalho bastante interessante sobre "espaços de sociabilidade específicas", propondo mesmo uma tipologia; cf. Claire Bidard, "Sociabilités: quelques variables", in *Revue Française de Sociologie*, XXIX-4, Paris, 1988, pp. 621-648. Também Georges Gurvitch e Catherine Paradeise são autores que, de alguma forma, tratam nos seus estudos as sociabilidades, clivando-as. Cf., respectivamente, Georges Gurvitch, *A Vocação Actual da Sociologia*, Vol. 1, Lisboa, Edições Cosmos, pp. 161-169 e Catherine Paradeise, "Sociabilité et culture de classe", in *Revue Française se Sociologie*, vol.XXI, Paris, 1980, pp. 571-597.

[1104] Seria interessante poder saber se os inquiridos se encontram com as mesmas pessoas em outras casas frequentadas; por exemplo: quando uma casa está fechada, os "amigos" encontram-se noutra que esteja aberta? Haverá um circuito "tabernal" que leve os "amigos" a percorrer estabelecimentos idênticos independentemente destes se encontrarem abertos? Vale a pena não perder de vista que nas imediações tanto do Valente e do Túnel, no Centro Histórico do Porto, como nas do Jaime, Centro Histórico de Vila Nova de Gaia, existem estabelecimentos muito semelhantes. Pelas observações efectuadas, tivemos oportunidade de constatar a presença de alguns clientes que tanto frequentavam o Jaime como outra casa de pasto vizinha; assim como constatámos a existência de clientes comuns no Jaime, na Soraya ou na Soraya e em outros, praticamente contíguos, e muito semelhantes entre si.

Na Soraya e no Solar, a maioria dos inquiridos afirma não frequentar estabelecimentos idênticos (66,7% e 58,3%, respectivamente) – Quadro 8.26. As explicações que encontramos para este facto são, decerto, as características e as funções particulares dos espaços, o peso preponderante do vinho do Porto, alvo de um consumo mais "premeditado" e também menos acessível em termos de oferta semi-pública, mais típico de determinados estabelecimentos (que muitas vezes constróem o seu nome em torno do vinho do Porto). A Soraya, inserida na ribeira de Vila Nova de Gaia, circunscreve o seu "mundo da vida" ao vinho do Porto que alimenta, ele próprio, o passeio e o aperitivo de Domingo, a *rusga* e a *romaria* vividas colectivamente no espaço exterior, transmutadas em ritual. O Solar, pela sua unicidade na cidade do Porto, vive, por excelência, dependentemente do vinho do Porto. Demarcando-se das ritualidades vivenciadas na Soraya, conta com o seu próprio ritual, vivido pelo indivíduo com fortes proximidades, reais ou virtuais, ao distinto, à arte ou à estratégia por interposta aspiração social mobilista, que, contudo, não será o que mais o marca nestes meandros, tendo em conta as características socioprofissionais dos frequentadores aqui inquiridos.

Os inquiridos afirmaram, de forma generalizada, frequentar também cafés. Como se pode verificar, a frequência do café enquanto estabelecimento, transversaliza o quotidiano do nosso universo inquirido, apresentando-se, assim, como palco eleito privilegiadamente pela grande maioria. Destaque-se ainda a frequência de bares e restaurantes[1105] por parte dos inquiridos das casas Jaime, Soraya e Solar. Este facto é particularmente evidente no Solar – 56,7% dos inquiridos afirmaram frequentar regularmente bares – Quadros 8.27 e 8.28; o Solar aparecerá aqui, possivelmente, como mais um bar entre outros bares frequentados, daí a semelhança, percepcionada e mencionada pelos 41,7% dos inquiridos que referem frequentar "outros estabelecimentos idênticos" – Quadro 8.26. Sublinhe-se, a propósito, a inexistência de outro bar

[1105] De notar que o "restaurante" é uma categoria criada por interposta resposta em "Outro. Qual?". Daqui, vale a pena chamar a atenção para o facto de alguns dos inquiridos terem elegido, nesta resposta, estabelecimentos de bebidas e/ou restauração em geral, seleccionando aqueles que frequentam e onde consomem. Não privilegiaram apenas os estabelecimentos mais vocacionados para o consumo vínico, mas os que se situam no patamar mais vasto da alimentação.

de luxo semelhante ao Solar do Vinho do Porto, nesta cidade, aquando do levantamento empírico que sustenta este trabalho. Este facto foi, aliás, corroborado pela própria gerente do Solar na situação de entrevista:

> "P- Uma das perguntas que eu ia fazer era precisamente, saber, aqui no Porto ou em Gaia, há sítios onde as pessoas possam beber vinho do Porto?
> R- Espero bem que sim, espero que possam beber vinho do Porto nas caves, nos hotéis ... que possam beber vinho do Porto nos bares da moda, nas discotecas.
> P- Mas acha que é costume?
> R- Não é costume.
> P- Não é costume ... portanto, em termos de hábitos já enraizados, diria que se calhar é ...
> R- ... nas caves.
> P- as caves é muito mais ... não acha que ... é uma pergunta que lhe faço, nas caves passam mais turistas do que portugueses?
> R- Mais ... é correcto, correctíssimo.
> P- Portanto, espaço similar a este não existe nem no Porto nem em Gaia?
> e- Não conheço". (Gerente)

Quadro 8.27 – Frequência regular de outro tipo de estabelecimentos

Outros estabelecimentos frequentados com regularidade	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Bar	22,8%	7,7%	17,9%	26,2%	11,9%	56,7%
Bar de luxo	1,3%	1,5%		1,2%		5,0%
Café	75,1%	66,2%	82,1%	79,8%	72,6%	71,7%
Tasco	13,0%	24,6%	21,4%	8,3%	4,8%	6,7%
Taberna	21,5%	47,7%	40,5%	9,5%	2,4%	10,0%
Casa de pasto	22,8%	35,4%	46,4%	17,9%	4,8%	8,3%
Botequim/boteque	1,1%		1,2%	1,2%	1,2%	1,7%
Outro	27,9%		4,8%	57,1%	51,2%	16,7%
Não responde						
Nenhum	8,8%	7,7%	1,2%	9,5%	16,7%	8,3%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.28 – Frequência regular de outro tipo de estabelecimentos (para além dos elencados no Quadro 8.27)

Outros estabelecimentos frequentados	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Restaurante	75,2%		100,0%	66,7%	79,1%	90,0%
Colectividades	13,3%			14,6%	16,3%	
Discoteca	8,6%			14,6%	4,7%	
Confeitaria	2,9%			4,2%		10,0%
Total	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

A existência de um número muito considerável de utentes que afirmam frequentar espaços do mesmo tipo daqueles em que foram inquiridos – Quadros 8.27 e 8.29 - significa, quanto a nós, a existência de uma "cultura" de consumo vínico e de convivialidade (com o vinho como mote) que não é exclusiva de um espaço apenas, mas que constitui um conjunto de práticas enraizadas e quotidianas que compõem um "mundo da vida" partilhado e até certo ponto reconhecido. Tudo leva a crer estarmos perante uma clivagem entre as práticas associadas ao consumo de vinho corrente (e às "tascas/tabernas" no sentido comum do termo) e as práticas associadas ao consumo de vinho do Porto (e aos espaços onde este é comercializado e consumido).

Quadro 8.29 – Espaços semi-públicos de consumo de maior frequência

Locais de maior frequência	Estabelecimento											
	Global		Valente		Túnel		Jaime		Soraya		Solar	
	1º Local	2º Local	1º Local	2º Local	1º Local	2º Local	1º Local	2º Local	1º Local	2º Local	1º Local	2º Local
Bar	5,8%	19,4%		10,0%	1,2%	18,7%	6,6%	14,3%	2,9%	11,4%	21,8%	48,8%
Bar de luxo	,6%	,7%	1,7%					1,6%			1,8%	2,4%
Café	65,7%	17,6%	58,3%	14,0%	69,9%	9,3%	63,2%	25,4%	72,9%	20,5%	61,8%	22,0%
Tasco	3,5%	7,7%	10,0%	14,0%	4,8%	8,0%		6,3%	2,9%	2,3%		7,3%
Taberna	8,7%	14,3%	23,3%	34,0%	15,7%	21,3%	2,6%	3,2%		2,3%	1,8%	7,3%
Casa de pasto	6,1%	18,3%	6,7%	28,0%	8,4%	37,3%	9,2%	6,3%	1,4%	6,8%	3,6%	2,4%
Botequim/boteque	,9%						2,6%		1,4%			
Outro	8,4%	21,2%				5,3%	14,5%	39,7%	18,6%	56,8%	9,1%	9,8%
Não responde	,3%	,7%					1,3%	3,2%				
Total	100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%	

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.30 – Conhecimento de tabernas/tascos por parte dos inquiridos do Solar do Vinho do Porto

Conhecimento de taberna/tasco	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	20,0%					20,0%
Conhece mas nunca visitou	1,7%					1,7%
Conhece e já visitou pelo menos uma vez	36,7%					36,7%
Conhece e frequenta	41,7%					41,7%
Total	100,0%					100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Desta feita, uma vez que este trabalho incide, tudo o sugere, em diferentes "mundos de vida", importa captar possíveis pontos de osmose entre ambos. E, pelo que se pode constatar, estamos perante mundos mal articulados entre si, marcados por diferentes saberes específicos resultantes de condições sociais de existência também diferentes entre si, o que contribui para a sua clivagem.

A maioria dos inquiridos do Solar do Vinho do Porto, 58,4%, não é frequentador de tabernas/tascas, independentemente de conhecerem ou mesmo já terem entrado em alguma. Ainda assim, 41,7% dos inquiridos do Solar afirmam conhecer e frequentar tabernas/tascas, sendo passíveis de estabelecer, ainda que frágeis, pontes de osmose entre *mundos* que se vão esboçando com *vidas* diferentes. Daqueles, a maioria (68%) apresenta, contudo, níveis de assiduidade reduzidos (frequentam tabernas/tascas "Às vezes" – 48% – ou "Uma vez por mês" – 20% - Quadros 8.30 e 8.31.

Quadro 8.31 – Assiduidade da frequência de tabernas/tascos por parte dos inquiridos do Solar

Assiduidade da frequência de tabernas/tascos	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Às vezes	54,3%	100,0%	100,0%	50,0%	66,7%	48,0%
Uma vez por mês	14,3%					20,0%
Uma vez de 15/15 dias	2,9%					4,0%
Uma vez por semana	11,4%			25,0%		12,0%
Mais do que uma vez por semana	8,6%					12,0%
Outro	8,6%			25,0%	33,3%	4,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.32 – Conhecimento do Solar do Vinho do Porto por parte dos inquiridos das tabernas

Conhecimento do Solar do Vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	41,6%	55,4%	34,5%	42,9%	36,9%	
Conhece mas nunca visitou	37,2%	29,2%	47,6%	38,1%	32,1%	
Conhece e já visitou pelo menos uma vez	18,0%	13,8%	15,5%	14,3%	27,4%	
Conhece e frequenta	3,2%	1,5%	2,4%	4,8%	3,6%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Fonte: CRSV, 2001.

Quanto aos inquiridos das restantes casas, a maioria não conhece o Solar do Vinho do Porto ou então conhece mas nunca visitou o espaço: Valente – 55,4% e 29,2%, respectivamente; Túnel – 34,4% e 47,6%, respectivamente; Jaime – 42,9% e 38,1%, respectivamente; Soraya – 36,9% e 32,1%, respectivamente. A percentagem daqueles que afirmam conhecer e frequentar o Solar é muito reduzida – sempre abaixo dos 5% – e mesmo esses, são frequentadores pouco assíduos – quase todos afirmam frequentar o Solar apenas "Às vezes". Mesmo nas casas Jaime e Soraya, onde o vinho do Porto ocupa um lugar mais destacado, o número de pessoas que conhecem e frequentam o Solar é muito reduzido, o que remete para a ideia de perfis sociais diferenciados associados aos perfis dos espaços, também eles distintos

e, por conseguinte, associados a "mundos de vida" também diferentes – Quadro 8.31 e 8.32.

Ora, cada *mundo de vida* rege-se por competências e saberes práticos que, no quotidiano, mobilizam umas apetências de gosto e accionais e desmobilizam outras, isto é, canalizam escolhas, filtradas que são pelo *habitus* que, enquanto sistema de disposições sociais, impele à acção[1106].

Assim, novamente surge com nitidez a clivagem existente entre os frequentadores das casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya por um lado e os frequentadores do Solar, por outro: o "desconhecimento mútuo" ilustra o "fechamento social" destes dois grandes tipos de espaços – "tascos/tabernas", por um lado, Solar, por outro – e remete-nos para a ideia da existência de perfis sociais distintos associados aos perfis dos espaços, também eles distintos.

Quadro 8.33 – Idade do primeiro contacto com o estabelecimento

Idade no momento do primeiro contacto com 0 estabelecimento	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Menos de 16 anos	30,5%	29,2%	17,9%	42,9%	38,1%	21,7%
Entre 16 - 17 anos	17,8%	24,6%	32,1%	3,6%	8,3%	23,3%
Entre 18 - 25 anos	31,3%	36,9%	45,2%	15,5%	16,7%	48,3%
Entre 26 - 35 anos	6,4%	6,2%	2,4%	8,3%	11,9%	1,7%
Entre 36 - 45 anos	1,1%	1,5%			3,6%	
Entre 46 - 55 anos	1,6%		1,2%		2,4%	5,0%
Mais de 55 anos	,5%			2,4%		
Não se lembra	10,6%	1,5%	1,2%	27,4%	17,9%	
Não responde	,3%				1,2%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Com o objectivo de perceber as origens da familiaridade com os espaços em questão, obrigatório se tornou trabalharmos com a idade do inquirido e com

[1106] Para este raciocínio, exerceram função de comando as questões teóricas expressas nos capítulos 1 e 2, nomeadamente, nos sub-capítulos 1.1.2 e 2.1.

a pessoa que o acompanhante no primeiro contacto com o estabelecimento ou com outro similar.

Daqui conclui-se, então, tratar-se de uma iniciação e familiarização precoce com os estabelecimentos, que se efectua, geralmente, antes dos 25 anos de idade para todas as casas. No Valente e no Túnel, 90,7% dos inquiridos afirmaram ter iniciado a sua frequência do espaço com menos de 25 anos (50% ou mais com menos de 18 anos). No Jaime, esse valor desce para 62% dos inquiridos (embora desses, 42,9% afirmem ter iniciado a sua frequência neste espaço com menos de 16 anos). Na Soraya, o valor cifra-se em 63,1% dos inquiridos (46,4% com menos de 18 anos), enquanto o Solar apresenta uma percentagem elevada - 93,3% dos inquiridos (45% com menos de 18 anos) – Quadro 8.33. A frequência destes espaços e o consumo de vinho (corrente ou do Porto) constituem práticas muito consolidadas, o que coloca em primeiro plano a importância da socialização, sobretudo da socialização primária; ora, socialização precoce e consolidação de práticas[1107] estarão na base do eventual carácter "amadurecido" das redes de sociabilidade constituídas nestes estabelecimentos, designadamente nos quatro primeiros Tipos, onde o peso relativo dos frequentadores antigos, assíduos, fiéis é um facto, como já tivemos oportunidade de verificar.

No que respeita à iniciação ao estabelecimento, não deixam de ser curiosos os dados revelados a propósito do tipo de iniciação à frequência dos estabelecimentos; estamos, pois, perante dois tipos de vertentes iniciáticas quanto à frequência destes espaços: uma, de âmbito familiar, outra de âmbito social, por via de amigos ou colegas, destacando-se, contra as nossas expectativas iniciais, esta última. A maioria dos inquiridos respondeu ter sido acompanhado na sua primeira visita ao estabelecimento por amigos e colegas (36,9% no Valente, 47,6% no Túnel, 42,9% no Jaime, 42,9% na Soraya e 63,3% no Solar) – Quadro 8.34. Estes dados significam que redes de relacionamentos sociais previamente existentes, ou em esboço, foram "transportadas" para dentro do estabelecimento. Se é certo que o estabelecimento funciona como motor de redes de convivialidade e

[1107] As Figuras 1.1 e 1.2, construídas no primeiro capítulo, clarificam esta situação.

sociabilidade e pólo de novos conhecimentos, estes dados deixam antever que, com alguma frequência, os estabelecimentos reproduzem relacionamentos pré-existentes. E isto revela-se pertinente para a compreensão do modo como se estruturam as relações no interior do estabelecimento, a constituição dos grupos, os temas de conversa, as rivalidades, etc.

Nas casas Valente e Túnel, que apresentam uma configuração aparentemente de cariz mais "tradicional", até pelo perfil social da generalidade dos seus frequentadores, um número significativo destes (cerca de 30%), afirmou ter sido acompanhado na sua primeira visita ao espaço por familiares (pai, avô, tio, irmão, primo), o que reflecte não só a importância da transmissão intergeracional de certas práticas sociais, mas também a importância destas casas nos contextos locais em que se inserem e nos quotidianos dos seus residentes, sobretudo dos homens, já que se tratam, na sua essência, de espaços altamente masculinizados. Essa percepção é produzida e reproduzida por quem conhece bem esse tipo de espaços, como se percebe pelo seguinte extracto de entrevista:

> "P - e acha que as pessoas que consomem vinho, por exemplo, nesses estabelecimentos públicos, acha que se habituaram ao gosto do vinho muito novas em casa?
> R - sim
> P - portanto, já é um hábito de família?
> R - já, já. Por vezes até vai do hábito da família que têm, não é?
> P - e acha que nesse espaço é habitual estarem lá filhos, pais, avós, e isso? ou a família não se junta?
> R - nesses estabelecimentos? já tenho visto. Filhos menores, até.
> P - e a beberem também vinho?
> R - Não a beberem, não. Acompanham os pais
> P - e acha que isso pode influenciar mais tarde o gosto deles por frequentarem esses estabelecimentos? Por exemplo, ...
> R - sim, exacto.
> P - acha que a maior parte das pessoas foi habituada com os pais já a frequentar, a ir a esses estabelecimentos?
> R - Aí a partir dos 15, 16 anos já frequentam." (Frequentador-consumidor 9, sexo masculino, casado, agente da P.S.P., 4ª classe, 39 anos)

Quadro 8.34 – Acompanhante no primeiro contacto com o estabelecimento ou com um estabelecimento similar

Acompanhante na primeira visita ao estabelecimento ou a estabelecimento similar	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Namorado(a)/cônjuge/companheiro(a)	3,2%	1,5%		2,4%	3,6%	10,0%
Pai	12,2%	20,0%	19,0%	4,8%	6,0%	13,3%
Avô	1,3%	3,1%	2,4%	1,2%		
Tio	1,1%	1,5%	2,4%	1,2%		
Irmão/primo(s)	2,9%	1,5%	6,0%		1,2%	6,7%
Amigos/colegas	46,2%	36,9%	47,6%	42,9%	42,9%	63,3%
Sozinho	17,2%	35,4%	20,2%	14,3%	14,3%	1,7%
Outro	2,7%			3,6%	3,6%	6,7%
Não se lembra	15,1%	6,2%	2,4%	29,8%	28,6%	3,3%

Fonte: CRSV, 2001.

Daqui se pode concluir que, de facto, a familiarização com os estabelecimentos e com o consumo vínico em espaços semi-públicos é precoce, o que coloca em destaque a importância da socialização na definição de práticas como as que aqui se analisam, bem como à dotação de sentidos a elas inerentes.

A frequência destes espaços situando-se no campo dos lazeres, torna-se pretexto para forjar e/ou fortalecer sociabilidades. Em muitos casos, sociabilidades extrapoladas do mundo laboral fortalecer-se-ão em torno do vinho. Em muitos outros casos, a frequência destes espaços está intimamente ligada a trajectórias sociais específicas e à transmissão intergeracional de práticas e consumos.

8.3. Sociabilidades e redes de relacionamentos

Inserida numa lógica quotidiana assente em rotinas, a frequência de espaços semi-públicos de bebidas e/ou bebidas e restauração é atravessada por interacções em co-presença culminadas, não raro, em interconhecimentos. Torna-se pertinente, então, perceber com outra acutilância, o tipo de vertente sociabilitária que emerge nestes espaços. Neste contexto, veja-se que se regista, novamente, uma clivagem clara entre o Solar do Vinho do Porto e as

outras quatro casas quanto ao grau de conhecimento dos clientes do estabelecimento: naquele, a percentagem mais significativa de inquiridos corresponde aos que afirmam não conhecer nenhum ou quase nenhum dos outros clientes do estabelecimento (38,3%); seguem-se, a uma certa distância, os inquiridos que declararam conhecer "alguns" ou "poucos" clientes (31,7% e 25%, respectivamente); refira-se que nenhum inquirido afirmou conhecer todos ou quase todos os clientes do estabelecimento. Inversamente, as respostas dos inquiridos das restantes quatro casas parecem indicar a existência de redes de relacionamentos mais consolidadas nesses espaços: nas casas Valente, Túnel e Soraya, os valores mais significativos de respostas são aqueles que correspondem aos inquiridos que afirmam conhecer todos ou quase todos os clientes do estabelecimento (47,7%, 38,1% e 44% dos inquiridos, respectivamente). Na casa Jaime, esse valor é menos significativo (17,9%), sendo superior o volume dos que afirmam conhecer apenas alguns dos clientes do estabelecimento (34,5%), valor também elevado no caso da Soraya (40,5%) – Quadro 8.35.

A existência de mesas no Jaime pode ser um factor fortemente explicativo daquele resultado. A mesa, porque circunscreve o espaço do corpo, restringindo o seu circuito de mobilidade, levanta barreiras à espontaneidade proporcionada pelo livre trânsito que proporciona a permanência em pé. E como se viu no capítulo anterior, esta é uma das diferenças entre estas casas, nomeadamente entre o Jaime e a Soraya, pese embora a proximidade geográfica de ambas e a circularidade de clientes que, entre elas, vão, por conseguinte, estabelecendo elos de contacto. Um outro factor de demarcação pode incidir na dimensão da casa. Ora, aquelas três casas – Valente, Túnel e Soraya - apresentam dimensões mais reduzidas do que o Jaime, cujo espaço convida a uma maior dispersão dos seus frequentadores. Assim, espaços reduzidos e bem conhecidos, são passíveis de se adequarem à extensão desse conhecimento aos clientes, tomados como pares, e protagonistas duma familiarização que extravasa o próprio espaço doméstico, do qual se demarca, mas o qual complementa[1108]. A nossa incursão etnográfica levou-nos a

[1108] Cf. Catherine Paradeise, "Sociabilité et culture de classe", in *Revue Française de Sociologie*, vol. XXI, 1980, p. 597, onde a autora alude à ruptura entre o espaço e o mundo exterior. Ver também o posicionamento que, anteriormente, já assumimos a propósito destas temáticas: Dulce Magalhães, "Consumos e sociabilidades na taberna", cit., pp. 111 e 115.

equacionar a hipótese de estarmos perante um prolongamento do tipo de laços familiares no social, cuja ruptura é marcada pelo próprio espaço – do doméstico ao semi-público. Veja-se, a força emprestada à valorização da transmutação de laços em direcção ao familiar, ao próximo, enfim, ao *nós*, precisamente quando os laços se "apertam"[1109] ao ponto de serem espaços matriciais dos seus quotidianos:

> "Bem, o quotidiano (...), grande parte dele é passado por aqui".
> (Proprietário 3)

Quadro 8.35 – Conhecimento de outros clientes do estabelecimento

Conhecimento de outros clientes do estabelecimento	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não, nenhum	19,6%	21,5%	20,2%	19,0%	4,8%	38,3%
Todos ou quase todos	30,5%	47,7%	38,1%	17,9%	44,0%	,0%
Alguns, para além dos que o acompanham	28,6%	13,8%	20,2%	34,5%	40,5%	31,7%
Poucos, para além dos que o acompanham	10,3%	7,7%	7,1%	9,5%	6,0%	25,0%
Só os que o acompanham	10,9%	9,2%	14,3%	19,0%	4,8%	5,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Saliente-se que os números acima expostos não impedem que exista uma percentagem significativa de inquiridos nos três primeiros Tipos que, afirmam não conhecer nenhum dos outros clientes do estabelecimento (cerca de 20% em cada uma), facto que desmistifica um pouco a ideia de que estes espaços são palco de actuação de "comunidades" totalmente integradas de frequentadores das quais ninguém está, à partida, arredado.

[1109] E porque os laços se integram numa perspectiva sociabilitária, ressalta como pertinente a dicotomia entre sociabilidades passivas e sociabilidades activas apresentada por Georges Gurvitch. Cf., do autor, *A Vocação Actual da Sociologia*, vol. I, Lisboa, Edições Cosmos, 1979, pp. 161-169; contudo, o capítulo das "manifestações de sociabilidade" (pp. 145-284), porque mais abrangente, dada a explanação teórica que o autor enceta sobre a sua classificação pluralista dos tipos de sociabilidades, torna-se mais elucidativo nestas matérias.

Quadro 8.36 – Existência de grupos no interior do estabelecimento

Existência de grupos	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	25,5%	70,8%	28,6%	6,0%	7,1%	25,0%
Sim	53,6%	7,7%	41,7%	66,7%	86,9%	55,0%
Não sabe	21,0%	21,5%	29,8%	27,4%	6,0%	20,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Apesar de tudo, há um amplo conjunto de inquiridos que afirmam conhecer – em maior ou menor grau – os restantes clientes do estabelecimento, o que *à priori* indica a existência de redes de sociabilidades solidamente constituídas, independentemente do grau de intensidade com que se manifestem nos relacionamentos entre os protagonistas[1110]; muitas delas formando grupos de contornos identificáveis e reconhecidos. A questão sobre a existência de grupos obteve respostas que entroncam, aliás, no que acabamos de afirmar: apenas na casa Valente não se regista uma maioria de inquiridos que afirmam existirem grupos no estabelecimento (70,8% afirmam que não existem grupos); nos outros quatro estabelecimentos, a maioria dos inquiridos indica a existência de grupos (41,7% no Túnel, 66,7% no Jaime, 86,9% na Soraya e 55% no Solar) – Quadro 8.36.

Em todas as casas, a esmagadora maioria dos inquiridos (sempre a rondar os 100%) afirmou não existirem rivalidades entre os eventuais grupos existentes, que coexistem pacificamente, o que não significam que aí não se coloquem problemas relacionados com a distribuição e as relações de poder – Quadro 8.37 - que se restringe, as mais das vezes, não obstante, a auto-valorizações impostas pela maior capacidade de circularidade do dinheiro imposta por alguns, poucos, clientes. De resto, pode mesmo ser percebido, timidamente, por algumas entrevistas que nos foram concedidas, onde a posse de um maior capital económico pode gerar pretexto de conflitualidade ou os

[1110] De notar que, embora espontâneas, as sociabilidades são passíveis de adquirir contornos passivos ou activos, reflectindo-se, assim, nos diferentes graus de intensidade com que revestem os relacionamentos, e que se traduzem em "aproximação, afastamento, relações mistas", predominando uma destas possibilidades. Cf. Georges Gurvitch, *A Vocação Actual da Sociologia*, cit., pp. 166-167.

chamados excessos vínicos que são trazidos ligeiramente ao de cima por alguns dos entrevistados.

Quadro 8.37 – Existência de rivalidades entre grupos no interior do estabelecimento

Rivalidades entre grupos	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	96,0%	100,0%	97,1%	96,4%	98,6%	87,9%
Sim	3,0%		2,9%	3,6%	1,4%	6,1%
Não sabe	1,0%					6,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Neste momento, é legítimo considerarmos, perante os elementos já focados, ser um dado adquirido que, de entre estes espaços, os que funcionam com a lógica tabernal, constituem espaços de sociabilidade e interconhecimento. Pelo contrário, os espaços mais próximos do café/bar constituem espaços mais impessoais e, portanto, mais voltados para o consumo e para o reforço de sociabilidades "exógenas" ao próprio espaço. Parece também traçar-se uma linha divisória entre os indivíduos que frequentam o espaço com regularidade, usando o espaço como palco de convivialidade e reforço de laços e aqueles que utilizam o espaço de forma mais "instrumental" e como ponto de passagem, daí a diferença entre os que *estacionam* (com permanência prolongada) e os *passantes* (com permanência curta)[1111]. A formação de grupos está presente nestes espaços e resultará da transposição para o seu interior de redes de relacionamentos forjadas fora do espaço. A conflitualidade e rivalidade entre grupos surge como sendo residual.

8.3.1. Confronto entre práticas sociabilitárias endógenas ao espaço

A hipótese de que os grupos existentes no Solar do Vinho do Porto são grupos exteriores e anteriores ao espaço parece confirmar-se se atentarmos no que afirmam os inquiridos a propósito das práticas dos outros clientes do

[1111] Cf. Dulce Magalhães, "Consumos e sociabilidades na taberna", cit., pp. 110-111.

estabelecimento: 86,7% afirmam juntar-se e comunicar apenas com as pessoas que os acompanham. Ainda que menos significativa, esta resposta é também fornecida por um número considerável de inquiridos das casas Jaime e Soraya (25% e 32,1% de respostas, respectivamente), o que poderá estar associado a um perfil de espaço diferente da taberna mais tradicional. Nestes dois espaços, o grupo mais relevante de respostas é aquele que congrega os inquiridos que afirmam juntar-se às mesmas pessoas que os acompanham mas comunicar com as restantes (42,9% no Jaime e 38,1% na Soraya), algo que vem na sequência do referido anteriormente a propósito da existência de grupos e da ausência de rivalidades e, portanto, da fluidez comunicacional. Nas casas Valente e Túnel, a maioria dos inquiridos declarou que os clientes não se juntam sempre às mesmas pessoas (60% e 57,1%, respectivamente) – Quadro 8.38 - o que, porventura, se reflecte no alargamento de interconhecimentos, atitude que se apresenta congruente com os factos já mencionados, alusivos ao conhecimento de "todos ou quase todos" os clientes do estabelecimento (Quadro 8.35) e à não existência de grupos (Quadro 8.37) na casa Valente; no caso do Túnel, porém, os dados podem-nos induzir a percepções contraditórias por parte dos inquiridos. Contudo, essa contradição apresenta-se-nos com traços meramente aparentes; repare-se que o facto de "não se juntar sempre às mesmas pessoas" não significa, automaticamente, que não haja grupos. Estes podem, efectivamente existir, contando, porém, com uma estrutura flexível, o que se compadece com uma certa circularidade entre os clientes, não extensível, no entanto, à sua generalidade. De facto, pelas observações efectuadas, pudemos comprovar que o facto de boa parte dos frequentadores permanecer de pé, facilita o convívio e o interconhecimento, o que não obsta a que se priorizem mais contactos com uns do que com outros.

Quadro 8.38 – Práticas atribuídas pelos inquiridos à maioria dos clientes do estabelecimento

Prática da maioria dos clientes	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	1,1%	1,5%	1,2%			3,3%
Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	28,6%	6,2%	4,8%	25,0%	32,1%	86,7%
Juntar-se sempre às mesmas pessoas	10,3%	6,2%	11,9%	8,3%	16,7%	6,7%
Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	26,0%	23,1%	17,9%	42,9%	38,1%	
Não se juntar sempre às mesmas pessoas	24,9%	60,0%	57,1%	2,4%	6,0%	
Não sabe	8,5%	3,1%	7,1%	19,0%	7,1%	3,3%
Não responde	,5%			2,4%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

No geral, os dados revelam a importância da comunicação e da convivialidade nestes espaços e ilustram o modo como os frequentadores representam as práticas dos seus parceiros de interacção, convívio e consumo. Revelam ainda a interligação e fluidez entre indivíduos ou, pelo menos, aquilo que os frequentadores dos estabelecimentos pensam que acontece ou gostariam que acontecesse. Daqui emergem, com traços nítidos, representações interiorizadas sobre vivências partilhadas – ou partilháveis – num universo quotidiano semi-público, que em alguns casos são reprodutores do que se passa na esfera doméstica.

No que toca às atitudes do próprio inquirido, o cenário muda sob alguns aspectos, apresentando-se mesmo um hiato entre as práticas do próprio e as representações inerentes às práticas dos outros: agora, cresce o número dos que afirmam permanecer sozinhos no espaço (crescimento particularmente significativo nos casos do Valente, Túnel e Jaime – para perto de 20% dos inquiridos em cada casa) e diminui tanto o número dos que afirmam "juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes" como o número dos que afirmam "não se juntar sempre às mesmas pessoas" – Quadro 8.39. Este dado pode indicar a adopção, por parte dos inquiridos, de estratégias de distinção e distanciamento face à "sociedade da tasca/taberna" (exemplificadas na

seguinte imagem: os outros frequentam o espaço com objectivos de convívio, eu estou de passagem ou venho apenas beber um copo, ou lanchar). Pode acontecer também estarmos perante uma forte clivagem entre clientes habituais, que frequentam o espaço motivados pelas sociabilidades que aí se estabelecem, e clientes ocasionais, ou até habituais, mas motivados pelo consumo ou por utilizações meramente instrumentais do estabelecimento. A lógica utilitária a que nos referimos acima, estará aqui presente, com certeza.

Quadro 8.39 – Atitude auto-atribuída no estabelecimento

	Estabelecimento					
Atitude do inquirido	**Global**	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	15,4%	24,6%	21,4%	16,7%	7,1%	6,7%
Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	37,7%	12,3%	19,0%	45,2%	36,9%	81,7%
Juntar-se sempre às mesmas pessoas	6,9%	3,1%	3,6%	4,8%	15,5%	6,7%
Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	19,9%	21,5%	8,3%	28,6%	33,3%	3,3%
Não se juntar sempre às mesmas pessoas	20,2%	38,5%	47,6%	4,8%	7,1%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Uma vez que, ao nível das atitudes próprias o cenário muda, mostrou-se pertinente perceber o que subjaz à atitude do inquirido que permanece sozinho no estabelecimento.

Quadro 8.40 A – Atitude auto-atribuída e tempo de permanência no estabelecimento (valores relativos em linha)

Casa	Atitude do inquirido	Tempo de permanência no estabelecimento										
		Menos de 15 minutos	Entre 15 e 30 minutos	Entre 30 minutos e 1 hora	Entre 1 e 2 horas	Entre 2 e 3 horas	Entre 3 e 4 horas	Mais de 4 horas	Não existe regularidade	Não sabe	Não responde	Total
Valente	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	50,0%	50,0%									100,0%
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	50,0%	37,5%	12,5%								100,0%
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas				100,0%							100,0%
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	21,4%	14,3%	35,7%	14,3%	7,1%	7,1%					100,0%
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	8,3%	33,3%	12,5%	29,2%	12,5%			4,2%			100,0%
	Não sabe											
	Não responde											
Túnel	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	66,7%	22,2%	11,1%								100,0%
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	37,5%	62,5%									100,0%
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas		33,3%	33,3%	33,3%							100,0%
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	14,3%	28,6%	28,6%	14,3%	14,3%						100,0%
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	15,4%	38,5%	25,6%	15,4%				2,6%	2,6%		100,0%
	Não sabe											
	Não responde											
Jaime	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	46,2%	46,2%	7,7%								100,0%
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	9,1%	21,2%	42,4%	18,2%				9,1%			100,0%
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas			100,0%								100,0%
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	9,1%	31,8%	18,2%	27,3%		4,5%		9,1%			100,0%
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas		25,0%	50,0%					25,0%			100,0%
	Não sabe											
	Não responde											

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.40 B – Atitude auto-atribuída e tempo de permanência no estabelecimento (valores relativos em linha)

Casa	Atitude do inquirido	Tempo de permanência no estabelecimento										
		Menos de 15 minutos	Entre 15 e 30 minutos	Entre 30 minutos e 1 hora	Entre 1 e 2 horas	Entre 2 e 3 horas	Entre 3 e 4 horas	Mais de 4 horas	Não existe regularidade	Não sabe	Não responde	Total
Soraya	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	60.0%	40.0%									100.0%
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	6.7%	16.7%	26.7%	26.7%	20.0%	3.3%					100.0%
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	8.3%		50.0%	16.7%	16.7%			8.3%			100.0%
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	3.8%	19.2%	30.8%	26.9%	19.2%						100.0%
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	50.0%	16.7%		16.7%	16.7%						100.0%
	Não sabe											
	Não responde											
Solar	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho		25.0%	75.0%								100.0%
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes		2.1%	36.2%	55.3%	2.1%	2.1%	2.1%				100.0%
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas			25.0%	75.0%							100.0%
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes				100.0%							100.0%
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas				100.0%							100.0%
	Não sabe											
	Não responde											

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.41[1112] A - Atitude auto-atribuída e acompanhante(s) na visita ao estabelecimento (valores relativos em linha)

Casa	Atitude do inquirido	Companhia								
		Cônjuge/ companheiro(a)/ namorado(a)	Familiares	Amigos/pessoas conhecidas neste estabelecimento ou semelhante	Amigos/pessoas conhecidas noutro tipo de estabelecimento de bebidas e/ou restauração	Amigos/pessoas conhecidas noutros locais	Colegas de trabalho	Vizinhos	Sozinho	Não existe regularidade
Valente	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	6,3%							93,8%	
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	12,5%					50,0%		37,5%	
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas								100,0%	
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes			7,1%	7,1%	7,1%	28,6%		64,3%	
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas		8,0%		4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	80,0%	
	Não sabe									
	Não responde									
Túnel	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho						22,2%		83,3%	
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes					12,5%	62,5%		25,0%	
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas						66,7%		33,3%	
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes						14,3%	14,3%	71,4%	
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	2,5%				7,5%	15,0%	2,5%	75,0%	
	Não sabe									
	Não responde									

Fonte: CRSV, 2001.

[1112] Por uma questão logística, fomos levados a eliminar as colunas relativas às categorias "outro" e "Não responde", uma vez que são categorias com valores nulos, nos Quadros 8.36 A a C.

Quadro 8.41 B - Atitude auto-atribuída e acompanhante(s) na visita ao estabelecimento (valores relativos em linha)

Casa	Atitude do inquirido	Companhia								
		Cônjuge/ companheiro(a)/ namorado(a)	Familiares	Amigos/pessoas conhecidas neste estabelecimento ou semelhante	Amigos/pessoas conhecidas noutro tipo de estabelecimento de bebidas e/ou restauração	Amigos/pessoas conhecidas noutros locais	Colegas de trabalho	Vizinhos	Sozinho	Não existe regularidade
Jaime	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho		7.1%	21.4%					71.4%	
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	36.8%	18.4%	10.5%	2.6%	15.8%	13.2%		15.8%	2.6%
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas					25.0%	25.0%		50.0%	
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	8.3%	8.3%	4.2%	12.5%	25.0%	12.5%		25.0%	12.5%
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas				25.0%			25.0%	25.0%	25.0%
	Não sabe		7.1%	21.4%					71.4%	
	Não responde	36.8%	18.4%	10.5%	2.6%	15.8%	13.2%		15.8%	
Soraya	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho								100.0%	
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	6.5%	19.4%	6.5%	6.5%	19.4%	3.2%	3.2%	41.9%	3.2%
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	7.7%		23.1%	7.7%	23.1%			38.5%	
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	3.6%	3.6%	7.1%		10.7%	7.1%	3.6%	60.7%	3.6%
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas			33.3%			16.7%		33.3%	16.7%
	Não sabe									
	Não responde									

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.41 C - Atitude auto-atribuída e acompanhante(s) na visita ao estabelecimento (valores relativos em linha)

Casa	Atitude do inquirido	Companhia								
		Cônjuge/ companheiro(a)/ namorado(a)	Familiares	Amigos/pessoas conhecidas neste estabelecimento ou semelhante	Amigos/pessoas conhecidas noutro tipo de estabelecimento de bebidas e/ou restauração	Amigos/pessoas conhecidas noutros locais	Colegas de trabalho	Vizinhos	Sozinho	Não existe regularidade
Solar	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	25,0%				25,0%	25,0%		50,0%	
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	55,1%	6,1%			57,1%	16,3%		6,1%	
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	50,0%	25,0%			75,0%				
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	50,0%				50,0%			50,0%	
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	100,0%				100,0%				
	Não sabe									
	Não responde									

Justamente por isso equacionámos a atitude do inquirido com o tempo de permanência no estabelecimento, companhia, motivos de frequência e práticas no interior do estabelecimento. Além do mais, podemos estar perante uma fronteira entre os clientes que frequentam o estabelecimento pelo convívio, como motivo primordial e os que o frequentam pela prática vínica.

Os resultados sugerem que os indivíduos que permanecem sozinhos no estabelecimento não se juntando a ninguém têm tempos de permanência mais reduzidos (no máximo até 30 minutos, podendo prolongar-se no Solar até a 1 hora), o que, de resto, vai de encontro ao que admitíramos no início da pesquisa. Os inquiridos que se juntam geralmente sempre às mesmas pessoas mas que comunicam com as restantes ou aqueles que "circulam", não se juntando sempre às mesmas pessoas, têm tempos de permanência geralmente mais alargados, maioritariamente acima dos 30 minutos e muitas vezes acima de 1 hora ou mesmo mais. A análise é aplicável sensivelmente a todas as casas. O "estar em companhia" articula-se com o maior tempo de permanência no estabelecimento, o que, de resto, reforça a importância das sociabilidades, e não raro sociabilidades alargadas para além do grupo, nestes contextos. De referir, contudo, que prevalecem geralmente os tempos de permanência curtos (até 1 hora), seja qual for a atitude assumida pelo inquirido - Quadros 8.40 A e B.

Como seria de esperar, os inquiridos que permanecem sozinhos no estabelecimento vão, geralmente, sozinhos para o espaço. Isto é válido para todas as casas. Uma grande percentagem (entre 100% no Valente e 33,3% no Túnel) dos que afirmam juntar-se sempre às mesmas pessoas vão também sozinhos para o estabelecimento, o que pode indiciar a existência de grupos consolidados no interior dos estabelecimentos, nomeadamente se esses estabelecimentos funcionam, como tudo o sugere, como ponto de encontro e rede de sociabilidades[1113]. De resto, não parecem existir grandes tendências

[1113] Redes de sociabilidades e relações de interconhecimento, advindas e presentes nos encontros, são dimensões equacionadas por António Firmino da Costa nos quadros de interacção, enquanto conceito que considera mais abrangente, e portanto mais rico, do que o de *habitus*, proposto, usado e defendido por Pierre Bourdieu. Cf. António Firmino da Costa, "Alfama: entreposto de mobilidade social", cit.; António Firmino da Costa, *Sociedade de Bairro,* cit. Ver também Claire Bidard, *L'Amitié. Um Lien Social*, cit.

que mereçam ser assinaladas. Nas casas Valente e Túnel, a maioria dos inquiridos, seja qual for a atitude tomada no seu interior, dirige-se para o estabelecimento sozinho ou com colegas de trabalho. Nas outras casas, as companhias são mais diversificadas, sendo que a única grande tendência assinalável é a que corresponde às atitudes solitárias, assunto já acima referenciado – Quadros 8.41 A a C .

Quadro 8.42 A – Atitude auto-atribuída e principal motivo de frequência do estabelecimento (valores relativos em linha)

Casa	Atitude do inquirido	1º Motivo de frequência do estabelecimento																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Valente	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho							50,0%		31,3%	12,5%			6,3%					
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes				37,5%					25,0%	12,5%	12,5%		12,5%					
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	50,0%								50,0%									
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	50,0%						14,3%		14,3%	14,3%			7,1%					
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	56,0%						20,0%		4,0%	8,0%			12,0%					
	Não sabe																		
	Não responde																		
Túnel	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	5,6%						33,3%	11,1%	33,3%	5,6%	5,6%		5,6%					
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	25,0%			31,3%				6,3%	12,5%	12,5%	12,5%							
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	66,7%								33,3%									
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	71,4%						14,3%				14,3%							
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	55,0%		5,0%				7,5%		17,5%	2,5%	2,5%		5,0%		2,5%		2,5%	
	Não sabe																		
	Não responde																		
Jaime	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho							21,4%	21,4%		42,9%							14,3%	
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes							2,6%	23,7%	5,3%	55,3%							13,2%	
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas								25,0%		50,0%							25,0%	
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	33,3%							16,7%	16,7%	20,8%							12,5%	
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	50,0%									25,0%							25,0%	
	Não sabe																		
	Não responde																		

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.42 B – Atitude auto-atribuída e principal motivo de frequência do estabelecimento (valores relativos em linha)

		1º Motivo de frequência do estabelecimento																	
	Atitude do inquirido	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Soraya	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	16,7%							16,7%	16,7%	50,0%								
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	51,6%							25,8%		3,2%	9,7%						9,7%	
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	53,8%							38,5%		7,7%								
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	57,1%			3,6%	3,6%			28,6%									7,1%	
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	33,3%							33,3%		33,3%								
	Não sabe																		
	Não responde																		
Solar	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho															75,0%		25,0%	
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	6,1%							36,7%						18,4%	24,5%		14,3%	
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas								25,0%						50,0%	25,0%			
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	50,0%																50,0%	
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas															100,0 %			
	Não sabe																		
	Não responde																		

Fonte: CRSV, 2001.

Legenda:

1. Encontrar-se/estar com amigos ou conhecidos	7. Beber vinho corrente	13. Frequentar um estabelecimento habitual
2. Conhecer pessoas novas	8. Beber vinho do Porto	14. Frequentar um estabelecimento diferente dos habituais
3. Conversar com alguém que apareça	9. Beber um copo (outras bebidas)	15. Frequentar um estabelecimento requintado
4. Estar com colegas de profissão	10. Comer/lanchar	16. Frequentar um estabelecimento popular
5. Tratar de assuntos profissionais/de trabalho	11. Tomar café	17. Outro
6. Namorar	12. Sair de casa	18. Não responde

Quadro 8.43 A – Atitude auto-atribuída e práticas da maioria dos clientes dos estabelecimentos

Casa	Atitude do inquirido	Práticas no estabelecimento										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Valente	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	12,5%		6,3%		6,3%		87,5%	50,0%			
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	62,5%		25,0%				62,5%	37,5%			
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	100,0%				50,0%		100,0%				
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	64,3%		7,1%	7,1%	35,7%		57,1%	21,4%			
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	68,0%	4,0%	20,0%		48,0%		68,0%	56,0%			
	Não sabe											
	Não responde											
Túnel	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	5,6%		5,6%				88,9%	66,7%	5,6%		
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	43,8%	6,3%		6,3%			75,0%	43,8%	6,3%		
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	66,7%	33,3%					100,0%	33,3%			
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	71,4%	14,3%	14,3%	28,6%			57,1%	14,3%	28,6%		
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	65,0%	10,0%	42,5%	17,5%			65,0%	37,5%	2,5%		
	Não sabe											
	Não responde											
Jaime	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	35,7%		14,3%				50,0%	50,0%			
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	63,2%	2,6%	7,9%				36,8%	76,3%			
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	100,0%						50,0%	75,0%			
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	70,8%	4,2%	12,5%				66,7%	41,7%		4,2%	
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	100,0%						25,0%	75,0%			
	Não sabe											
	Não responde											

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.43 B – Atitude auto-atribuída e práticas da maioria dos clientes dos estabelecimentos

Casa	Atitude do inquirido	Práticas no estabelecimento										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Soraya	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	16,7%						33,3%	50,0%			
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	90,3%	3,2%	3,2%				51,6%	6,5%			
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	92,3%	7,7%					53,8%				
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	96,4%		10,7%		3,6%		50,0%	10,7%	3,6%		
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	66,7%						50,0%	50,0%			
	Não sabe											
	Não responde											
Solar	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	25,0%	50,0%					100,0%		25,0%		
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	95,9%		6,1%				67,3%	2,0%	20,4%		
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	100,0%						25,0%				
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	100,0%						50,0%		50,0%		
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	100,0%						100,0%				
	Não sabe											
	Não responde											

Fonte: CRSV, 2001.

Legenda:

1. Estar/conversar com amigos/conhecidos/colegas	4. Ver TV	7. Beber	10. Não existe regularidade
2. Estar/conversar com o proprietário/gerente/empregado	5. Jogar cartas/damas/xadrez/dominó	8. Lanchar/comer/petiscar	11. Não responde
3. Ler o jornal	6. Jogar malha	9. Outro	

Os inquiridos que permanecem sozinhos no estabelecimento apontam como principal motivo de frequência o consumo propriamente dito: dirigem-se para o estabelecimento geralmente porque pretendem "beber um copo" (seja ele de vinho corrente, vinho do Porto ou de outras bebidas) ou, nalguns casos, porque pretendem comer qualquer coisa (Soraya, 50%). Pelo contrário, aqueles que se juntam sempre às mesmas pessoas, os que se juntam às mesmas pessoas mas comunicam com as restantes e os que não se juntam sempre às mesmas pessoas apontam maioritariamente para motivações relacionadas com as sociabilidades ("encontrar-se/estar com amigos ou conhecidos"), e em segundo lugar, os motivos relacionados com os consumos. Na casa Jaime é muito significativa a percentagem daqueles que, para as diversas atitudes, afirmam dirigir-se ao estabelecimento para "comer/lanchar" (entre os 20% e os 55% de respostas em cada grupo de atitudes). No Solar do Vinho do Porto ganha particular destaque, nos diversos grupos de atitudes, as motivações relacionadas com a frequência de um espaço requintado, o que remete para a caracterização do espaço como espaço de "distinção"[1114]; com menor expressão e aplicável apenas aos que só comunicam com os acompanhantes ou que se juntam sempre às mesmas pessoas, sublinha-se o próprio vinho do Porto como motivação básica, o que, por sua vez, remete para a funcionalidade do espaço – Quadros 8.42 A e B.

Ainda na problemática dos frequentadores que permanecem sozinhos, interessou-nos saber como ocupam o tempo no estabelecimento, e compará-los com os restantes frequentadores. Mais uma vez, encontramos uma clivagem forte entre os inquiridos que não se juntam a ninguém, permanecendo sozinhos, e os inquiridos que se envolvem em algum tipo de sociabilidade no interior do estabelecimento, seja com companhias exógenas, seja com companhias endógenas. As práticas dos primeiros orientam-se mais para o consumo isolado (bebem ou comem durante o tempo de permanência no espaço), enquanto as práticas dos segundos associam ao consumo de bebidas

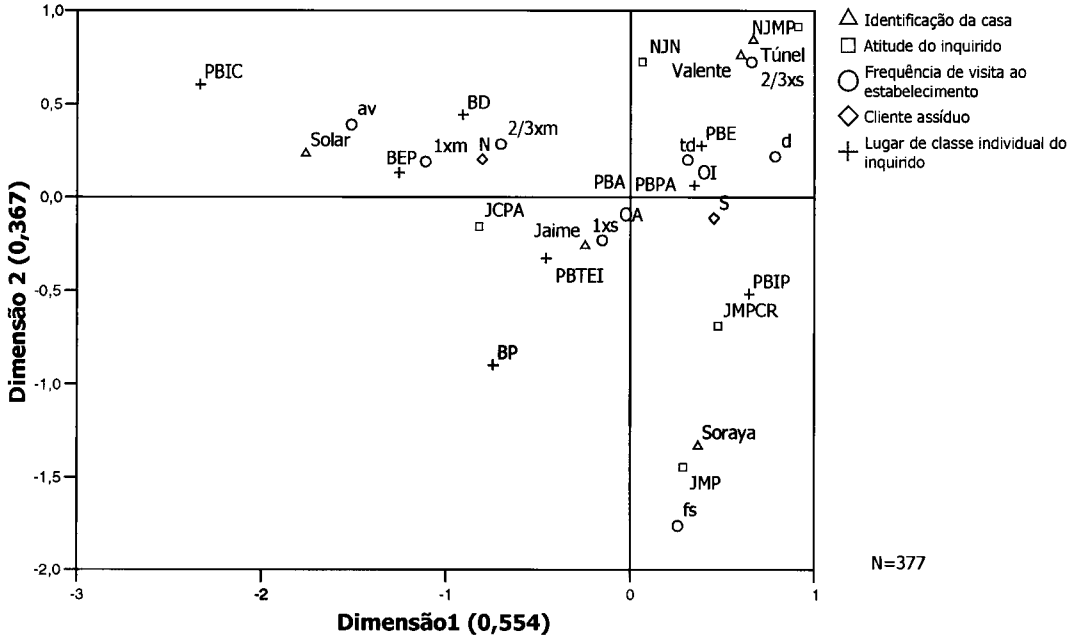
[1114] Neste contexto pode-se desde já perceber a importância social das classificações, a que alude Pierre Bourdieu e suas repercussões sociais, entre elas as lutas simbólicas, neste caso latentes, inerentes, precisamente, à forma como se vai interpretando e construindo o mundo e o social. Cf. Pierre Bourdieu, *La Distinction*, cit.,; Pierre Bourdieu e Loïc J. D. Wacquant, *Réponses*, cit.,; Pierre Bourdieu, *O Poder Simbólico*, cit.; Patrice Bonnewitz, *Primeiras Lições sobre a Sociologia de P. Bourdieu*, cit.; Pierre Bourdieu, *Razões Práticas. Sobre a Teoria da Acção*, cit.

e/ou alimentos o convívio e a conversa com os amigos e conhecidos e, nalguns casos, a conversa com os proprietários e empregados do estabelecimento (casas Túnel, Jaime e Soraya) e a participação noutras formas de sociabilidade, como os jogos de cartas, dominó, damas, etc. (casa Valente) – Quadro 8.43 A e B.

Daqui concluímos, então, que a espaços física, social e simbolicamente diferenciados correspondem práticas e formas de estar e agir também elas diferenciadas. Os espaços com lógica tabernal aproximam-se mais de um modelo baseado no interconhecimento e na convivialidade; o Solar aproxima-se mais de um modelo baseado na cultura de saídas, no consumo e numa convivialidade de tipo diferente, "exógena" ao espaço. Neste último caso poderão funcionar estratégias de distinção: diminui a importância intrínseca do consumo e a descontracção na apresentação de si e aumenta a importância de ver e ser visto, a busca de um consumo requintado, nomeadamente quando inserida na busca de um processo de reconhecimento e legitimação social. A análise das práticas dos clientes dos espaços tabernais parece reflectir a visão de um "mundo da vida" partilhado onde prevalece a comunicação e a fluidez das relações.

Para finalizar este tema, importaria traçar, para cada estabelecimento, os perfis dos indivíduos que afirmam juntar-se a outras pessoas e os daqueles que afirmam permanecer sozinhos. Para isso, procedemos a uma análise de correspondências entre a atitude do inquirido, a frequência com que aparece no estabelecimento, o destino após a saída do local de trabalho, o tempo de frequência do estabelecimento e a assiduidade.

Gráfico 8.3. – Análise de correspondências múltiplas
Atitude, frequência de visita, assiduidade, lugar de classe do inquirido



Atitude do inquirido – NJN -Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho; **JCPA** -Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes; **JMP** -Juntar-se sempre às mesmas pessoas; **JMPCR** -Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes; **NJMP** -Não se juntar sempre às mesmas pessoas.
Frequência de visita ao estabelecimento – av -Às vezes; **1xm**-Uma vez por mês; **2/3xm**-Duas a três vezes por mês; **fs** -Fins-de-semana em geral; **2/3xs**- Duas a três vezes por semana; **1xs**-Uma vez por semana; **td** -Todos os dias úteis ou quase; **d** -Diariamente ou quase.
Cliente assíduo – N–Não; **S** -Sim.

Pelo Gráfico 8.3[1115], consideramos como variáveis discriminantes da dimensão 1 a identificação da casa, a atitude do inquirido, bem como a frequência com que visita o estabelecimento e o seu lugar de classe individual.

[1115] O Anexo 6.2 apresenta os dados que suportam o Gráfico 8.3 e que permitem a análise qualitativa.

Embora com menor intensidade, a variável da assiduidade, também possui poder discriminativo. Enquanto que na dimensão 2 a identificação da casa apresenta-se de novo com capacidade discriminante, mas agora com maior acuidade, para além da atitude do indivíduo e da frequência com que visita o estabelecimento.

Nesta análise, a dimensão 1 identifica claramente o Solar por oposição ao Valente, Túnel e Soraya. O Jaime, nesta análise não possui características que lhe sejam específicas, por se situar muito proxémico da origem. No plano negativo desta dimensão, encontram-se, relativamente à atitude, a categoria juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes, por oposição ao plano positivo onde se destacam as categorias que indicam maior índice de comunicação relacional. Quanto à frequência, verifica-se, no plano negativo, a associação das categorias que aludem à menor frequência do estabelecimento, enquanto que no plano positivo, predominam as categorias que indiciam maior frequência do estabelecimento. Analisando a classe individual do inquirido, verificamos que as classe mais capitalizadas predominam no plano negativo da primeira dimensão, por oposição às mais descapitalizadas, no plano positivo. Quanto à assiduidade, os planos positivo e negativo opõem-se claramente, estando os frequentadores menos assíduos no plano negativo da dimensão e os mais assíduos no positivo.

Na segunda dimensão, verifica-se uma oposição entre a Soraya e Jaime, por um lado, e Valente e Túnel por outro lado. Quanto à variável atitude, verifica-se que associado ao Valente e ao Túnel, no plano positivo, encontram-se duas categorias com significado oposto: os que não se juntam a ninguém e os que não se juntam sempre às mesmas pessoas; no plano negativo associado à Soraya e ao Jaime, encontram-se as categorias intermédias de atitudes comunicacionais. Nesta dimensão, a frequência aos fins-de-semana está claramente associada às casas Soraya e Jaime. Enquanto que as casas Valente e Túnel se associam a uma frequência de duas a três vezes por semana.

Assim, conclui-se que na dimensão 1 há, por um lado, uma clara associação entre o Solar, as classes mais capitalizadas, clientes não assíduos e não frequentes e que apenas comunicam com os acompanhantes; por outro,

associam-se as casas Valente, Túnel e Soraya, onde se verificam clientes pertencentes a classes mais descapitalizadas, mais assíduos, com uma frequência ao estabelecimento mais acentuada e com redes de comunicação mais fluidas.

A dimensão 2, diferencia as casas Soraya e Jaime por um lado, das casas Valente e Túnel por outro, havendo uma associação das duas primeiras a atitudes intermédias de comunicação e à frequência de fim-de-semana; as segundas, associam-se a atitudes polares: isolamento *versus* comunicação lata, bem como uma frequência de 2/3 vezes por semana.

8.3.2 – Os amigos: redes e laços

Uma maioria muito significativa dos inquiridos das casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya afirma ser fácil constituir laços de amizade nos estabelecimentos (64,6%, 60,7%, 73,8% e 86,9%, respectivamente). Os espaços são encarados explicitamente como palcos de convívio e sociabilidade, lugares onde se "fazem amigos" e onde "fazer amigos" está "naturalizado"[1116]. Assim, será importante referir, no quadro da pesquisa empírica, relatos que reiteram essa sociabilidade naturalizada e incorporada:

> "[Os homens] talvez tenham mais tendência para isso... estão mais à vontade, escolhem mais esses meios, por vezes até conviverem com amigos". (Frequentador-consumidor 9)

> "Exacto, sim, sim por coincidência até estamos ligados aos automóveis os dois, por coincidência mas sem nos conhecermos do ramo automóvel, conhecemo-nos aqui". (Frequentadores-consumidores, sexo masculino, entrevista exploratória)

> "É uma família, são amigos". (Frequentador-consumidor 2)

[1116] Para maior desenvolvimento sobre questões relacionadas com a amizade, camaradagem, relacionamentos, ver Claire Bidard, *L'Amitié. Um Lien Social*, cit.; José Machado Pais, "Lazeres e sociabilidades juvenis - um ensaio de análise etnográfica", *Análise Social*, nº 108-109, 1990, pp. 591-645.

Essa mesma sociabilidade é também sentida entre proprietários e frequentadores-consumidores:

> "P- Como é a relação com os proprietários do estabelecimento, dessas pessoas com os proprietários, é uma relação de amizade?
> R- É de amizade. Aliás até há muita intimidade, por exemplo, aqui o Rodrigo é benfiquista e os outros são portistas e quando o Benfica perde ... é vão logo conversar, se é o contrário é ele que manda as bocas para fora, quer dizer, ninguém leva a mal". (Frequentador-consumidor 1)

No caso do Solar do Vinho do Porto, confirma-se a hipótese do carácter periférico das sociabilidades endógenas ao próprio estabelecimento: os inquiridos afirmam não ser fácil encontrar aí amigos (73,3% das respostas contra apenas 11,7% que admitem ser fácil arranjar amigos). O espaço aparece mais como um lugar para onde se vai com amigos (ou pelo menos com conhecidos) do que um lugar para onde se vai conhecer novas pessoas e constituir novas amizades – Quadro 8.44.

Quadro 8.44 – Facilidade em arranjar amigos por estabelecimento

Facilidade em arranjar amigos	Estabelecimento					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Não	20,2%	18,5%	9,5%	9,5%	4,8%	73,3%
Sim	62,3%	64,6%	60,7%	73,8%	86,9%	11,7%
Não sabe	17,2%	16,9%	29,8%	16,7%	7,1%	15,0%
Não responde	,3%				1,2%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.45 – Existência de amigos no estabelecimento

Existência de amigos no estabelecimento	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	42,4%	33,8%	35,7%	44,0%	17,9%	93,3%
Sim	56,0%	64,6%	61,9%	52,4%	82,1%	6,7%
Não sabe	1,3%	1,5%	2,4%	2,4%		
Não responde	,3%			1,2%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

O facto de a maioria dos inquiridos das casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya também afirmar possuir amigos no estabelecimento (64,6%, 61,9%, 52,4% e 82,1%, respectivamente) valida o que se acabou de referir a propósito da configuração destes espaços como pólos de convivialidade e sociabilidade consolidados e com raízes afectivas profundas. No caso do Solar, é esmagador o número de inquiridos que afirmam não ter amigos no estabelecimento (93,3%) – Quadro 8.45.

A atitude mais usual que o inquirido que tem amigos no estabelecimento assume no próprio estabelecimento, merece-nos, agora, especial atenção – Quadro 8.46. Como se pode constatar, regista-se uma clivagem entre os primeiros quatro espaços e o Solar. Naqueles, e como seria de esperar, a maioria dos inquiridos que afirmam permanecer sozinhos declaram não possuir amigos no estabelecimento; no Solar são tantos os inquiridos que declaram não ter amigos como aqueles que declaram ter amigos. À excepção da Soraya, os que afirmam juntar-se e comunicar apenas com os acompanhantes também declaram maioritariamente não ter amigos nos estabelecimentos. Pelo contrário, os inquiridos que declaram juntar-se sempre às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes e que declaram não se juntar sempre às mesmas pessoas apontam maioritariamente para a existência de amigos no estabelecimento, o que reforça, a importância de sociabilidades cruzadas. No Solar, porém, seja qual for a atitude, a maioria dos inquiridos declara não ter amigos no estabelecimento.

Quadro 8.46 - Atitude do inquirido segundo a existência de amigos no estabelecimento

Casa	Atitude do inquirido	Existência de amigos no estabelecimento				
		Não	Sim	Não sabe	Não responde	Total
		%	%	%	%	%
Valente	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	87,5%	12,5%			100,0%
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	50,0%	37,5%	12,5%		100,0%
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas		100,0%			100,0%
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	14,3%	85,7%			100,0%
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	8,0%	92,0%			100,0%
	Não sabe					
	Não responde					
Túnel	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	88,9%	11,1%			100,0%
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	62,5%	25,0%	12,5%		100,0%
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas		100,0%			100,0%
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	14,3%	85,7%			100,0%
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	7,5%	92,5%			100,0%
	Não sabe					
	Não responde					
Jaime	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	64,3%	28,6%	7,1%		100,0%
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	60,5%	36,8%		2,6%	100,0%
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	25,0%	75,0%			100,0%
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	16,7%	83,3%			100,0%
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas		75,0%	25,0%		100,0%
	Não sabe					
	Não responde					
Soraya	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	66,7%	33,3%			100,0%
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	29,0%	71,0%			100,0%
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas		100,0%			100,0%
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes		100,0%			100,0%
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	33,3%	66,7%			100,0%
	Não sabe					
	Não responde					
Solar	Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	50,0%	50,0%			100,0%
	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	98,0%	2,0%			100,0%
	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	75,0%	25,0%			100,0%
	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	100,0%				100,0%
	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	100,0%				100,0%
	Não sabe					
	Não responde					

Fonte: CRSV, 2001.

Neste contexto, surge como interessante o facto de que os inquiridos que afirmaram ter amigos no estabelecimento afirmarem também, maioritariamente, que se encontram com os amigos da "tasca/taberna" fora desse espaço. Ora, esta conjunção de encontros, pode, por um lado, reflectir a solidez das relações estabelecidas nas casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya, sublinhando a importância das sociabilidades como elemento central destes espaços; por outro lado, pode reflectir a transposição para o interior dos estabelecimentos de relações de amizade que, sendo exteriores e anteriores ao espaço, aí se consolidam e amadurecem. Esses encontros acontecem, geralmente, em espaços públicos ("jardins e passeios públicos"), o que nos remete para a imagem dos idosos ("velhotes") que jogam as cartas no jardim ou das conversas ocorridas nos bancos desses mesmos espaços ou, em outros locais de consumo, destacando-se de entre estes os cafés, e, com bastante menor intensidade, mas ainda assim, digna de menção, outras tabernas e casas de pasto e restaurantes.

Quadro 8. 47 - SR40 – Encontros com amigos fora do estabelecimento[1117]

Encontros com amigos fora do espaço	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	36,0%	33,3%	42,3%	31,8%	33,3%	75,0%
Sim	63,5%	66,7%	55,8%	68,2%	66,7%	25,0%
Não responde	,5%		1,9%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

É de referir, porém, que cerca de um terço dos inquiridos que afirmaram possuir amigos no estabelecimento afirmam também não se encontrar com esses amigos fora da taberna, algo que poderá indicar a existência de relações de amizade "exclusivas" do estabelecimento e a ele circunscritas (os "amigos da

[1117] De sublinhar que esta questão só foi aplicada aos inquiridos que responderam afirmativamente à questão que está na base da construção do Quadro anterior (Quadro 8.46).

tasca", os "amigalhaços") – Quadros 8.47 e 8.48 - sendo a este propósito interessante revelar que um dos nossos entrevistados colocou a hipótese de estas "amizades" tabernais serem mais ou menos fomentadas pelo momento, pela bebida e pela conjunção de circunstâncias mais ou menos aleatórias:

> "É o amigo de ocasião". (Frequentador-consumidor 10)

Seja como for, vai ganhando consistência considerar que o quotidiano de um número significativo de inquiridos é atravessado por dinâmicas de sociabilidade quase em permanência.

Quadro 8.48 – Locais de encontro com os amigos do estabelecimento

Locais de Encontro	Estabelecimento					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Local de habitação do inquirido	3,2%	4,6%	2,4%	2,4%	4,8%	1,7%
Local de habitação de familiares	,3%		1,2%			
Local de habitação de colegas/amigos	1,9%	1,5%		2,4%	3,6%	1,7%
Bares	,8%		1,2%	2,4%		
Bares de luxo						
Cafés	10,9%	6,2%	8,3%	**16,7%**	**17,9%**	1,7%
Tabernas	2,7%	6,2%	4,8%	1,2%	1,2%	
Tascos/tasquinhas	3,2%	**7,7%**	6,0%	2,4%		
Casa de pasto	1,9%	6,2%	2,4%	1,2%		
Botequim/boteque						
Restaurantes	4,8%	4,6%	**10,7%**	1,2%	4,8%	1,7%
Clubes	1,3%		4,8%			1,7%
Discotecas	,5%			2,4%		
Jardins, passeios públicos	24,1%	32,3%	23,8%	22,6%	36,9%	
Outro	7,7%	9,2%	6,0%	10,7%	10,7%	
Não se aplica						

Fonte: CRSV, 2001.

E porque do convívio se faz vida nestes estabelecimentos, importa determo-nos nos temas de conversa[1118]; vale a pena lembrar que a "conversa com os amigos, conhecidos ou colegas" foi uma das práticas mais referidas sobre o modo de preencher o tempo no estabelecimento (Quadro 8.17).

Nas casas Valente, Túnel, Soraya e, em menor grau, na casa Jaime, o desporto é o "rei" dos temas de conversa. Nos três primeiros estabelecimentos, cerca de dois terços dos inquiridos afirmaram ser o desporto/futebol o tema mais abordado nas conversas, seguindo-se temas gerais, ou seja, não subordinados a uma problemática concreta. No Jaime, a importância do futebol como tema de conversa sofre um decréscimo (36,9%), continuando a ser, porém, o tema mais discutido. Sublinha-se deste modo o carácter "masculinizado" do espaço e das suas conversas - Quadro 8.49. Exemplificando, podemos incluir no nosso trabalho alguns fragmentos discursivos que comprovam essa tendência analítica:

> "Isto é futebol, isto é futebol e... e a vida deles". (Frequentador-consumidor 2)

> "Conversamos, discutimos futebol, é lá... é pelos futebóis... eh... e de maneira que depois entretém-se assim o tempo. Joga-se um dominózinho, joga-se um bocadinho de bilhar e prontos". (Frequentador-consumidor 2)

[1118] Nos temas de conversas está presente a linguagem, enquanto matéria prima da construção social do quotidiano, e enquanto instrumento que permite ao indivíduo armazenar conhecimentos - o "stock de conhecimento" referido por Schütz. Cf. Alfred Schütz, "Phenomenology and the social sciences", cit., p. 135.

Quadro 8.49 – Temas de conversa predominantes por estabelecimento

Assuntos mais abordados nas conversas	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Futebol/desporto	48,8%	64,6%	66,7%	36,9%	60,7%	6,7%
Programas televisivos	6,4%	10,8%	14,3%	,0%	4,8%	1,7%
Assuntos familiares/pessoais	10,6%	3,1%	3,6%	8,3%	6,0%	38,3%
Assuntos profissionais	23,1%	13,8%	32,1%	15,5%	15,5%	41,7%
Política	14,3%	10,8%	19,0%	6,0%	19,0%	16,7%
Economia/gestão	,3%		1,2%			
Religião						
As novidades da rua/bairro/quarteirão	3,2%	3,1%	3,6%	2,4%	6,0%	
Comentários sobre situações passadas com outros	5,8%	10,8%	4,8%			18,3%
Comentários sobre situações passadas com o próprio	9,5%	18,5%	13,1%			21,7%
Assuntos jocosos (piadas/anedotas..)	4,0%	4,6%	7,1%	2,4%	3,6%	1,7%
Generalidades	38,5%	38,5%	41,7%	34,5%	26,2%	56,7%
Outro	9,5%	10,8%	1,2%	16,7%	9,5%	10,0%
Não se aplica						

Fonte: CRSV, 2001.

Ainda no que toca aos temas de conversa, a clivagem entre o Solar e as restantes casas é, mais uma vez, notória: enquanto nestas se fala de futebol e de generalidades, naquele, para além das generalidades, os assuntos profissionais centralizam as conversas (41,7%), o que pode reflectir diferenças significativas no que toca à origem e conteúdos das sociabilidades aí estabelecidas.

Os assuntos profissionais também têm um peso significativo no Túnel, reflexo, porventura, da transposição para o estabelecimento de redes de sociabilidades fundadas no local de trabalho, sobretudo no período de almoço. Sendo periférica, na estrutura dos temas de conversa, a política é referenciada nalguns estabelecimentos por um número significativo de inquiridos: 19% no Túnel e na Soraya, 16,7% no Solar.

Os espaços com lógica tabernal constituem, assim, um palco de estabelecimento de laços de amizade, um lugar de encontro e convívio, um lugar onde se forjam e/ou consolidam sociabilidades[1119]. As amizades da

[1119] Segundo Catherine Paradeise, subjacente a este tipo de sociabildiades encontram-se as "afinidades electivas", norteadoras da escolha de parceiros. Cf. Catherine Paradeise, "Socibilité et culture de classe", in *Revue Française de Sociologie*, vol. XXI, Paris, 1980, p. 571-574. Mas também Max Weber, e muito anteriormente, se referia à importância das "afinidades electivas" que aproximam e distanciam agentes sociais. Cf. Max Weber, *Sociologie des Religions*, cit., pp. 279.

taberna podem também ser sólidas a ponto de não terem de ser exclusivas do espaço; estaremos geralmente perante amizades de "proximidade", intraclassistas, que existem antes, durante e depois da frequência da taberna.

A espaços física, social e simbolicamente diferenciados correspondem, contudo, formas também elas diferenciadas de convivialidade e de consolidação de laços de amizade – na taberna podem "fazer-se" amigos; no bar entra-se com amigos já "feitos". Daí o hermetismo social que aqui se vive face à fluidez ali praticada. Mas correspondem também regras comportamentais e temas de conversa também eles diferenciados. Excepção feita ao Solar do Vinho do Porto, prevalecem nestes estabelecimentos as conversas em torno do desporto/futebol. Tal facto é compreensível não só por força da elevada masculinização destes espaços e pelo carácter popular das suas clientelas, mas também porque o futebol constitui um "mínimo denominador comum" que não deixa ninguém de fora da discussão.

Nestes espaços, pela sua estrutura, predomina largamente o género masculino (Tipos 1 a 4 destes estabelecimentos). Apesar de se tratar de uma constatação de comprovação imediata pela observação empírica, importou questionar os frequentadores sobre este tema, tentando detectar percepções: enraizadamente consistentes, de cariz hermética, exclusivista, tradicional e fechado a um "mundo da vida" não partilhado por géneros, ou de raízes esbatidas, em transição para de um "mundo de vida" partilhado.

Quadro 8.50 – Género predominante por estabelecimento

Género predominante	Estabelecimento					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Masculino	81,2%	100,0%	97,6%	84,5%	77,4%	38,3%
Feminino	2,9%				3,6%	13,3%
Ambos os sexos	15,1%		2,4%	13,1%	19,0%	46,7%
Não sabe	,8%			2,4%		1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Face a isto, regista-se o carácter esmagadoramente masculinizado dos espaços, com excepção do Solar do Vinho do Porto – 100% dos inquiridos afirmam que o sexo masculino é predominante[1120] na casa Valente, 97,6% no Túnel, 84,5% no Jaime e 77,4% na Soraya – Quadro 8.50. Nestes dois últimos estabelecimentos, o peso dos que afirmam que a presença do sexo masculino é predominante, é mais baixo do que nos primeiros; esta percepção articular-se-á, possivelmente, com a configuração e funções dos próprios espaços, mais voltados para o fornecimento de petiscos e para o turismo/lazer em torno do vinho do Porto. No Solar – e como seria de esperar, dada a própria configuração e funções do estabelecimento – a maior parte dos inquiridos afirma ser o espaço frequentado por ambos os sexos (46,7%), apesar de um número considerável apontar para uma masculinização do espaço (38,3%). As razões para este predomínio repartem-se em torno de argumentos como a "tradição masculina do espaço", o "tipo de estabelecimento" em causa e o "consumo alcoólico", existindo também um número considerável de inquiridos que admitem tratar-se de uma questão ligada aos "preconceitos sociais contra as mulheres" (sobretudo nas casas Valente, Túnel e Soraya) – Quadros 8.51 e 8.52. Atente-se aos seguintes extractos de entrevistas:

> "As mulheres que lá entram, até, provavelmente pelo que tenho apreciado vão lá tomar o café e vão-se embora logo" (Frequentador-consumidor 9)

> "O homem não quer vir com a mulher aqui porque ... tem vergonha, tem vergonha". (Frequentadores-consumidores 5)

[1120] Sobre predomínio masculino, clivagem masculino/feminino em espaços, dominações simbólicas de género, ver, por exemplo, Pierre Bourdieu, *A Dominação Simbólica*, Oeiras, Celta, 1999; Andrew Tolson, *Os Limites da masculinidade*, Lisboa, Assírio e Alvim, 1983; Catherine Paradeise, "Sociabilité et culture de classe", cit.

Quadro 8. 51 – Razões do predomínio de clientes masculinos

Razões do predomínio masculino	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Pela tradição masculina do espaço	20,4%	24,6%	33,3%	19,0%	14,3%	8,3%
Pelo tipo de estabelecimento	20,7%	29,2%	33,3%	29,8%	4,8%	3,3%
Pelo consumo alcoólico	25,2%	35,4%	25,0%	21,4%	32,1%	10,0%
Por preconceitos sociais contra as mulheres	26,3%	44,6%	41,7%	14,3%	23,8%	5,0%
Pela frequência feminina de outro tipo de espaços	7,7%	7,7%	13,1%	2,4%	10,7%	3,3%
Por motivos profissionais	2,9%					18,3%
Outros	1,1%	1,5%		1,2%	1,2%	1,7%
Não sabe	9,0%	7,7%	7,1%	10,7%	14,3%	3,3%
Não responde	,3%				1,2%	

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.52 – Razões da frequência de clientes de ambos os sexos

Razões da frequência de clientes de ambos os sexos	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Pela frequência de casais e grupos mistos	8,2%		1,2%	7,1%	3,6%	35,0%
Pelas características do espaço	5,0%			1,2%	8,3%	18,3%
Outros	,5%			1,2%	1,2%	
Não sabe	2,7%			3,6%	7,1%	1,7%
Não responde	,8%		1,2%			3,3%
Não categorizado	2,9%				3,6%	13,3%

Fonte: CRSV, 2001.

Os quatro primeiros Tipos de espaços permanecem sendo espaços altamente masculinizados. O consumo de vinho corrente em contexto semi-público – e as sociabilidades que se constituem nos locais onde esse consumo acontece assumem uma forte dominância masculina[1121].

Do que ficou acima exposto decorre que "beber um copo" no estabelecimento é passível de se aliar a práticas de sociabilidade diferentes. Com excepção da casa Jaime, o número mais significativo de respostas para as diversas casas associa à ideia de "beber um copo" no estabelecimento o reforço

[1121] Catherine Paradeise, também alude ao predomínio deste género neste tipo de espaços, tal como José Machado Pais; cf. respectivamente, Catherine Paradeise, "Socibilité et culture de classe", cit., p.576 e José Machado Pais, "Lazeres e sociabilidades juvenis – um ensaio de análise etnográfica", in *Análise Social*, nº 108-109, 1990, pp. 592, 612-613.

dos laços de amizade (46,2% das respostas no Valente, 57,1% no Túnel, 23,8% no Jaime, 35,7% na Soraya e 41,7% no Solar). O vinho – corrente ou do Porto – é pretexto para estar com os amigos, para cultivar as amizades. Na linha das respostas anteriores, será correcto afirmar que, no caso do Solar, o vinho (do Porto) é um pretexto para o convívio e para o reforço das amizades construídas fora do espaço, algo que não encontrará, necessariamente, eco total nas restantes casas – Quadro 8. 53.

Quadro 8.53 – Frases relativas à prática "Beber 1 copo neste estabelecimento..."

Frases relativas à prática "Beber 1 copo neste estabelecimento..."	Estabelecimento					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade	6,6%	6,2%	1,2%	3,6%	19,0%	1,7%
Pretexto para reforçar laços de amizade	40,6%	46,2%	57,1%	23,8%	35,7%	41,7%
Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade	8,8%	4,6%	2,4%	8,3%	8,3%	23,3%
Pretexto para estar consigo próprio	17,8%	23,1%	16,7%	23,8%	14,3%	10,0%
Não é pretexto para nada de especial	26,3%	20,0%	22,6%	40,5%	22,6%	23,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Para muitos inquiridos (40,5% no Jaime, cerca de 20% nas restantes casas), "beber um copo" não constitui pretexto para "nada de especial": esta resposta poderá reflectir, por um lado, a importância intrínseca do consumo de vinho enquanto hábito quotidiano enraizado e, por outro, a importância do estabelecimento como espaço-tempo de não-trabalho, de lazer, de convívio não necessariamente estruturado, o lugar onde se "mata o tempo" e o "vício":

> "É um género de convívio". (Frequentador-consumidor 1)

> "Outras pessoas, outras pessoas são amigas, conheceram aqui, conheceram aqui, eu aqui conheci dezenas de pessoas que não conhecia. (Frequentador-consumidor 1)

P- Mas de alguma maneira já vêm cá há muitos anos, quando eram novos e agora ...

R- Exactamente e claro já trazem amigos, criaram aqui amigos, criaram aqui amizades. (Frequentador-consumidor 1)

Daqui se tira que "beber um copo" constitui um pretexto para forjar e/ou fortalecer laços de amizade, constituindo, a convivialidade, um elemento central da vida destes espaços. Mas "beber um copo" é também um pretexto para o lazer e a descontracção.

Dado que os elementos aqui presentes têm vindo a convergir para o enaltecimento duma prática convivial, reforçando contornos de uma sociabilidade dinâmica, procurámos perceber se existe cumulatividade entre práticas vínicas e relacionamentos, expressados pelo conhecimento de outros clientes – Quadro 8.54 – pela atitude do inquirido – Quadro 8.55 - e pela existência de amigos no estabelecimento – Quadro 8.56 .

Estes quadros mostram que, em termos genéricos, podemos considerar que a maioria dos inquiridos que atribui, a "beber um copo" no estabelecimento, um significado relacionado com a construção e reforço de laços de amizade conhece todos, quase todos ou pelo menos alguns dos clientes, que frequentam o mesmo espaço; estes indivíduos optam ou por juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes ou por não se juntar sempre às mesmas pessoas, algo que revela uma abertura do circuito de relacionamentos e, por conseguinte, uma articulação e ajustamento entre as representações e as atitudes e declara ainda ter amigos naquele espaço. Esta afirmação é válida para as quatro primeiras casas. Nas casas Jaime e Soraya é também significativa a percentagem destes inquiridos que afirmam juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes, o que remete para a ideia de grupos exógenos, constituídos a montante da frequência do espaço. No Solar destacam-se, como já seria de esperar, os indivíduos que se juntam e comunicam apenas com os acompanhantes.

Quadro 8.54 – Frases relativas à prática "Beber 1 copo neste estabelecimento..." segundo o conhecimento de outros clientes

Casa	Frases relativas à prática "Beber 1 copo neste estabelecimento..."	Conhecimento de outros clientes					
		Não, nenhum	Todos ou quase todos	Alguns, para além dos que o acompanham	Poucos, para além dos que o acompanham	Só os que o acompanham	Total
Valente	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade		100,0%				100,0%
	Pretexto para reforçar laços de amizade		66,7%	10,0%	10,0%	13,3%	100,0%
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade		66,7%	33,3%			100,0%
	Pretexto para estar consigo próprio	80,0%		13,3%	6,7%		100,0%
	Não é pretexto para nada de especial	15,4%	38,5%	23,1%	7,7%	15,4%	100,0%
Túnel	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade		100,0%				100,0%
	Pretexto para reforçar laços de amizade		50,0%	25,0%	10,4%	14,6%	100,0%
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade		100,0%				100,0%
	Pretexto para estar consigo próprio	85,7%	7,1%	7,1%			100,0%
	Não é pretexto para nada de especial	26,3%	21,1%	21,1%	5,3%	26,3%	100,0%
Jaime	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade		33,3%			66,7%	100,0%
	Pretexto para reforçar laços de amizade	5,0%	15,0%	55,0%	5,0%	20,0%	100,0%
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade	14,3%	85,7%				100,0%
	Pretexto para estar consigo próprio	25,0%	15,0%	35,0%	20,0%	5,0%	100,0%
	Não é pretexto para nada de especial	26,5%	5,9%	32,4%	8,8%	26,5%	100,0%
Soraya	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade		31,3%	62,5%	6,3%		100,0%
	Pretexto para reforçar laços de amizade		50,0%	43,3%	3,3%	3,3%	100,0%
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade		71,4%	14,3%		14,3%	100,0%
	Pretexto para estar consigo próprio	8,3%	50,0%	16,7%	8,3%	16,7%	100,0%
	Não é pretexto para nada de especial	15,8%	31,6%	42,1%	10,5%		100,0%
Solar	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade			100,0%			100,0%
	Pretexto para reforçar laços de amizade	36,0%		32,0%	28,0%	4,0%	100,0%
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade	14,3%		42,9%	42,9%		100,0%
	Pretexto para estar consigo próprio	66,7%		16,7%	16,7%		100,0%
	Não é pretexto para nada de especial	57,1%		21,4%	7,1%	14,3%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

A maioria daqueles que afirmam que "beber um copo" é um pretexto para estar consigo próprio, por seu turno, não conhece nenhum ou conhece poucos clientes do estabelecimento (excepto na Soraya). Estes indivíduos, optam maioritariamente por não se juntar a ninguém, permanecendo sozinhos, ou por se juntar e comunicar apenas com os acompanhantes e declaram maioritariamente não ter amigos no estabelecimento, com uma forte incidência no Valente e no Túnel.

No Solar, a análise desta questão deve, naturalmente, ser subordinada ao facto de estarmos perante um estabelecimento em que a maioria dos inquiridos declara não conhecer os outros clientes. Neste caso particular, as respostas são determinadas pelo facto de a esmagadora maioria dos inquiridos declarar juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes, o que remete para a hipótese de as sociabilidades aí desenvolvidas serem essencialmente exógenas ao estabelecimento, como de resto já foi sendo registado. Assim, é razoável admitir que no Solar, mais uma vez, a situação é diferente: signifique "beber um copo" o que significar, a esmagadora maioria dos inquiridos declara não ter amigos no estabelecimento.

Quadro 8.55 – Frases relativas à prática "Beber 1 copo neste estabelecimento..." segundo a atitude do inquirido

Casa	Frases relativas à prática "Beber 1 copo neste estabelecimento..."	Atitude do inquirido				
		Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	Não se juntar sempre às mesmas pessoas
Valente	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade		25,0%		25,0%	50,0%
	Pretexto para reforçar laços de amizade	3,3%	16,7%	3,3%	23,3%	53,3%
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade				66,7%	33,3%
	Pretexto para estar consigo próprio	80,0%	6,7%			13,3%
	Não é pretexto para nada de especial	23,1%	7,7%	7,7%	30,8%	30,8%
Túnel	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade					100,0%
	Pretexto para reforçar laços de amizade	2,1%	20,8%	4,2%	12,5%	60,4%
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade					100,0%
	Pretexto para estar consigo próprio	85,7%				14,3%
	Não é pretexto para nada de especial	26,3%	31,6%	5,3%	5,3%	31,6%
Jaime	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade		66,7%		33,3%	
	Pretexto para reforçar laços de amizade	5,0%	40,0%	15,0%	35,0%	5,0%
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade			14,3%	71,4%	14,3%
	Pretexto para estar consigo próprio	40,0%	25,0%		25,0%	10,0%
	Não é pretexto para nada de especial	14,7%	67,6%		17,6%	
Soraya	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade		62,5%	18,8%	18,8%	
	Pretexto para reforçar laços de amizade		26,7%	13,3%	50,0%	10,0%
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade		14,3%		85,7%	
	Pretexto para estar consigo próprio	25,0%	33,3%	25,0%	16,7%	
	Não é pretexto para nada de especial	15,8%	42,1%	15,8%	10,5%	15,8%
Solar	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade		100,0%			
	Pretexto para reforçar laços de amizade		96,0%		4,0%	
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade		71,4%	14,3%	7,1%	7,1%
	Pretexto para estar consigo próprio	66,7%	16,7%	16,7%		
	Não é pretexto para nada de especial		92,9%	7,1%		

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.56 – Frases relativas à prática "Beber 1 copo neste estabelecimento..." segundo a existência de amigos no estabelecimento

Casa	Frases relativas à prática "Beber 1 copo neste estabelecimento..."	Existência de amigos no estabelecimento				
		Não	Sim	Não sabe	Não responde	Total
Valente	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade		100,0%			100,0%
	Pretexto para reforçar laços de amizade	20,0%	80,0%			100,0%
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade		100,0%			100,0%
	Pretexto para estar consigo próprio	73,3%	20,0%	6,7%		100,0%
	Não é pretexto para nada de especial	38,5%	61,5%			100,0%
Túnel	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade		100,0%			100,0%
	Pretexto para reforçar laços de amizade	12,5%	85,4%	2,1%		100,0%
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade		100,0%			100,0%
	Pretexto para estar consigo próprio	92,9%	7,1%			100,0%
	Não é pretexto para nada de especial	57,9%	36,8%	5,3%		100,0%
Jaime	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade	100,0%				100,0%
	Pretexto para reforçar laços de amizade	25,0%	75,0%			100,0%
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade		85,7%	14,3%		100,0%
	Pretexto para estar consigo próprio	40,0%	55,0%	5,0%		100,0%
	Não é pretexto para nada de especial	61,8%	35,3%		2,9%	100,0%
Soraya	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade		100,0%			100,0%
	Pretexto para reforçar laços de amizade	10,0%	90,0%			100,0%
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade	14,3%	85,7%			100,0%
	Pretexto para estar consigo próprio	33,3%	66,7%			100,0%
	Não é pretexto para nada de especial	36,8%	63,2%			100,0%
Solar	Pretexto para conhecer e estabelecer laços de amizade	100,0%				100,0%
	Pretexto para reforçar laços de amizade	100,0%				100,0%
	Pretexto para estabelecer e/ou reforçar laços de amizade	85,7%	14,3%			100,0%
	Pretexto para estar consigo próprio	66,7%	33,3%			100,0%
	Não é pretexto para nada de especial	100,0%				100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

8.4. Práticas de consumos e construção de gostos

Após uma primeira apresentação sobre vivências, com maior ou menor grau de estruturação nos estabelecimentos estudados, e que se revelam com forte pendor social, importa incidir o nosso olhar na questão que as centraliza – referimo-nos ao consumo propriamente dito.

No momento em que foi aplicado o inquérito, atentámos aos consumos dos inquiridos, com o intuito de perceber se estávamos perante um hábito sedimentado ao nível dos consumos naquele espaço, ou, se pelo contrário, a este não correspondia nenhum padrão. Da análise efectuada constatou-se que nas casas Valente e Jaime predomina o consumo de vinho corrente no momento do inquérito (43,1% e 42,9% dos inquiridos, respectivamente), embora na primeira se registe uma percentagem muito elevada de consumidores de cerveja – 40% dos inquiridos. No Túnel, os inquiridos consomem maioritariamente cerveja – 45,2% –, mas há um número considerável de inquiridos que preferem o vinho corrente – 27,4%. Na Soraya e no Solar do Vinho do Porto, é maioritário o número daqueles que consomem vinho do Porto – 59,5% dos inquiridos da Soraya consumiam esta bebida no momento do inquérito, valor que sobe para 93,3% no caso do Solar. O vinho do Porto é também a segunda bebida mais consumida no Jaime – quase 30% dos inquiridos declararam estar a beber vinho do Porto Quadro 8.57.

Esta estrutura de consumo remete-nos para três ideias fundamentais: por um lado, constata-se que o consumo de vinho corrente é ainda muito significativo, não sendo, contudo, "hegemónico" a este nível; por outro lado, é inevitável darmos conta da importância da "especialização" dos espaços de consumo e das funções desempenhadas pelos diversos estabelecimentos. Anteriormente já tivemos oportunidade de referir que a espaços diferentes correspondem funções diferenciadas; agora, completa-se um pouco mais a ideia, acrescentando que a funções diferenciadas correspondem consumos diferenciados; por outro lado ainda, e tendo como referente o nosso universo, estamos perante uma clivagem entre as casas situadas no Centro Histórico de

Vila Nova de Gaia e as casas situadas no Centro Histórico do Porto: enquanto nestas o peso do vinho do Porto é insignificante ou residual, pelo menos no momento da aplicação do inquérito, naquelas é muito significativo ou mesmo maioritário, o que poderá remeter para a importância da história e dos contextos locais na compreensão das práticas sociais e dos consumos quotidianos.

Quadro 8.57– Bebida consumida no momento da aplicação do inquérito por estabelecimento

Consumo de bebidas no momento	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Vinho corrente	23,9%	43,1%	27,4%	42,9%	3,6%	
Vinho do Porto	36,3%		7,1%	29,8%	59,5%	93,3%
Cerveja	23,3%	40,0%	45,2%	20,2%	8,3%	
Bagaço/água ardente	1,6%	3,1%	3,6%		1,2%	
Outras bebidas brancas	2,7%	1,5%	8,3%		2,4%	
Bebidas destiladas	,8%		2,4%		1,2%	
Café	14,6%	15,4%	19,0%	4,8%	19,0%	15,0%
Leite/galão	2,4%	1,5%			9,5%	
Refrigerante/sumo/água	2,4%		2,4%	6,0%		3,3%
Outro	1,1%			3,6%		1,7%
Nada						

Fonte: CRSV, 2001.

A importância do consumo de café – entre 15% e 20% dos inquiridos nas diversas casas (com excepção da casa Jaime) declararam estar a beber café no momento do inquérito) – reflecte uma diferente lógica de utilização do espaço, por parte dos inquiridos que responderam deste modo, dotada de um carácter mais transitório, "de passagem", mais próxima dos modos de utilização e consumo praticados nos cafés. Mais do que relacionados com o período horário em que estes inquiridos foram submetidos a inquérito, estes valores relativos não são alheios a um processo de aproximação das tradicionais tabernas à estrutura dos cafés, que perante uma lógica modernizada têm vindo, paulatinamente, a substituir aquelas[1122].

[1122] Neste contexto torna-se interessante o estudo apresentado por Virgílio Borges Pereira em "Café com quê?! – Uma análise sobre práticas semi-públicas de sociabilidade em espaços/tempos «intermediários» da Baixa portuense", in *Sociologia – Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, 5, 1995.

As restantes bebidas assumem um peso residual na estrutura de consumos dos utilizadores destes espaços – Quadro 8.57.

Quadro 8.58 – Correspondência entre o consumo de bebidas no momento de aplicação do inquérito e o consumo habitual de bebidas por estabelecimento

Consumo no momento e consumo habitual	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	15,6%	30,8%	20,2%	9,5%	10,7%	8,3%
Sim	84,4%	69,2%	79,8%	90,5%	89,3%	91,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.59 - Consumo habitual de bebidas (em caso de não correspondência entre o consumo no momento de aplicação do inquérito e o consumo habitual)

Consumo habitual de bebidas	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Vinho corrente	6,1%	21,5%	8,3%	2,4%		
Vinho do Porto	5,8%	1,5%	4,8%	6,0%	9,5%	6,7%
Cerveja	6,1%	21,5%	8,3%	2,4%		
Bagaço/água ardente	,3%	1,5%				
Outras bebidas brancas	,8%	1,5%	2,4%			
Bebidas destiladas						
Café	3,2%	6,2%	6,0%	2,4%	1,2%	
Leite/galão						
Refrigerante/sumo/água	1,9%	6,2%	2,4%		1,2%	
Outro						
Não se aplica						
Nada	,3%					1,7%

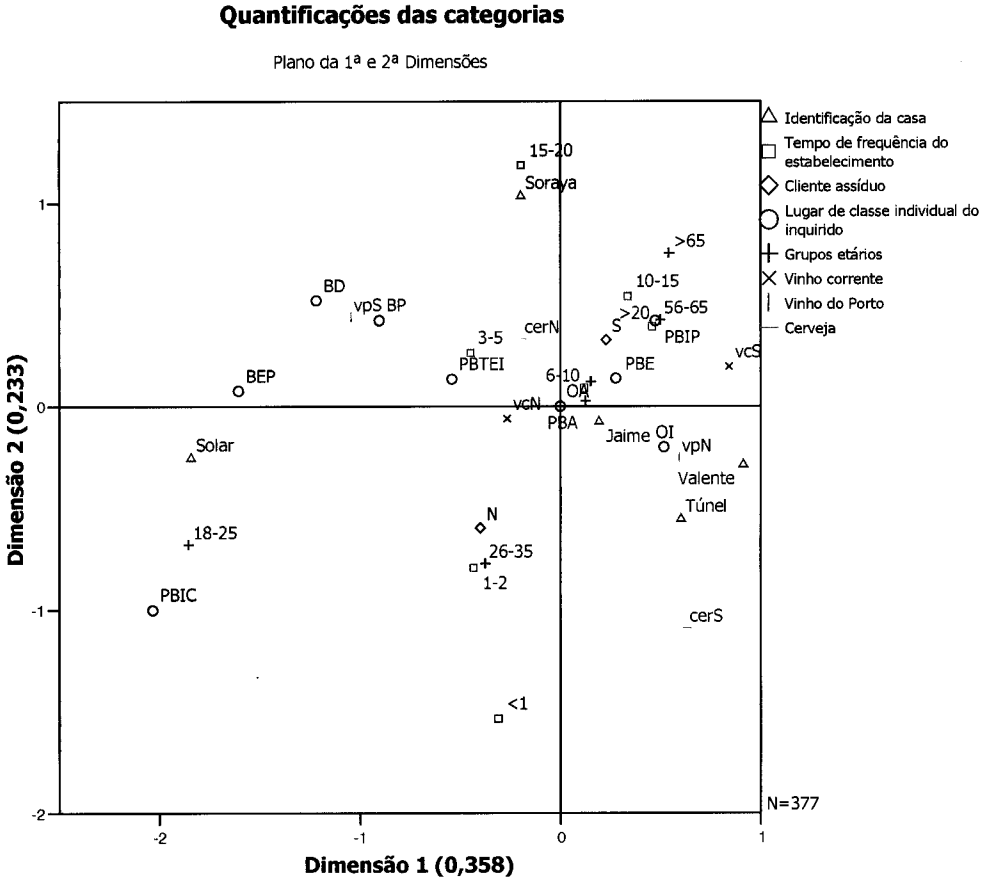
Fonte: CRSV, 2001.

O consumo praticado no momento do inquérito é geralmente o consumo habitual dos inquiridos. Os inquiridos que responderam não ser aquele o seu consumo habitual no estabelecimento, declararam consumir geralmente a outra das bebidas mais consumidas na casa, recaindo um bom número de respostas no vinho corrente, do Porto ou mesmo na cerveja - Quadros 8.48 e 8.49.

Importaria, então, perceber se os consumos diferenciados correspondem a clivagens sociais ou grupais no interior dos estabelecimentos, motivo que nos levou a estabelecer uma análise de correspondências entre o consumo de

bebidas no momento da aplicação do inquérito, o grupo etário, tempo de frequência, assiduidade e lugar de classe do inquirido[1123].

Gráfico 8.4 – Análise de correspondências múltiplas
Consumos de bebidas no momento, tempo de frequência do estabelecimento, assiduidade, lugar de classe do inquirido



Tempo de frequência do estabelecimento - <1-Menos de 1 ano; **1-2**-1 a 2 anos; **3-5**-3 a 5 anos; **6-10**-6 a 10 anos; **10-15**-10 a 15 anos; **15-20**-15 a 20 anos;>20-Mais de 20 anos.
Cliente assíduo – N–Não; **S** -Sim.
Consumo no momento – **vcN** – Vinho corrente Não; **vcS** -Vinho corrente Sim; **vpN** -Vinho do Porto Não; **vpS** - Vinho do Porto Sim; **cerN** -Cerveja Não; **cerS** -Cerveja Sim.

[1123] De notar que esta análise de correspondências havia previsto a integração de mais variáveis, de modo a enriquecê-la. Contudo, após um primeiro estudo sobre o assunto, verificou-se estarmos perante variáveis sem valor estatístico para esta análise de correspondências, motivo pelo qual optámos por retirá-las, mantendo-se apenas as variáveis cujo valor próprio traduzia capacidade discriminativa. Referimo-nos ao consumo habitual, e ao lugar de classe de família.

Pelo Gráfico 8.4[1124], percebe-se que a dimensão 1 apresenta como discriminantes as variáveis identificação da casa, lugar de classe do inquirido, grupos etários, e consumo de vinho do Porto no momento. A dimensão 2 é discriminada pelas variáveis identificação da casa, tempo de frequência do estabelecimento, e consumo de cerveja no momento.

Como se pode verificar, no plano negativo da dimensão 1, à esquerda do plano, encontram-se o Solar, e a Soraya, apesar desta possuir muito menor capacidade diferenciável face àquela. Estão associadas a este plano, as classes mais capitalizadas, grupos etários mais jovens, e um consumo predominante, no momento, de vinho do Porto.

No plano positivo, à direita, associam-se o Valente, o Túnel e o Jaime, este com menor capacidade diferenciadora. Neste plano predominam os lugares de classe individuais mais descapitalizadas, isto é, executantes e isolados, grupos etários mais velhos e clientes que não consomem vinho do Porto no momento da aplicação do inquérito.

A dimensão 2, fortemente diferenciada pelo consumo de cerveja no momento, associa, no plano inferior, a este tipo de consumo, o Túnel e indivíduos mais jovens. No plano superior, encontra-se a Soraya, associada aos inquiridos que não consomem cerveja no momento e integrados em grupos etários mais velhos.

O vinho (corrente ou do Porto) é o "soberano" dos consumos nestes estabelecimentos. A cerveja, porém, parece conquistar um espaço cada vez maior na estrutura de consumos. Devemos ter, todavia, em atenção, as características e funções de cada espaço, pois é o contexto em que se insere e a sua "especialização" que tende a condicionar os consumos[1125]. Veja-se, a propósito, que nas casas voltadas para o vinho do Porto, esta bebida é a mais consumida; é o que sucede tanto no Solar do Vinho do Porto como nas casas da ribeira de Gaia.

[1124] O Anexo 6.3 apresenta os dados que suportam o Gráfico 8.4 e que permitem a análise qualitativa.

[1125] Atente-se, por exemplo, na pertinente tipologia, que a propósito das tabernas, Pedro de Andrade apresenta em "O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico", in *Povos e culturas*, nº 3, 1988, pp. 223-263, e que nós sintetizámos no Anexo 3.1.

O crescimento da importância alimentar e social da cerveja traz consigo mudanças que afectam os consumos nestes espaços e que poderão até contribuir para reconfigurar profundamente a sua oferta. Poderemos estar também perante a transformação de alguns destes estabelecimentos em espaços tipo "café", tendência que estará porventura associada às próprias necessidades de atrair clientelas socialmente diferenciadas das clientelas mais tradicionais e de competir com a oferta predominante – a dos cafés. Desde já se vai consolidando a ideia de que os consumos diferenciados estarão também associados a clivagens sociais transportadas para o interior do espaço[1126].

Quadro 8.60 – Consumo de comida no momento de aplicação do inquérito

Consumo de comida no momento	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Sandes/tostas	7,7%	21,5%	9,5%		8,3%	
Regueifa	2,4%				10,7%	
Pataniscas/iscas/bolinhos	11,7%	3,1%	1,2%	46,4%	2,4%	
Petiscos	2,7%	6,2%	2,4%	4,8%		
Salgados	1,6%		1,2%	6,0%		
Fumeiro	,8%		2,4%		1,2%	
Aperitivos/bolachas salgadas	8,2%			3,6%	17,9%	21,7%
Queijo	,8%		1,2%			3,3%
Bolos/bolachas doces	3,7%				13,1%	5,0%
Outros	,5%			2,4%		
Nada	62,1%	72,3%	84,5%	36,9%	51,2%	70,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Já o consumo de comida apresenta-se com menor significado do que o consumo de bebidas. Estamos perante espaços onde os frequentadores se dirigem essencialmente para *beber* – o consumo de bebidas (vinho corrente, vinho do Porto, cerveja) centraliza motivos de presença, aparecendo a comida como complemento do acto de beber. Apenas na casa Jaime há uma maioria de inquiridos que declararam estar a consumir comida no momento do inquérito:

[1126] Forçoso se torna aliar esta homologia tendencial entre diferenças à noção de topologia social que a propósito dos espaços, simbólicos que sejam, Pierre Bourdieu equaciona. Sobre bibliografia afim, ver sub-capítulo 1.1.2, onde este assunto é desenvolvido.

46,4% consumiam pataniscas, iscas e bolinhos e quase 15% comiam petiscos, salgados e aperitivos (37% não consumiam nada), registando-se, também, na casa Valente um número razoável dos que consomem comida - aqui o destaque incide no peso das sandes, que na maioria das vezes são de bucho, a especialidade da casa. Nas restantes casas, é maioritário o número de inquiridos que não se encontrava a comer qualquer tipo de comida, limitando-se a beber: 72,3% no Valente, 84,5% no Túnel, 51,2% na Soraya e 70% no Solar, sendo esta a tónica quotidiana generalizada naqueles espaços. Nestas duas últimas casas, ganha algum relevo o consumo de aperitivos e bolachas salgadas (18% e 21,7% dos inquiridos, respectivamente), perfeitamente adequado ao acompanhamento de vinho do Porto, aí maioritário – Quadro 8.60. Para a maioria dos que declararam estar a comer no momento do inquérito, aquele é o seu consumo habitual de comida quando visitam o estabelecimento.

Quadro 8.61– Correspondência entre o consumo de comida no momento de aplicação do inquérito e o consumo habitual de comida por estabelecimento

Consumo no momento e consumo habitual de comida	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	33,7%	49,2%	47,6%	22,6%	22,6%	28,3%
Sim	66,3%	50,8%	52,4%	77,4%	77,4%	71,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Na abordagem aos consumos, apresenta-se com alguma pertinência a questão das despesas efectuadas com os mesmos. Como ficou patente no capítulo anterior, há uma clivagem social entre os perfis gerais dos frequentadores das quatro primeiras casas (destacando-se de entre estas o Valente) e a última. Assim, é esperado, mediante o nosso universo, senão outra clivavam, pelo menos alguma diferenciação no âmbito dos valores dispendidos pelos frequentadores em cada um dos estabelecimentos, aquando de cada visita.

Quadro 8.62 – Valor despendido em média por estabelecimento

Valor despendido em média	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Menos de 200	9,3%	6,2%	6,0%	8,3%	22,6%	
200 - 500	36,1%	58,5%	65,5%	23,8%	25,0%	3,3%
500 - 1000	23,6%	23,1%	26,2%	17,9%	13,1%	43,3%
1000 - 2000	13,8%	7,7%	2,4%	20,2%	9,5%	33,3%
2000 - 3000	1,6%			2,4%		6,7%
3000 - 4000	,3%			1,2%		
4000 - 5000	,8%			2,4%		1,7%
Não existe regularidade	13,5%	3,1%		22,6%	29,8%	8,3%
Não sabe	1,1%	1,5%		1,2%		3,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Ora, como esperávamos, os valores despendidos nos diversos estabelecimentos não são, em média, muito elevados. A classe modal de despesa situa-se, para as casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya, entre os 200$ e os 500$ (entre 1€ e 2,5€). A esmagadora maioria dos inquiridos destas quatro casas gasta até 1000$ (5€) por visita ao estabelecimento (87,8% dos inquiridos no Valente, 97,7% no Túnel, 50% no Jaime, 60,7% na Soraya. Os valores despendidos chegam a um patamar mais elevado no Jaime, facto que não será alheio ao consumo significativo de comida que se regista nesse espaço e que faz, naturalmente, subir o valor médio das despesas efectuadas. As despesas pouco elevadas contribuem para sublinhar o carácter popular dos estabelecimentos, vocacionados para uma clientela local dotada de fraco capital económico, podendo também significar tempos de permanência curtos, no espaço, ou tempos de permanência longos mas com consumos limitados.

No Solar do Vinho do Porto, e dadas as características do próprio espaço, as despesas médias são mais elevadas. A classe modal de despesa situa-se entre os 500$ e os 1000$ (entre 2,5€ e 5€) – 43,3% dos inquiridos –, sendo que um terço dos frequentadores contactados declara mesmo gastar em média entre 1000$ e 2000$ (entre 5€ e 10€). Estamos perante um perfil social de consumidor distinto do das outras casas.

Como se pode verificar, os valores médios despendidos em cada casa são pouco elevados, o que reflecte um tipo de consumo que não implica muito investimento, que se orienta para uma clientela que visita quotidianamente o espaço e que não possui necessariamente um poder de compra muito elevado. O facto de a despesa média ser superior no caso do Solar do Vinho do Porto remete para a existência de consumidores com perfis sociais diferentes e situados em meios sociais melhor dotados de capital escolar e capital económico e, porventura, com volumes globais de capital também maiores[1127].

8.4.1. Rituais associados aos consumos vínicos

Tendo em linha de conta que um ritual representa uma sucessão de actos ou de gestos, vividos da mesma maneira[1128], um desempenho "em obediência a normas"[1129], como refere António Teixeira Fernandes, transmutado em espectáculo, teremos, então, como subjacente um "jogo do simbólico da exteriorização que (...) concentra em si o olhar"[1130]. Assim, o ritual é essencialmente uma exteriorização visível, dirigida aos outros, em tom de festa e espectáculo. Neste sentido, o hábito consolidado que, aos Domingos guia os passos dos clientes em direcção à ribeira de Vila Nova de Gaia, pode e deve ser entendido como ritual, como já defendemos anteriormente. Ora, este tipo de exteriorização ritualizada não esgota a possibilidade de vivências ritualizadas, como aquelas centralizadas no manuseamento directo dos vinhos[1131]. Veja-se que, seja em que registo nos situarmos, tratam-se, sempre, de aprendizagens por via de interiorizações, cuja exteriorização automática reflecte "competências práticas que fazem render no momento certo e no sítio certo"[1132].

[1127] A importância dos diferentes tipos de capitais, tornadas propriedades actuantes e, por conseguinte, capitalizadas em poderes, contribuem fortemente para a diferença inscrita no próprio espaço social, do qual derivam práticas sociais encetadas pelos agentes, também diferenciadas. Cf., entre outras obras do autor, P. Bourdieu, *O Poder Simbólico*, cit., principalmente pp. 134 e 135.

[1128] Cf., Dulce Magalhães, "Representações do vinho e sociabilidades contextualizadas", cit.; Jean Maisonneuve, *Os Rituais*, Porto, Rés Editora, s.d., pp. 10-11 e seguintes.

[1129] António Teixeira Fernandes, "Ritualização da comensalidade", in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras*, nº 7, 1997, p. 29.

[1130] António Teixeira Fernandes, "Ritualização da comensalidade", cit., p. 30.

[1131] Sobre a importância e a presença da ritualização nos "principais momentos da vida dos indivíduos" ver António Teixeira Fernandes, "Imaginário colectivo: simbolização e ritualização", in *Rurália, Revista de Ruralidade*, II, Arouca, 1992, pp. 13-19.

[1132] Dulce Magalhães, "Vinhos: práticas, elogios, cultos e representações em questão na sociedade portuguesa", in *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 32, 2000, p.14.

Assim, admitimos, à partida, a possibilidade dos consumos dos vinhos se prestarem a ritualizações específicas e concordantes com cada um dos vinhos aqui em questão, passíveis de emergir de forma diferenciada consoante o meio social ("mundo de vida") em que for vivido, acrescendo ainda o facto de cada tipo de cerimonial vínico contar, decerto, com uma simbólica própria que exige iniciação e conhecimento prévio.

Contudo, a maioria dos inquiridos não reconhece a existência de rituais associados ao consumo de vinho corrente, o que contraria uma eventual visão comum e mitificada das tabernas como espaços de ritualização e de uma certa "mística" em torno das vivências e formas de sociabilidade e consumo (as próprias pinturas, quadros e outras referências – pictóricas ou não – que muitas vezes decoram as tabernas contribuem para reforçar esse imaginário). 53,8% dos inquiridos do Valente, 90,5% no Túnel, 46,4% no Jaime e 92,9% na Soraya declararam não existir, no estabelecimento, qualquer tipo de ritual associado ao consumo de vinho corrente. Mas é precisamente nas casas Valente e Jaime que se verifica alguma ritualização dos consumos, com as rodadas de copos e as "saúdes" (no Valente, 46,2% e 41,5% das respostas revelam existir rodadas de copos e momentos em que se bebe à saúde de alguém, respectivamente; o mesmo para 25% e 14,3% das respostas recolhidas na casa Jaime). Estes dados obtidos não revelam contradição; apenas mostram que o facto de uns clientes conhecerem e outros desconhecerem a prática de rituais no estabelecimento, indica que não estamos perante um prática com alargada divulgação, circunscrevendo-se, muito provavelmente, a algumas situações não partilhadas por todos os clientes. Ainda assim, detendo-nos rapidamente nas observações empíricas efectuadas, ocorre referir não termos assistido a nenhum ritual, de alguma espécie, nestas quatro casas. Uma vez que no Solar do Vinho do Porto não se comercializa vinho corrente, esta questão do inquérito não se aplicou aos seus inquiridos.

Quadro 8.63 – Rituais existentes relativamente ao vinho corrente por estabelecimento

Rituais existentes relativamente ao vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Rodadas de copos	17,0%	46,2%	9,5%	25,0%	6,0%	
Beber à saúde de alguém	13,0%	41,5%	8,3%	14,3%	3,6%	
Beber de uma acentada sob o incitamento dos outros						
Observar, agitar, cheirar, provar						
Beber o maior número de copos/cálices possível						
Decantar vinho						
Comparação entre vinhos	,5%			2,4%		
Prova cega	,3%			1,2%		
Outros jogos de adivinhação						
Outro						
Nenhum	60,5%	53,8%	90,5%	46,4%	92,9%	
Não se aplica						
Não sabe	6,1%			26,2%	1,2%	

Fonte: CRSV, 2001.

Os discursos dos entrevistados deixam antever reservadamente essa mesma analítica:

> "P- E há aqui assim ... jogos entre as pessoas, por exemplo, rodadas, jogos de beber, beber à saúde?
> R- Exactamente quando fazem anos.
> P- Concursos de bebidas.
> R- Não ... há ... por exemplo vêm 4 indivíduos, agora pago eu uma garrafa, outro não quer, a seguir é o outro". (Frequentador-consumidor 1)

No caso do vinho do Porto, cresce a ritualização do consumo, talvez pelas representações e pelo simbolismo e significado social da própria bebida, dotada de um carácter não corrente e, portanto, geralmente associada a momentos "especiais" de celebração, sociabilidade, etc. Nas casas Soraya e Solar, onde o consumo de vinho do Porto é predominante, é maior o número dos que afirmam existirem rituais de consumo associados a este tipo de vinho. No Solar, aliás, apenas 5% dos inquiridos declararam não existir qualquer ritual

de consumo desta bebida, subindo esse valor para 46% na Soraya, o que demonstra, novamente, que os rituais não são extensíveis a todos os clientes. Naquele caso, Solar, é bem patente o facto de estarmos perante indivíduos conhecedores do vinho do Porto e dos seus rituais ou, pelo menos, perante indivíduos que se presumem e se apresentam como conhecedores. Neste sentido, todos os rituais associados ao vinho do Porto são cumpridos, embora nem sempre seguidos por todos, pelo que pudemos observar: bebe-se à saúde de alguém (20% das respostas), observa-se, agita-se, cheira-se e prova-se o vinho como os especialistas (86,7% das respostas), fazem-se comparações entre vinhos, o que implica elevado conhecimento "técnico" (48,3% das respostas). Os consumos vão sendo ritualizados e vão obedecendo aos cânones próprios do consumo de vinho do Porto e do estabelecimento em questão (um *Solar do Vinho do Porto*). Ainda assim, como aludimos no capítulo anterior, estes rituais não estão sempre presentes, predominando por vezes uma certa descontracção na degustação da bebida.

Na casa Soraya (e, em menor escala, na casa Jaime), predominam os rituais menos "elaborados": fazem-se rodadas de copos (54,8% das respostas) e bebe-se à saúde de alguém (26,2%) – Quadro 8.64.

Quadro 8.64 – Rituais existentes relativamente ao vinho do Porto por estabelecimento

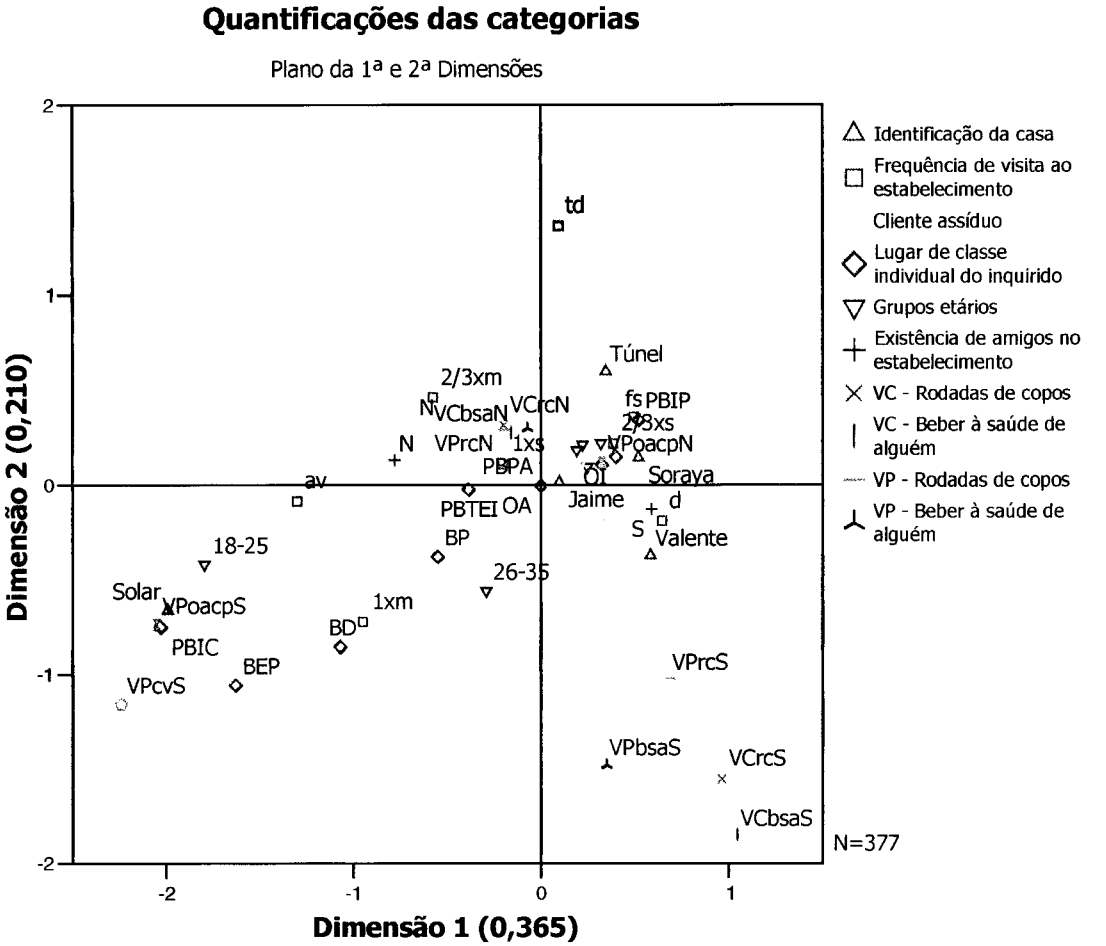
Rituais existentes relativamente ao vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Rodadas de copos	22,3%	12,3%	10,7%	21,4%	54,8%	5,0%
Beber à saúde de alguém	16,7%	12,3%	9,5%	15,5%	26,2%	20,0%
Beber de uma assentada sob o incitamento dos outros						
Observar, agitar, cheirar, provar	13,8%					86,7%
Beber o maior número de copos/cálices possível						
Decantar vinho	1,3%					8,3%
Comparação entre vinhos	8,2%			2,4%		48,3%
Prova cega	,5%			1,2%		1,7%
Outros jogos de adivinhação	,8%					5,0%
Outro						
Nenhum	56,0%	87,7%	89,3%	48,8%	41,7%	5,0%
Não se aplica						
Não sabe	6,6%			26,2%	1,2%	3,3%

Fonte: CRSV, 2001.

Uma vez que a maioria dos inquiridos não reconhece a existência de rituais associados ao consumo do vinho corrente, mostrou-se pertinente saber quais os perfis sociais, isto é, quem são os indivíduos que participam nesses rituais, uma vez que estamos perante práticas não generalizadas. Tal como importa, de igual forma, saber quem são os indivíduos que seguem os rituais e quais as suas potenciais estratégias. Assim, recorremos novamente a uma análise de correspondências – Gráfico 8.5[1133]

[1133] O Anexo 6.4 apresenta os dados que suportam o Gráfico 8.5 e que permitem a análise qualitativa.

Gráfico 8.5 – Análise de correspondências múltiplas
Participação em rituais vínicos, frequência de visita, assiduidade, grupo etário, lugar de classe do indivíduo



Frequência de visita ao estabelecimento – av -Às vezes; **1xm**-Uma vez por mês; **2/3xm**-Duas a três vezes por mês; **fs** -Fins-de-semana em geral; **2/3xs**- Duas a três vezes por semana; **1xs**-Uma vez por semana; **td** -Todos os dias úteis ou quase; **d** -Diariamente ou quase.
Cliente assíduo – N–Não; **S** -Sim.
Existência de Amigos no estabelecimento - N–Não; **S** - Sim.
Rituais Vinho Corrente – VCrcN - Rodada de Copos Não; **VCrcS** - Rodada de Copos Sim; **VCbsaN** - Beber à saúde de alguém Não; **VCbsaS** - Beber à saúde de alguém Sim.
Rituais vinho do Porto – VPrcN - Rodada de Copos Não; **VPrcS** - Rodada de Copos Sim; **VPbsaN** - Beber à saúde de alguém Não; **VPbsaS** -Beber à saúde de alguém Sim; **VPoacpN** - Observar, agitar, cheirar, provar Não; **VPoacpS** - Observar, agitar, cheirar, provar Sim; **VPcvN** - Comparação entre vinhos Não; **VPcvS** - Comparação entre vinhos Sim.

Os resultados apresentados no Gráfico acima permitem-nos considerar que a dimensão 1 é diferenciada pelas variáveis identificação da casa, frequência de visita ao estabelecimento, lugar de classe individual, existência de amigos no estabelecimento, e pelos dois rituais relativos ao vinho do Porto: "observar, agitar, cheirar, provar" e "comparação entre vinhos". A dimensão 2, é discriminada pelos rituais "rodadas de copos" e "beber à saúde", relativamente ao vinho corrente e vinho do Porto; com menor capacidade discriminativa, mas ainda assim digna de menção, temos a identificação da casa.

No plano negativo da primeira dimensão, associa-se o Solar a clientes pertencentes a fracções da Burguesia e às franjas mais capitalizadas da Pequena Burguesia, com uma frequência ocasional e sem amigos no estabelecimento. Estes indivíduos caracterizam-se pela prática de rituais mais distintos relativamente ao vinho do Porto: "observar, agitar, cheirar, provar" e "comparação entre vinhos". No plano positivo desta dimensão encontram-se o Valente, o Túnel e a Soraya associados a clientes pertencentes a classes mais descapitalizadas e com frequência mais regular no que respeita à visita ao estabelecimento, possuindo amigos no estabelecimento. Estes indivíduos caracterizam-se pela ausência de rituais distintos inerentes ao vinho do Porto.

A segunda dimensão, agrupa os indivíduos que se distinguem pela prática de rituais menos distintivos ("rodadas de copos" e "beber à saúde"), sendo a sua presença evidenciada no Solar e Valente por oposição ao Túnel. Claro está que complexificando a análise por quadrantes, chegaríamos à conclusão que o Solar se diferencia do Valente no que respeita ao tipo de rituais aí encetados, por se situar num quadrante diferente do Valente. Assim, os rituais ditos menos distintos, apesar de se encontrarem no plano inferior da segunda dimensão, não se aplicam ao quadrante onde se situa o Solar. O Jaime não se revela com capacidade diferenciadora; a sua localização, próxima da origem, indica, provavelmente, a presença de práticas rituais sem capacidade discriminante face ao que se verifica nos outros estabelecimentos.

Contrariando uma visão porventura mais espontânea e mitificada dos espaços com lógica tabernal, regista-se que os rituais constituem comportamentos residuais no que toca ao modo como se processam os

consumos de vinho corrente. O vinho corrente aparece como um elemento aproblemático, *corrente* no verdadeiro sentido do termo, do "mundo da vida" dos frequentadores destes espaços e, talvez por isso, o seu consumo seja despido de grandes formalidades.

Ao vinho do Porto, por seu turno, está associado um grau mais elevado de ritualização, uma certa "solenidade" até no seu consumo, talvez por ser uma bebida não corrente e típica de "ocasiões especiais". Ainda assim, a leitura do grau de ritualização do consumo deste tipo de vinho deve ser mediada pela análise do espaço em que este é consumido: a determinados espaços – como o Solar do Vinho do Porto – estarão associados graus mais elevados de ritualização, enquadrando-se o consumo de vinho do Porto numa lógica de sociabilidade e de comunidade baseada no *conhecimento*[1134] e no respeito pelo que se espera em contexto de consumo desta bebida. Tal facto pode reflectir estratégias de distinção por parte de quem segue os rituais e de quem conhece a existência e carácter generalizado do cumprimento desses rituais.

8.4.2. Construção do gosto vínico e socialização com o acto de beber

Com excepção dos inquiridos do Solar do Vinho do Porto, a esmagadora maioria dos inquiridos dos restantes estabelecimentos em análise declara gostar de vinho corrente: 89,2% dos inquiridos no Valente, 96,4% no Túnel, 89,3% no Jaime, 91,7% na Soraya. Estes valores reflectem, por conseguinte, uma clara correspondência entre gostos e práticas sociais, entre gostos e consumos. No Solar, esse número, sendo ainda maioritário, desce, no entanto, para 55%, o que pode ajudar a definir o perfil dos consumidores deste espaço (mais jovens e fundamentalmente menos familiarizados/socializados com/para o consumo de vinho corrente) – Quadro 8.65.

[1134] Vd. Pierre Bourdieu, *O Poder Simbólico,* Lisboa, Difel, 1989, por exemplo, onde o autor estabelece uma destrinça entre conhecimento e reconhecimento. Se o primeiro induz uma apropriação de facto, um conhecimento directo entre agente e alvo do conhecimento, o segundo – reconhecimento – refere-se ao conhecimento indirecto, por interposto agente, grupo ou classe social.

Quadro 8.65 – Gosto por vinho corrente

Gosto por vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	14,1%	10,8%	3,6%	10,7%	8,3%	45,0%
Sim	85,9%	89,2%	96,4%	89,3%	91,7%	55,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

No que toca ao gosto pelo vinho do Porto, ele é generalizado aos frequentadores de todas as casas, facto a que certamente não é alheia a própria composição do vinho – um vinho doce, agradável – e os usos sociais de que habitualmente é alvo - ocasiões "especiais" nas quais se bebe um *cálicezinho*, muito aliado que está à prática comemorativa. No Valente, 93,8% dos inquiridos declararam gostar de vinho do Porto, 89,3% no Túnel, 95,2% no Jaime, 98,8% na Soraya e 100% no Solar – Quadro 8.66.

Quadro 8. 66 – Gosto por vinho do Porto

Gosto por vinho do Porto						
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	4,8%	6,2%	10,7%	4,8%	1,2%	
Sim	95,2%	93,8%	89,3%	95,2%	98,8%	100,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

O gosto pelo vinho corrente está associado a uma familiarização precoce com esta bebida, ocorrida geralmente antes dos 25 anos e, em muitos casos, ainda na infância e na adolescência – Quadro 8.67. O peso da influência familiar e dos contextos locais de sociabilidade terão certamente uma importância fundamental na construção deste gosto e na socialização com a bebida, como bem demonstram os seguintes extractos de entrevistas:

> "Ora bem, são pessoas pelos 40, 50, 60 que foram criadas só com vinho, a fazer a sua alimentação à base do vinho... está a acabar e a pessoa, a população mais jovem já está mais virada para a cerveja e refrigerantes. Depois temos o problema da lei do álcool em relação à condução que veio

também afectar um bocadinho, quer dizer, dá impressão, cortou um bocadinho o hábito do álcool". (Frequentador-consumidor 10)

"Primeiro vim eu. Eu conhecia aqui o senhor Jaime quando tinha 18 anos eu estive aqui a ajeitar uns carros para um pintor meu amigo que era daqui da Afurada. Comecei a passar aqui de carro, comecei a beber aqui uns copitos depois começamos todos a vir para aqui, isto já é muito antigo". (Frequentadores-consumidores 5)

Apenas no Solar do Vinho do Porto o gosto pelo vinho corrente surge mais tardiamente: a maioria dos inquiridos (60,6%) afirmam ter começado a gostar de vinho apenas entre os 18 e os 25 anos. Atente-se, no entanto, no pormenor de que até aos 17 anos, mais de metade dos inquiridos dos primeiros quatro estabelecimentos, começou a gostar de vinho corrente. Nas restantes casas, refira-se o número assinalável de inquiridos que declararam ter começado a gostar de vinho com menos de 10 anos de idade (12,1% no Valente, 6,2% no Túnel, 17,3% no Jaime, 10,4% na Soraya) – Quadro 8.67.

Quadro 8.67 – Iniciação ao gosto por vinho corrente

Altura da vida em que começou a gostar de vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Até 10 anos	10,2%	12,1%	6,2%	17,3%	10,4%	
Entre 10 e 17 anos	39,2%	39,7%	44,4%	36,0%	41,6%	27,3%
Entre 18 e 25 anos	42,0%	43,1%	45,7%	32,0%	39,0%	60,6%
Entre 26 e 60 anos	3,4%	1,7%	1,2%	5,3%	3,9%	6,1%
Gosta mas não bebe						
Não se lembra	3,1%	1,7%	1,2%	8,0%	2,6%	
Não responde	2,2%	1,7%	1,2%	1,3%	2,6%	6,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.68 – Iniciação ao consumo de vinho corrente

Altura da vida em que começou a beber de vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Até 10 anos	11,1%	12,1%	11,1%	17,3%	9,1%	
Entre 10 e 17 anos	40,1%	39,7%	42,0%	36,0%	44,2%	36,4%
Entre 18 e 25 anos	41,0%	44,8%	42,0%	32,0%	39,0%	57,6%
Entre 26 e 60 anos	3,7%	1,7%	2,5%	5,3%	3,9%	6,1%
Gosta mas não bebe	,6%			1,3%	1,3%	
Não se lembra	3,1%	1,7%	1,2%	8,0%	2,6%	
Não responde	,3%		1,2%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

A construção do gosto pelo vinho corrente coincide com a altura de familiarização com a bebida, ou seja, estamos perante indivíduos que começaram a gostar de vinho muito novos, tendo-o consumido desde cedo, ainda na infância ou adolescência. Merece destaque, pois, a importância da socialização primária e o seu trabalho de inculcação e consolidação de gostos e hábitos. As disposições para o consumo de vinho corrente foram, pois, interiorizadas precocemente por estes indivíduos e revelaram-se duráveis, pois, como vimos, é esmagadora a percentagem de inquiridos que afirma gostar – hoje – de vinho corrente. Poucos são aqueles que revelam ter começado a gostar de vinho depois dos 26 anos, o que sublinha ainda mais a importância da socialização primária, e consequentemente do *habitus* do inquirido, nomeadamente, do seu *habitus de classe*[1135]. Todavia, o efeito da socialização secundária, é passível de aqui ser equacionado[1136]. Veja-se o caso dos que começaram a gostar de vinho e a bebê-lo mais tardiamente, nomeadamente os que se enquadram no escalão etário dos 26 a 60 anos – Quadros 8.67 e 8.68.

O mesmo se deve afirmar no caso do vinho do Porto, ainda que aqui o contacto com a bebida seja um pouco menos precoce (para as casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya) - Quadros 8.70 - apesar da construção do gosto anteceder, aquele, nomeadamente nas casas Valente e Túnel – Quadro 8.69.

[1135] Sobre a construção do gosto, bem como a emergência de diferentes tipos de gosto, equacionados por Pierre Bourdieu, na estruturação das práticas levadas a cabo pelos agentes, ver Pierre Bourdieu, *La Distinction.* Cit.

[1136] A este propósito vale a pena ter em linha de conta, também, o próprio processo de produção das configurações identitárias enquanto instância de socialização, explorada por José Madureira Pinto e explanada por nós no sub-capítulo 1.2.4.

Quadro 8.69 – Iniciação ao gosto por vinho do Porto

Altura da vida em que começou a gostar de vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Até 10 anos	7,8%	13,1%	5,3%	11,3%	8,4%	
Entre 10 e 17 anos	41,5%	41,0%	53,3%	31,3%	34,9%	50,0%
Entre 18 e 25 anos	38,4%	39,3%	40,0%	35,0%	37,3%	41,7%
Entre 26 e 60 anos	7,2%	4,9%	1,3%	7,5%	14,5%	6,7%
Gosta mas não bebe						
Não se lembra	2,5%	1,6%		8,8%	1,2%	
Não responde	2,5%			6,3%	3,6%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.70 – Iniciação ao consumo de vinho do Porto

Altura da vida em que começou a beber de vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Até 10 anos	6,4%	8,2%	4,0%	10,0%	8,4%	
Entre 10 e 17 anos	36,2%	36,1%	44,0%	31,3%	33,7%	36,7%
Entre 18 e 25 anos	43,7%	47,5%	48,0%	36,3%	38,6%	51,7%
Entre 26 e 60 anos	8,6%	6,6%	4,0%	7,5%	14,5%	10,0%
Gosta mas não bebe	1,9%			6,3%	2,4%	
Não se lembra	2,5%	1,6%		8,8%	1,2%	
Não responde	,6%				1,2%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Nenhum inquirido do Solar do Vinho do Porto declarou ter começado a beber vinho (corrente ou do Porto) antes dos 10 anos de idade, o que, quanto a nós, é mais um indicador do perfil social dos frequentadores deste espaço, uma vez que, à partida, a familiarização com o vinho tenderá a ser mais precoce junto das classes populares, onde a bebida assume uma outra centralidade quotidiana – desde logo em termos alimentares. Os extractos de entrevista que se seguem são bastante eloquentes a este nível:

"Sim há porque a pessoa, a pessoa que come não é?, tem que beber ou água ou qualquer outra coisa, o vinho como é nutritivo, toda a gente diz isso, bebe-se a pinga portanto se quando nós nascemos nunca tivéssemos visto o vinho nós não bebíamos o vinho não é?"
(Frequentador-consumidor 2)

"Não é?, portanto o que a gente vai atribuir, nós nascemos todos com os mesmos órgãos, uns são mais duráveis porque bebem aguardente de manhã, logo com figos e broa, outros morrem por não beberem vinho nem broa". (Frequentador-consumidor 3, sexo masculino, picheleiro reformado, 4ª classe, casado)

"P- Por uma questão já de hábito familiar, o seu pai também fazia, o seu avô. R- Exacto, a minha mãe, o meu avô exactamente, quer dizer é um hábito. A minha mulher também bebe um copo, o meu filho é casado bebe, claro, não se bebe muito às vezes o comer se é diferente já bebo uma cerveja mas há pessoas que não conseguem ..." (Frequentador-consumidor 1)

O gosto por vinho (corrente ou do Porto) é, tendencialmente, construído bem cedo, desde muito novos. Os *habitus* dos frequentadores destes espaços são formados precocemente no gosto por estas bebidas, o que explica o carácter durável das disposições tendentes a este tipo de consumos. As estruturas incorporadas de gostos encontram correspondência nas práticas sociais, concretamente na frequência de espaços onde se possa materializar esse gosto constituído em idade precoce. Muitos dos inquiridos tomaram contacto com o vinho (corrente e do Porto) ainda antes dos 10 anos de idade, o que não deixa de ser significativo. Os consumidores do Solar foram mais tardiamente familiarizados com o consumo de vinho, o que indica que estamos perante perfis sociais distintos daqueles que frequentam as quatro primeiras casas, cuja familiarização com o vinho tenderá a ser mais precoce, dada a outra centralidade quotidiana que a bebida assume.

8.4.3 Consumos actuais

Nas quatro casas, a esmagadora maioria dos inquiridos declararam consumir vinho corrente diariamente ou quase: 76,9% no Valente, 89,3% no

Túnel, 79,8% no Jaime, 81% na Soraya. O vinho é parte integrante do quotidiano destes indivíduos, do seu "mundo da vida", se preferirmos. É central em termos alimentares, mas também como mote para consumos extra-alimentares e para a consolidação de sociabilidades. No Solar, apenas 21,7% dos inquiridos declararam consumir vinho diariamente ou quase, sendo a frequência de consumo desta bebida bastante dispersa – Quadro 8.71. Também a nível de consumos efectivos de vinho corrente, deparamos com uma divergência acutilante entre uns e outros.

Quadro 8.71 – Regularidade do consumo de vinho corrente por estabelecimento

Regularidade do consumo de vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Diariamente ou quase	72,4%	76,9%	89,3%	79,8%	81,0%	21,7%
Aos fins de semana/feriados	4,0%	1,5%	1,2%	2,4%	3,6%	13,3%
Em ocasiões especiais	1,6%			1,2%	1,2%	6,7%
Em férias						
Às vezes	7,7%	7,7%	4,8%	6,0%	4,8%	18,3%
Nunca	,8%	3,1%	1,2%			
Outro	,3%			1,2%		
Não se aplica						

Fonte: CRSV, 2001.

No caso do vinho do Porto, a frequência dos consumos torna-se mais "rarefeita"; estamos perante uma bebida não corrente nem habitual; para muitos uma bebida que funciona como aperitivo/digestivo, que é consumida "às vezes" (21,5% das respostas no Valente, 20,2% no Túnel, 36,9% no Jaime, 15,5% na Soraya, 41,7% no Solar), que é consumida apenas em "ocasiões especiais" (32,3% das respostas no valente, 22,6% no Túnel, 27,4% no Jaime, 17,9% na Soraya, 26,7% no Solar) ou aos fins de semana e feriados (29,2% das respostas no Valente, 27,4% no Túnel, 14,3% no Jaime, 54,8% na Soraya – uma vez mais, se nota a importância dos rituais de passeio e de fim de semana para a clientela desta casa –, 18,3% no Solar) – Quadro 8.72. Verifica-se, então, o carácter mais "solene" do consumo de vinho do Porto, por oposição a um consumo quotidiano e comum do vinho corrente, associado que está a um carácter "normal".

Quadro 8.72 – Regularidade do consumo de vinho do Porto por estabelecimento

Regularidade do consumo de vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Diariamente ou quase	9,8%	4,6%	16,7%	9,5%	8,3%	8,3%
Aos fins de semana/feriados	29,4%	29,2%	27,4%	14,3%	54,8%	18,3%
Em ocasiões especiais	24,9%	32,3%	22,6%	27,4%	17,9%	26,7%
Em férias						
Às vezes	26,5%	21,5%	20,2%	36,9%	15,5%	41,7%
Nunca	2,9%	9,2%	4,8%	1,2%		
Outro	2,9%			1,2%		16,7%
Não se aplica						

Fonte: CRSV, 2001.

Apesar de serem, na sua globalidade, mais "conhecedores" e de estarem mais motivados para o consumo de vinho do Porto, os frequentadores do Solar não bebem este tipo de vinho com mais regularidade do que os frequentadores dos outros espaços em análise. Para além disso, são frequentadores irregulares desse espaço, (não diários) e o vinho do Porto não ocupará no seu quotidiano o mesmo lugar que ocupa o vinho corrente no quotidiano dos frequentadores dos outros estabelecimentos.

Quadro 8.73 – Periodicidade do consumo de vinho corrente por estabelecimento (1ª opção)

Periodicidade do consumo (1ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
De manhã	4,1%	14,3%	3,8%	2,7%		
Antes do almoço	,3%			1,4%		
Almoço	84,0%	73,2%	88,8%	85,1%	98,7%	54,5%
Após o almoço	,6%	1,8%		1,4%		
À tarde (hora do lanche)	2,5%	3,6%	2,5%	4,1%	1,3%	
Antes do jantar	,3%	1,8%				
Jantar	6,9%	5,4%	5,0%			45,5%
Após o jantar						
Não existe regularidade	1,3%			5,4%		

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.74 - Periodicidade do consumo de vinho corrente por estabelecimento (2ª opção)

Periodicidade do consumo (2ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
De manhã						
Antes do almoço	1,1%	1,9%	2,6%			
Almoço	1,4%	5,8%	1,3%			
Após o almoço	,4%	1,9%				
À tarde (hora do lanche)	6,7%	23,1%	1,3%	4,5%	4,1%	
Antes do jantar	2,5%	5,8%	1,3%	3,0%	1,4%	
Jantar	87,7%	61,5%	93,4%	91,0%	94,5%	100,0%
Após o jantar	,4%			1,5%		
Não existe regularidade						

Fonte: CRSV, 2001.

O consumo de vinho corrente acontece fundamentalmente às refeições – nomeadamente almoço -, o que coloca em destaque a importância da bebida em termos alimentares, de resto na linha da tradição histórica do nosso país, como pudemos comprovar nos capítulos 4 e 5. De acordo com os inquéritos, o vinho é, aliás, um elemento sempre presente às refeições (com excepção dos inquiridos do Solar, que consomem vinho às refeições de forma muito menos expressiva do que os inquiridos das restantes casas, contrapondo, no entanto, essa menor expressividade com o sobre-valor inerente ao jantar. Apenas na casa Valente se registam alguns valores relacionados com o consumo fora das refeições (nomeadamente de manhã e à tarde/hora do lanche)[1137] – Quadros 8. 73 e 8.74.

Destaque-se a naturalização do consumo de vinho às refeições atestada pelo seguinte discurso:

[1137] Note-se que a pergunta do inquérito subjacente a este resultado alude aos dois períodos do dia de maior consumo. Assim, sendo o vinho um bem de consumo, antes de mais alimentar, é consumido preferencialmente à hora das refeições, o que implica que se esgotem desde logo as duas únicas possibilidades de resposta. Ora, agora, à distância do tempo, consideramos que faria mais sentido questionar-se os dois períodos do dia de maior consumo, para além das duas refeições básicas, almoço e jantar. Assim, poderíamos, com mais certezas, perceber do uso do vinho em período para além da refeição, situação que, possivelmente, traria uma novidade mais acentuada na resposta obtida.

"Olhe, para mim, para algumas pessoas é um vício. (pausa) Para outros, que bebem regradamente, um copo de vinho à refeição, ou dois, vá lá, não é, não é prejudicial. Prejudicial é beber-se fora das refeições". (Frequentador-consumidor 7)

No que toca ao vinho do Porto, regista-se o que já se previa: a bebida funciona primordialmente como um aperitivo ou digestivo, sendo por isso consumida essencialmente nos períodos que antecedem ou sucedem as refeições. Todavia, a sua utilização nem sempre é constante. Neste contexto destaca-se o número considerável de inquiridos das casas Valente e Túnel que responderam consumir vinho do Porto predominantemente de manhã (um terço das primeiras opções de resposta foram para este período do dia nestes dois estabelecimentos) – Quadro 8. 75.

Quadro 8. 75 – Periodicidade do consumo de vinho do Porto por estabelecimento (1ª opção)

Periodicidade do consumo de vinho do Porto (1ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
De manhã	22,9%	36,4%	33,8%	16,2%	27,2%	
Antes do almoço	22,3%	14,5%	16,9%	23,0%	48,1%	
Almoço	,9%	1,8%	2,8%			
Após o almoço	6,7%	9,1%	11,3%	5,4%	6,2%	1,7%
À tarde (hora do lanche)	5,3%	3,6%	5,6%	2,7%	2,5%	13,3%
Antes do jantar	9,7%	5,5%	9,9%		1,2%	36,7%
Jantar	,9%	1,8%	2,8%			
Após o jantar	17,0%	21,8%	11,3%	13,5%		46,7%
Não existe regularidade	14,4%	5,5%	5,6%	39,2%	14,8%	1,7%

Fonte: CRSV, 2001.

A importância quotidiana do consumo de vinho, nomeadamente às refeições, é reiterada pelo facto de quase todos os inquiridos terem declarado que consomem vinho corrente fora do estabelecimento em que foram inquiridos – Quadro 8. 76.

Quadro 8. 76 – Consumo de vinho corrente fora do estabelecimento

Consumo de vinho corrente fora do estabelecimento	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	2,2%	5,4%	1,3%	2,7%	1,3%	
Sim	97,8%	94,6%	98,8%	97,3%	98,7%	100,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

O mesmo se passa no caso do vinho do Porto, ainda que neste caso seja de sublinhar o número muito considerável de inquiridos da casa Soraya que declararam consumir vinho do Porto apenas nesse estabelecimento (42%). Este valor reforça a ideia de um ritual consolidado de visita a essa casa por parte de muitos clientes habituais que aí se dirigem exclusivamente para consumir vinho do Porto (um *passeio costumeiro* com paragem na Soraya) – Quadro 8.77. Veja-se, a este respeito, o seguinte extracto discursivo:

> "P - Certo, o senhor costuma consumir vinho do Porto fora destes espaços, por exemplo na sua casa?
> R - Em casa não lhe pego.
> P - Não, é só aqui com os amigos?
> R - é, não lhe pego até porque eu devo de ter lá talvez mais vinho fino do que vinho de consumo, dão-me". (Frequentador-consumidor 2)

Quadro 8. 77 – Consumo de vinho do Porto fora do estabelecimento

Consumo de vinho do Porto fora do estabelecimento	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	14,4%	3,6%	2,8%	12,2%	42,0%	3,3%
Sim	85,6%	96,4%	97,2%	87,8%	58,0%	96,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Tanto o vinho corrente como o vinho do Porto são consumidos predominantemente em casa (importância dos períodos de refeição), para além do estabelecimento onde os indivíduos foram inquiridos, seguindo-se locais

como os restaurantes ou as casas de familiares e/ou amigos. Na casa Valente, destacam-se os que afirmam beber vinho predominantemente noutras tabernas, algo que poderá significar que estamos perante um grupo de inquiridos que frequenta habitualmente este tipo de espaços e não apenas aquela casa em particular – Quadro 8. 78.

Quadro 8.78 – Locais de consumo mais frequente de vinho corrente (1ª opção)

Locais de consumo mais frequente de vinho corrente (1ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Local de habitação	87,5%	81,1%	93,7%	90,3%	94,7%	60,6%
Em casa de familiares	1,3%		1,3%			9,1%
Em casa de amigos/colegas	1,3%					12,1%
Cafés	1,0%			1,4%	2,7%	
Tascos/tasquinhas/tabernas	5,8%	17,0%	3,8%	4,2%		9,1%
Casa de pasto	,3%			1,4%		
Restaurantes	1,3%				2,7%	6,1%
Outro	,6%			2,8%		
Não sabe	,3%	1,9%				
Não responde	,6%		1,3%			3,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.79 – Locais de consumo mais frequente de vinho do Porto (1ª opção)

Locais de consumo mais frequente de vinho do Porto (1ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Local de habitação	81,8%	73,6%	76,8%	83,1%	91,5%	86,2%
Em casa de familiares	3,1%	3,8%		3,1%	2,1%	6,9%
Em casa de amigos/colegas	1,0%			1,5%		3,4%
Bares	,7%					3,4%
Bares de luxo	,0%					
Cafés	2,4%		2,9%	3,1%	6,4%	
Tascos/tasquinhas/tabernas	8,9%	18,9%	18,8%	4,6%		
Casa de pasto	,3%	1,9%				
Restaurantes	,0%					
Clubes	,0%					
Outro	1,0%			4,6%		
Não sabe	,3%	1,9%				
Não responde	,3%		1,4%			

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.80 – Locais de consumo mais frequente de vinho do Porto (2ª opção)[1138]

Locais de consumo mais frequente de vinho do Porto (2ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Local de habitação						
Em casa de familiares	37,0%	48,9%	46,2%	28,9%	48,6%	12,2%
Em casa de amigos/colegas	9,1%		4,6%	6,7%	2,7%	30,6%
Bares	2,5%	2,1%		2,2%		8,2%
Bares de luxo	5,8%	2,1%				26,5%
Cafés	4,1%	2,1%		8,9%	10,8%	2,0%
Tascos/tasquinhas/tabernas	9,1%	21,3%	13,8%	6,7%		
Casa de pasto	11,5%	19,1%	24,6%	6,7%		
Restaurantes	15,6%		7,7%	33,3%	32,4%	12,2%
Clubes	,4%					2,0%
Outro	4,1%	2,1%	1,5%	6,7%	5,4%	6,1%
Não sabe	,4%	2,1%				
Não responde	,4%		1,5%			

Fonte: CRSV, 2001.

A estrutura de respostas é semelhante no caso do vinho do Porto, destacando-se, todavia, uma maior dispersão dos locais de consumo: o vinho do Porto é bebido predominantemente em casa, mas também em casas de familiares e amigos, nas tabernas e casas de pasto ou em restaurantes. No caso do Solar do Vinho do Porto, a maioria dos inquiridos escolheu como primeira opção de resposta relativa ao local de consumo mais frequente de vinho do Porto o local de habitação (86,2%). Na segunda opção de respostas, contudo, é significativo o número daqueles que responderam beber vinho do Porto em casa de amigos/colegas (30,6%) ou em bares de luxo (26,5%), o que remete para a importância deste vinho nas sociabilidades e cultura de saídas dos inquiridos e para o carácter de "requinte" e distinção que o seu consumo pode representar – Quadros 8.79 e 8.80.

No que toca ao consumo de vinho corrente, conclui-se que este ocupa um lugar central no quotidiano alimentar dos frequentadores das quatro primeiras casas: é consumido diariamente ou quase e acompanha geralmente as refeições, sendo, por isso mesmo, utilizado de forma mais vulgar, mais

[1138] Só trabalhámos com os quadros relativos à segunda opção de resposta sempre que a questão para ela remetia, nos casos em que a sua análise se revelou pertinente e acrescida de informação significativa face à primeira opção.

corriqueira. É bebido predominantemente em casa, mas o espaço doméstico não esgota a sua prática. O significado social do consumo alimentar de vinho tem raízes históricas muito consolidadas no nosso país, sobretudo entre as classes populares, ainda que seja possível que, segundo tendências que já se vão sentindo, isso esteja a mudar, com o crescimento da importância de outras bebidas (cerveja, refrigerantes, água, etc.), concretamente entre os mais jovens:

> "Não bebem álcool, a rapaziada nova não bebe álcool".
> (Frequentadores-consumidores 5)

O consumo alimentar do vinho acaba por ser um ponto de partida para a familiarização com a bebida e para o seu consumo noutros espaços-tempos.

O vinho do Porto, por seu turno, é utilizado de forma mais "solene", sendo consumido com menor frequência, muitas vezes em "ocasiões especiais", integrando-se em momentos ritualizados. São esses momentos ritualizados que, aliando-se à perpetuação no tempo, que se pretende perene, produzem, no dizer de António Teixeira Fernandes, "a memorização na prática social". Como considera o autor, "sem aquela ritualização, os fenómenos sociais mais importantes tornar-se-iam efémeros e perder-se-iam no fluir do tempo."[1139] Note-se que, apesar de inserida numa vivência extraordinária, esses momentos não colocam em causa a ordem e a estabilidade que a rotina[1140] instaura. Funciona geralmente como aperitivo e/ou digestivo e integra-se em lógicas de consumo com fins não alimentares e, porventura, mais voltados para a sociabilidade. Pode também constitui o pretexto para momentos de lazer e para a frequência de espaços específicos, como no caso da Soraya. Nalguns casos, o vinho do Porto aparece como mais um traço distintivo de determinadas práticas sociais relacionadas com as sociabilidades e o lazer (práticas envoltas numa maior sofisticação).

[1139] António Teixeira Fernandes, "Imaginário colectivo: simbolização e ritualização", cit., p. 17.
[1140] Sobre a questão da ordem e da estabilidade que a rotina proporciona ver Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, cit.; Harold Garfinkel, "Le programme de l' ethnométhodologie", cit.

Também a análise às modalidades de consumo (vinho corrente e vinho do Porto) apresenta-se pertinente. No que toca ao vinho corrente, regista-se uma clivagem entre as casas situadas no Centro Histórico do Porto (Valente e Túnel) e as casas localizadas no Centro Histórico de Vila Nova de Gaia (Jaime e Soraya), às quais se deve juntar o Solar do Vinho do Porto, com dados, a este nível, idênticos às de Gaia. Enquanto no Valente e no Túnel prevalecem os inquiridos que afirmam consumir vinho corrente preferencialmente sozinhos (58,9% e 76,3%, respectivamente, contra 41,1% e 22,5% que afirmam consumir vinho preferencialmente acompanhados), nos restantes três estabelecimentos prevalecem os inquiridos que afirmam consumir vinho corrente acompanhados: 71,6% no Jaime (10,8% sozinhos), 78,9% na Soraya (9,2% sozinhos) e 93,9% no Solar – Quadro 8.81.

Acerca do beber sozinho ou acompanhado, não podemos deixar de registar alguns fragmentos discursivos de um entrevistado quando nos refere:

> "P- Quer dizer, não gosta de beber sozinho?
> R- Não.
> P- Porquê que acha que as pessoas bebem mais em espaços públicos?
> R- Ora ... por, por, por companhia.
> P- Que diferenças, essencialmente?
> R- A diferença é o seguinte, façamos de conta, em minha casa a minha senhora não bebe, e portanto, não vou estar ali na mesa a beber vinho à sorte, até porque eu não bebo vinho à sorte não é?, até porque eu tenho uma responsabilidade muito grande, que eu desde as 8 horas da manhã que entro nas obras até que saio às 5, falo com doutores, engenheiros e com os proprietários e portanto, tenho que estar bastante apto para essas coisas. Portanto eu agora, façamos de conta que eu estava em casa esta manhã a escrever, não bebia mas vim aqui a abaixo comi um bolo e bebi um copinho.
> P- Pois com companhia?
> R- Pois com certeza". (Frequentador-consumidor 2)

Estes dados parecem apontar para um tipo de consumidor diferente nas duas primeiras casas face às restantes, possivelmente um consumidor mais habitual de vinho corrente, um frequentador mais assíduo da casa, alguém que

encara o consumo de vinho como um consumo perfeitamente normal e quotidiano. Nas restantes casas, o vinho corrente constituirá, porventura, um consumo mais associado a momentos de partilha[1141] do que a momentos de solidão.

Quadro 8.81 – Modalidade de consumo do vinho corrente por estabelecimento

Modalidade de consumo do vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Acompanhado	58,0%	41,1%	22,5%	71,6%	78,9%	93,9%
Sozinho	34,2%	58,9%	76,3%	10,8%	9,2%	
Não existe regularidade	7,8%		1,3%	17,6%	11,8%	6,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.82 – Modalidade de consumo do vinho do Porto por estabelecimento

Modalidade de consumo do vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Acompanhado	73,3%	76,4%	56,3%	74,3%	77,8%	83,3%
Sozinho	19,4%	23,6%	40,8%	12,2%	8,6%	13,3%
Não existe regularidade	7,3%		2,8%	13,5%	13,6%	3,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

No caso do vinho do Porto, o cenário muda sensivelmente: o consumo desta bebida aparece muito mais como consumo eminentemente "social", o que vem validar anteriores respostas que colocavam em destaque o consumo mais esporádico do vinho do Porto, frequente em momentos de encontro, aos fins de semana ou em "ocasiões especiais". O vinho do Porto é consumido predominantemente com companhia em todos os estabelecimentos analisados: 76,4% dos inquiridos no Valente, 56,3% no Túnel, 74,3% no Jaime, 77,8% na Soraya e 83,3% no Solar declararam consumir vinho do Porto acompanhados. O número médio dos que afirmam beber sozinhos este tipo de vinho ronda os 20%, sendo mais elevado apenas no Túnel, onde ronda os 40%. O vinho do

[1141] Note-se que muitos dos inquiridos poderão ter pensado que a pergunta se referia apenas ao consumo de vinho corrente no estabelecimento em que foram inquiridos, o que poderá ter "inflacionado" o número daqueles que declararam beber preferencialmente acompanhados.

Porto é, pois, uma bebida de encontros, de sociabilidades, de momentos – Quadro 8.82.

Tudo indica, existir a este nível, uma clivagem entre as casas Valente e Túnel, porventura mais próximas do Ideal-Tipo da taberna e, portanto, com mais frequentadores dados ao consumo solitário, e as restantes casas, onde a importância da convivialidade parece mais acentuada, curiosamente acompanhando a tendência para um maior consumo de vinho do Porto – bebida mais "social" – e para a frequência destes espaços integrada em "roteiros" de lazer e sociabilidades. Em síntese, podemos considerar que o consumo de vinho corrente, sendo mais habitual é, como tal, mais individualizado, enquanto que o consumo de vinho do Porto, mais cerimonial é, como tal, menos individualizado e, consequentemente, mais partilhado.

Certamente que a modalidade de consumo de vinhos, articula-se, por um lado, com o tempo de permanência e com os motivos de frequência no e do estabelecimento; por outro, influirá no conhecimento de outros clientes e na própria atitude do inquirido.

Neste sentido, constata-se que, nas casas Valente e Túnel, os inquiridos que tendem a beber mais vinho corrente acompanhados têm tempos de permanência, nos respectivos estabelecimentos, mais alongados (mais de 30 minutos), enquanto os que bebem sozinhos estão no estabelecimento durante períodos mais curtos (até 30 minutos). Nas casas Jaime e Soraya, por seu lado, tudo sugere não existir esta relação. No Solar está questão não se aplica – Quadro 8.83.

Quanto ao vinho do Porto, nas casas Valente e Túnel, as respostas parecem indicar tempos de permanência mais curtos para aqueles que bebem tendencialmente vinho do Porto acompanhados, tendência que não é visível nas respostas dos inquiridos da Soraya e do Solar – Quadro 8.84. No Jaime, tudo indica não existir este tipo de relação, como também já não havia a propósito do vinho corrente. Esta aparente contradição pode ficar a dever-se à

formulação da pergunta no inquérito. Repare-se que neste, questiona-se se o inquirido *tende mais* a consumir vinho (corrente ou do Porto) acompanhado ou sozinho [independentemente do espaço em que efectiva a prática). Ora, sabe-se, por informações anteriormente apresentadas que o Valente, por exemplo, é um estabelecimento que praticamente não vende vinho do Porto, ou terá um volume de vendas muito reduzido. Isto só prova que para estes inquiridos, a frequência do estabelecimento, não é pautada por um procura do vinho do Porto, como de facto nos prova o Quadro 8.85. Já no Soraya e no Solar, um volume significativo de clientes consomem vinho do Porto preferencialmente acompanhados, permanecendo durante períodos de tempo mais alargados no estabelecimento – aqui regista-se uma incidência mais alargada no Solar, o que poderá ter induzido as respostas não para um comportamento generalizado do inquirido, mas circunscrevendo-o ao próprio espaço onde ocorreu a aplicação do inquérito.

Seja como for, a degustação do vinho do Porto sem companhia, associada a tempos de permanência mais breves situará esta prática num tipo de consumo não "social". É de lembrar, no entanto e de passagem, que a maioria dos inquiridos das cinco casas declarou beber vinho do Porto preferencialmente acompanhada.

Analisando agora o relacionamento entre a modalidade de consumo de vinho corrente preferida e os motivos de frequência do estabelecimento, constata-se, contrariamente ao que se poderia pensar, não haver nenhum tipo de associação. Nas casas Valente e Túnel, onde a maioria dos inquiridos declara beber vinho corrente tendencialmente sem companhia – Quadro 8.81, regista-se a existência de uma ampla percentagem destes que frequentam o espaço não só porque pretendem consumir, mas também porque pretendem encontrar-se/estar com amigos/conhecidos. Este facto remete para a ideia de intercomunicação e de convivialidade mesmo se o consumo de vinho é feito de forma aparentemente isolada. Os clientes, de copo na mão, não se fixam em nenhum grupo específico, comunicando fluidamente com os demais, o que esboçará a auto-percepção de consumo isolado. Nas casas Jaime e Soraya, onde a maioria dos indivíduos declara beber tendencialmente acompanhado,

sobressaem os motivos relacionados com o consumo ("beber um copo" – de vinho do Porto – ou lanchar), mas também os motivos relacionados com o desejo de convívio, sobretudo, na Soraya. No Solar do Vinho do Porto, por seu turno, pesam – como tivemos oportunidade de referir – os motivos relacionados com o desejo de frequência de um espaço "requintado" ou de um espaço "diferente do habitual" – Quadro 8.85.

No que respeita ao vinho do Porto, o seu consumo faz-se, nas cinco casas, preferencialmente com companhia. Daí que as respostas dos inquiridos que afirmam beber, tendencialmente, este tipo de vinho acompanhados se repartam entre as motivações relacionadas com o consumo do vinho propriamente dito e as motivações "sociais" (encontrar-se/estar com amigos/conhecidos. No Solar do Vinho do Porto, por seu turno, para além do consumo de vinho do Porto, pesam sempre – como tivemos oportunidade de referir – os motivos relacionados com o desejo de frequência de um espaço "requintado" ou de um espaço "diferente do habitual" – Quadro 8.86.

Tendo como pano de fundo a noção de que a maioria dos clientes do Valente e do Túnel preferem beber vinho corrente sozinhos e de que a maioria dos clientes do Jaime e da Soraya preferem fazê-lo acompanhados, registamos que, nas duas primeiras casas, os inquiridos que afirmam beber acompanhados conhecem mais clientes do que aqueles que afirmam beber sozinhos; estes não só conhecem menos clientes do que aqueles, como afirmam em maior número não conhecer nenhum cliente. Nas casas Jaime e Soraya, por seu lado, não parece haver qualquer tipo de regularidade, enquanto no Solar prevalecem aqueles que, bebendo acompanhados, não conhecem mais ninguém no estabelecimento – Quadro 8.87.

Aplicando o mesmo tipo de reflexão ao consumo do vinho do Porto, e partindo da noção de que a maioria dos clientes das cinco casas bebe vinho do Porto de forma eminentemente "social", registamos exactamente o mesmo tipo de resultados que obtivemos a propósito do quadro anterior - Quadro 8.88.

Tudo indica estarmos perante uma cisão, nas casas Valente e Túnel, entre aqueles que, bebendo sozinhos, permanecem sozinhos no estabelecimento, não se juntando a ninguém (ou juntando-se apenas aos acompanhantes), e aqueles que, bebendo sozinhos, declaram não se juntar sempre às mesmas pessoas, circulando pelo espaço e apostando na convivialidade (40% dos inquiridos do Valente que declaram beber vinho corrente sozinhos não se juntam a ninguém, enquanto outros 40%, circulam, não se juntando sempre às mesmas pessoas; o mesmo se verifica no Túnel, embora com outros valores: 23% e 43% respectivamente). Nas casas Jaime e Soraya, onde a maioria dos inquiridos bebe vinho corrente acompanhada, regista-se também uma clivagem forte, desta vez entre aqueles que se juntam e comunicam apenas com os acompanhantes (sociabilidades provenientes do exterior do estabelecimento) e aqueles que, juntando-se sempre às mesmas pessoas, comunicam com as restantes (procurando assim o estabelecimento de algum tipo de laços no interior do próprio estabelecimento). No Solar, como temos vindo a reafirmar, os inquiridos juntam-se e comunicam apenas com as pessoas acompanhantes (sociabilidades "exógenas") – Quadro 8.89.

No seio da maioria de inquiridos que declaram beber tendencialmente vinho do Porto em companhia, prevalecem, nas casas Valente e Túnel, aqueles que não se juntam sempre às mesmas pessoas (aproximadamente 50% das respostas); nas casas Jaime e Soraya, por seu turno, prevalecem os que se juntam apenas às pessoas acompanhantes e aqueles que, juntando-se sempre às mesmas pessoas, comunicam com as restantes (aproximadamente 40% e 30% respectivamente). No Solar, caso particular, a esmagadora maioria dos inquiridos declara juntar-se apenas às pessoas acompanhantes (80%) – Quadro 8.90.

Quadro 8.83 - Modalidade de consumo de vinho corrente e tempo de permanência no estabelecimento

Casa	Modalidade de consumo do vinho corrente	Tempo de permanência no estabelecimento										
		Menos de 15 minutos	Entre 15 e 30 minutos	Entre 30 minutos e 1 hora	Entre 1 e 2 horas	Entre 2 e 3 horas	Entre 3 e 4 horas	Mais de 4 horas	Não existe regularidade	Não sabe	Não responde	Total
Valente	Acompanhado	13,0%	17,4%	21,7%	30,4%	13,0%			4,3%			100,0%
	Sozinho	36,4%	45,5%	9,1%	9,1%							100,0%
	Não existe regularidade											
Túnel	Acompanhado	16,7%	50,0%	16,7%	11,1%				5,6%			100,0%
	Sozinho	31,7%	38,3%	18,3%	8,3%	1,7%				1,7%		100,0%
	Não existe regularidade	100,0%										100,0%
Jaime	Acompanhado	17,0%	29,8%	31,9%	12,8%		2,1%		6,4%			100,0%
	Sozinho	12,5%	25,0%	50,0%					12,5%			100,0%
	Não existe regularidade	10,0%	30,0%	40,0%	10,0%				10,0%			100,0%
Soraya	Acompanhado	10,9%	21,8%	29,1%	16,4%	20,0%			1,8%			100,0%
	Sozinho	14,3%		14,3%	57,1%	14,3%						100,0%
	Não existe regularidade		11,1%	33,3%	33,3%	11,1%	11,1%					100,0%
Solar	Acompanhado		6,7%	33,3%	56,7%		3,3%					100,0%
	Sozinho											
	Não existe regularidade			50,0%	50,0%							100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.84 - Modalidade de consumo de vinho do Porto e tempo de permanência no estabelecimento

Casa	Modalidade de consumo do vinho do Porto	Tempo de permanência no estabelecimento										
		Menos de 15 minutos	Entre 15 e 30 minutos	Entre 30 minutos e 1 hora	Entre 1 e 2 horas	Entre 2 e 3 horas	Entre 3 e 4 horas	Mais de 4 horas	Não existe regularidade	Não sabe	Não responde	Total
Valente	Acompanhado	24,4%	24,4%	22,0%	17,1%	7,3%	2,4%		2,4%			100,0%
	Sozinho	23,1%	61,5%		15,4%							100,0%
	Não existe regularidade											
Túnel	Acompanhado	32,5%	30,0%	22,5%	12,5%	2,5%						100,0%
	Sozinho	17,9%	53,6%	21,4%	7,1%							100,0%
	Não existe regularidade	100,0%										100,0%
Jaime	Acompanhado	12,2%	28,6%	30,6%	20,4%		2,0%		6,1%			100,0%
	Sozinho	22,2%	22,2%	44,4%					11,1%			100,0%
	Não existe regularidade	14,3%	28,6%	28,6%	14,3%				14,3%			100,0%
Soraya	Acompanhado	15,5%	19,0%	27,6%	20,7%	15,5%			1,7%			100,0%
	Sozinho			14,3%	42,9%	42,9%						100,0%
	Não existe regularidade		18,2%	27,3%	27,3%	18,2%	9,1%					100,0%
Solar	Acompanhado		4,2%	33,3%	56,3%	2,1%	2,1%	2,1%				100,0%
	Sozinho			50,0%	50,0%							100,0%
	Não existe regularidade			50,0%	50,0%							100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8. 85 - Modalidade de consumo de vinho corrente e principal motivo de frequência do estabelecimento

Casa	Modalidade de consumo do vinho corrente	1º Motivo de frequência do estabelecimento															
		Encontrar-se/estar com amigos ou conhecidos	Conhecer pessoas novas	Conversar com alguém que apareça	Estar com colegas de profissão	Tratar de assuntos profissionais/de trabalho	Namorar	Beber vinho corrente	Beber vinho do Porto	Beber um copo (outras bebidas)	Comer/lanchar	Tomar café	Sair de casa	Frequentar um estabelecimento habitual	Frequentar um estabelecimento diferente dos habituais	Frequentar um estabelecimento requintado	Frequentar um estabelecimento popular	Outro
Valente	Acompanhado	47,8%						8,7%		17,4%	21,7%			4,3%				
	Sozinho	21,2%			9,1%			39,4%		15,2%	6,1%			9,1%				
	Não existe regularidade																	
Túnel	Acompanhado	38,9%		5,6%				5,6%		22,2%	5,6%	5,6%		5,6%		5,6%		5,6%
	Sozinho	41,0%		1,6%	8,2%			14,8%	4,9%	19,7%	3,3%	3,3%		3,3%				
	Não existe regularidade										100,0%							
Jaime	Acompanhado	13,2%						7,5%	20,8%	5,7%	43,4%							9,4%
	Sozinho								25,0%		37,5%							37,5%
	Não existe regularidade	23,1%							15,4%	7,7%	30,8%							23,1%
Soraya	Acompanhado	50,0%							31,7%	1,7%	6,7%	5,0%						5,0%
	Sozinho	57,1%							28,6%		14,3%							
	Não existe regularidade	66,7%				11,1%			22,2%									
Solar	Acompanhado								19,4%						22,6%	35,5%		22,6%
	Sozinho																	
	Não existe regularidade								50,0%									50,0%

Fonte: CRSV, 2001 (percentagem em linha)

Quadro 8.86 - Modalidade de consumo de vinho do Porto e principal motivo de frequência do estabelecimento

Casa	Modalidade de consumo do Vinho do Porto	1º Motivo de frequência do estabelecimento															
		Encontrar-se/estar com amigos ou conhecidos	Conhecer pessoas novas	Conversar com alguém que apareça	Estar com colegas de profissão	Tratar de assuntos profissionais/de trabalho	Namorar	Beber vinho corrente	Beber vinho do Porto	Beber um copo (outras bebidas)	Comer/lanchar	Tomar café	Sair de casa	Frequentar um estabelecimento habitual	Frequentar um estabelecimento diferente dos habituais	Frequentar um estabelecimento requintado	Frequentar um estabelecimento popular	Outro
		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Valente	Acompanhado	38,1%			2,4%			21,4%		16,7%	11,9%	2,4%		7,1%				
	Sozinho	30,8%			7,7%			30,8%		23,1%				7,7%				
	Não existe regularidade																	
Túnel	Acompanhado	47,5%			5,0%			5,0%		25,0%		7,5%		5,0%		2,5%		2,5%
	Sozinho	27,6%		3,4%	10,3%			27,6%	10,3%	13,8%		3,4%		3,4%				
	Não existe regularidade	50,0%									50,0%							
Jaime	Acompanhado	14,5%						7,3%	23,6%	9,1%	34,5%							10,9%
	Sozinho								22,2%		44,4%							33,3%
	Não existe regularidade	10,0%							20,0%	10,0%	40,0%							20,0%
Soraya	Acompanhado	47,6%			1,6%				30,2%	1,6%	9,5%	3,2%						6,3%
	Sozinho	57,1%							28,6%			14,3%						
	Não existe regularidade	63,6%				9,1%			27,3%									
Solar	Acompanhado	6,0%							36,0%						16,0%	28,0%		14,0%
	Sozinho	12,5%							12,5%						25,0%	25,0%		25,0%
	Não existe regularidade														50,0%	50,0%		

Fonte: CRSV, 2001 (percentagem em linha).

Quadro 8.87 - Modalidade de consumo de vinho corrente e conhecimento de outros clientes

Casa	Modalidade de consumo do vinho corrente	Conhecimento de outros clientes					
		Não, nenhum	Todos ou quase todos	Alguns, para além dos que o acompanham	Poucos, para além dos que o acompanham	Só os que o acompanham	Total
Valente	Acompanhado	4,3%	60,9%	17,4%	4,3%	13,0%	100,0%
	Sozinho	33,3%	36,4%	12,1%	9,1%	9,1%	100,0%
	Não existe regularidade						
Túnel	Acompanhado	11,1%	66,7%	16,7%	5,6%		100,0%
	Sozinho	21,3%	29,5%	23,0%	8,2%	18,0%	100,0%
	Não existe regularidade	100,0%					100,0%
Jaime	Acompanhado	15,1%	17,0%	32,1%	13,2%	22,6%	100,0%
	Sozinho	25,0%	12,5%	62,5%			100,0%
	Não existe regularidade	15,4%	38,5%	46,2%			100,0%
Soraya	Acompanhado	6,7%	36,7%	45,0%	5,0%	6,7%	100,0%
	Sozinho		57,1%	28,6%	14,3%		100,0%
	Não existe regularidade		77,8%	22,2%			100,0%
Solar	Acompanhado	45,2%		25,8%	25,8%	3,2%	100,0%
	Sozinho						
	Não existe regularidade				100,0%		100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.88 - Modalidade de consumo de vinho do Porto e conhecimento de outros clientes

Casa	Modalidade de consumo do vinho do Porto	Conhecimento de outros clientes					
		Não, nenhum	Todos ou quase todos	Alguns, para além dos que o acompanham	Poucos, para além dos que o acompanham	Só os que o acompanham	Total
Valente	Acompanhado	14,3%	59,5%	11,9%	4,8%	9,5%	100,0%
	Sozinho	46,2%	15,4%	23,1%	15,4%		100,0%
	Não existe regularidade						
Jaime	Acompanhado	20,0%	40,0%	20,0%	5,0%	15,0%	100,0%
	Sozinho	24,1%	37,9%	20,7%	6,9%	10,3%	100,0%
	Não existe regularidade	50,0%	50,0%				100,0%
Túnel	Acompanhado	16,4%	16,4%	30,9%	14,5%	21,8%	100,0%
	Sozinho	22,2%	11,1%	66,7%			100,0%
	Não existe regularidade	10,0%	40,0%	50,0%			100,0%
Soraya	Acompanhado	4,8%	36,5%	44,4%	7,9%	6,3%	100,0%
	Sozinho		57,1%	42,9%			100,0%
	Não existe regularidade	9,1%	72,7%	18,2%			100,0%
Solar	Acompanhado	40,0%		28,0%	26,0%	6,0%	100,0%
	Sozinho	25,0%		62,5%	12,5%		100,0%
	Não existe regularidade	50,0%			50,0%		100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.89 - Modalidade de consumo de vinho corrente e atitude do inquirido

Casa	Modalidade de consumo do vinho corrente	Atitude do inquirido							
		Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	Não sabe	Não responde	Total
Valente	Acompanhado	8,7%	13,0%	8,7%	26,1%	43,5%			100,0%
	Sozinho	39,4%	9,1%		12,1%	39,4%			100,0%
	Não existe regularidade								
Túnel	Acompanhado	11,1%	5,6%	5,6%	11,1%	66,7%			100,0%
	Sozinho	23,0%	24,6%	3,3%	6,6%	42,6%			100,0%
	Não existe regularidade	100,0%							100,0%
Jaime	Acompanhado	11,3%	45,3%	5,7%	32,1%	5,7%			100,0%
	Sozinho	37,5%	37,5%	12,5%	12,5%				100,0%
	Não existe regularidade	23,1%	30,8%		38,5%	7,7%			100,0%
Soraya	Acompanhado	6,7%	40,0%	13,3%	31,7%	8,3%			100,0%
	Sozinho	14,3%	14,3%	28,6%	42,9%				100,0%
	Não existe regularidade		22,2%	33,3%	44,4%				100,0%
Solar	Acompanhado	6,5%	87,1%	3,2%	3,2%				100,0%
	Sozinho								
	Não existe regularidade	50,0%		50,0%					100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.90 - Modalidade de consumo de vinho do Porto e atitude do inquirido

Casa	Modalidade de consumo do vinho do Porto	Atitude do inquirido							
		Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho	Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes	Juntar-se sempre às mesmas pessoas	Juntar-se às mesmas pessoas mas comunicar com as restantes	Não se juntar sempre às mesmas pessoas	Não sabe	Não responde	Total
Valente	Acompanhado	14,3%	14,3%		23,8%	47,6%			100,0%
	Sozinho	61,5%	7,7%	7,7%	7,7%	15,4%			100,0%
	Não existe regularidade								
Túnel	Acompanhado	22,5%	15,0%	5,0%	15,0%	42,5%			100,0%
	Sozinho	24,1%	17,2%	3,4%	3,4%	51,7%			100,0%
	Não existe regularidade	100,0%							100,0%
Jaime	Acompanhado	10,9%	45,5%	5,5%	34,5%	3,6%			100,0%
	Sozinho	33,3%	33,3%	11,1%	22,2%				100,0%
	Não existe regularidade	30,0%	30,0%		30,0%	10,0%			100,0%
Soraya	Acompanhado	6,3%	38,1%	12,7%	33,3%	9,5%			100,0%
	Sozinho		42,9%	28,6%	28,6%				100,0%
	Não existe regularidade	9,1%	27,3%	27,3%	36,4%				100,0%
Solar	Acompanhado	4,0%	88,0%	6,0%	2,0%				100,0%
	Sozinho	25,0%	62,5%		12,5%				100,0%
	Não existe regularidade			50,0%		50,0%			100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

8.4.4. Os vinhos e as suas temporalidades

Quando questionados sobre o consumo de vinho corrente em momentos de festa e de celebração, a maior parte das respostas dos inquiridos do Valente e do Túnel (43,1% e 52,4%, respectivamente) apontaram o Natal como momento de maior consumo da bebida[1142]. O significado destas respostas deve, porém, ser mediado pelos dados que revelam que o consumo de vinho corrente é quotidiano; o vinho é bebido no Natal (porventura em maior quantidade, porventura um vinho de melhor qualidade), mas é também consumido todos os dias, até como elemento central da alimentação quotidiana dos inquiridos, como já tivemos oportunidade de registar. Acresce mesmo que quando o que está em causa são consumidores regulares de vinho, tornam-se secundários os dados relativos ao consumo desta bebida em festas. Nas restantes casas, a maior parte dos inquiridos aponta para um consumo de vinho corrente mais frequente em momentos de celebração em geral, sem especificar quais – Quadro 8.91.

Quadro 8.91 – Festividades em que é consumido vinho corrente

Festividades em que é consumido vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Natal	24,7%	43,1%	52,4%	7,1%	3,6%	20,0%
Páscoa	7,4%	12,3%	6,0%	3,6%	1,2%	18,3%
Aniversários	8,5%	10,8%	9,5%		1,2%	26,7%
Casamentos	16,2%	18,5%	34,5%	4,8%	4,8%	20,0%
Baptizados	6,9%	6,2%	8,3%	2,4%	1,2%	20,0%
Celebrações	32,4%	16,9%	7,1%	52,4%	50,0%	31,7%
Nenhuma	26,0%	29,2%	26,2%	26,2%	33,3%	11,7%
Não se aplica						

Fonte: CRSV, 2001.

[1142] Veja-se, a propósito, a importância social que a festa assume enquanto "ruptura da continuidade do dia-a-dia". Cf. Jean Maisonneuve, *Os Rituais*, cit., p. 55; ver também pp. 56-60, onde o autor aborda o quadro ritual da festa.

Quadro 8.92 – Festividades em que é consumido vinho do Porto

Festividades em que é consumido vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Natal	45,1%	60,0%	72,6%	21,4%	13,1%	68,3%
Páscoa	15,9%	15,4%	14,3%	10,7%	9,5%	35,0%
Aniversários	15,1%	21,5%	32,1%	2,4%		23,3%
Casamentos	6,4%	6,2%	3,6%	2,4%	2,4%	21,7%
Baptizados	4,2%	4,6%	3,6%		1,2%	15,0%
Celebrações	32,4%	23,1%	8,3%	45,2%	48,8%	35,0%
Nenhuma	18,0%	12,3%	11,9%	20,2%	32,1%	10,0%
Não se aplica						

Fonte: CRSV, 2001.

Quanto ao vinho do Porto, ele tende a acompanhar todas as grandes festas, sobretudo no caso dos inquiridos do Solar, sendo tradição, para muitos dos inquiridos, o seu consumo no Natal (60% de respostas no Valente, 72,6% no Túnel, 68,3% no Solar) – Quadro 8.92. Mas o vinho do Porto é consumido frequentemente noutras ocasiões pela maioria dos inquiridos das cinco casas; estamos, porventura, perante consumidores mais ou menos frequentes desta bebida, consumidores que não precisam do pretexto das festas para consumir vinho do Porto. Na resposta à questão feita sobre o consumo de vinho do Porto noutras ocasiões que não apenas "ocasiões especiais", 74,5% dos inquiridos do Valente, 78,9% do Túnel, 63,5% do Jaime, 63% da Soraya e 91,7% do Solar declararam beber vinho do Porto noutras ocasiões, o que significa que estamos perante amantes desta bebida e perante inquiridos que a utilizam não apenas em momentos especiais, integrando-a inclusivamente no cerne das suas sociabilidades e dos seus momentos de lazer – Quadro 8.93. Nestes casos, o consumo do vinho do Porto faz parte das rotinas quotidianas dos indivíduos[1143].

[1143] Harold Garfinkel, ao estudar a produção da ordem social, dá um forte contributo para o entendimento sociológico destas matérias circunscritas a fenómenos e práticas do quotidiano. Cf. desenvolvimento teórico apresentado no sub-capítulo 2.2.

Quadro 8.93 – Consumo de vinho do Porto em outras ocasiões que não festividades

Consumo de vinho do Porto noutras ocasiões	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	26,4%	25,5%	19,7%	36,5%	37,0%	8,3%
Sim	73,3%	74,5%	78,9%	63,5%	63,0%	91,7%
Não se lembra	,3%		1,4%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Na resposta à questão sobre as ocasiões em que é consumido vinho do Porto, nota-se uma fronteira entre os inquiridos do Solar e os inquiridos das restantes casas, o que poderá reflectir o perfil social diferenciado dos frequentadores destas casas. No Solar, há que destacar o número dos que afirmam consumir vinho do Porto em casa, quando recebem visitas ou com os amigos, 61,7% das respostas, número que está ligado à importância "social" do vinho do Porto, muito presente nos momentos de encontro e sociabilidade; registe-se também, neste estabelecimento, o número dos que afirmaram consumir vinho do Porto em *vernissages*, celebrações oficiais, portos de honra, etc. (46,7%) – tratando-se, portanto, da afirmação do consumo de um vinho "distinto", de um vinho "sério" que está presente em momentos "nobres" sendo também um indicador do perfil social destes inquiridos e um modo de distinção face a quem está excluído destes meios sociais – Quadro 8.94. Vale a pena lembrar serem os frequentadores do Solar os portadores de maiores capitais, reflectidos nos respectivos lugares de classe individual e de família. Nas restantes casas, a maioria dos inquiridos afirmou consumir "quando lhe apetecia", o que pode indiciar que estamos perante indivíduos que não associam este consumo a quaisquer formas de distinção nem a quaisquer momentos em particular, indivíduos que "normalizam" o consumo de vinho do Porto, associando mais à alimentação (aperitivo e digestivo) e a comportamentos menos distintos e, portanto, mais banalizados. Já no Solar, o vinho do Porto está associado a momentos específicos e a regras comportamentais incidentes no conhecimento de uma gramática comportamental própria, também elas específicas, porque próprias desses momentos.

Quadro 8.94 – Ocasiões de consumo de vinho do Porto

Ocasiões de consumo de vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Quando recebe visita, ou está com amigos	19,1%	24,6%	6,0%	6,0%	10,7%	61,7%
Em momentos de maior intimidade/cumplicidade	6,9%	4,6%	2,4%	2,4%	2,4%	28,3%
Em vernissages, Portos d' Honra, celebrações oficiais e afins	8,2%		3,6%			46,7%
Em comemorações pessoais	18,8%	15,4%	14,3%	19,0%	26,2%	18,3%
Quando lhe apetece	41,4%	41,5%	53,6%	32,1%	32,1%	50,0%
Outras						
Não se aplica						

Fonte: CRSV, 2001.

No que toca ao consumo de vinho do Porto como aperitivo ou digestivo, regista-se uma nova oposição entre os inquiridos do Solar e os inquiridos das restantes casas: enquanto no Solar predominam aqueles que consomem vinho do Porto como digestivo, nos outros quatro estabelecimentos predominam aqueles que o consomem como aperitivo – Quadro 8.95. Não cremos que haja um consumo "certo" e outro "errado" desta bebida. E neste sentido, consideramos que estamos, antes, perante atribuições simbólicas diferentes, ou seja, a produções de sentido, que sendo construídas, são sociais[1144]. Por conseguinte, imperam com toda a certeza diferenciações de consumo associadas a usos diferentes deste vinho. Apesar de tudo, e face aos resultados obtidos, podemos considerar que no Solar o consumo de vinho do Porto está mais ligado às saídas e a sociabilidades "pós-alimentares", enquanto que nas restantes casas serve mais para "abrir o apetite", estando mais ligado a usos alimentares.

[1144] As lutas simbólicas em torno das classificações, explanadas por Pierre Bourdieu, conferem um alcance sociológico a estas questões. Cf. Bourdieu, Pierre, *O Poder Simbólico*, cit. Alfred Schütz, na sua *Phenomenology*, equaciona também a importância da construção de sentido inerente à acção dos indivíduos, da qual farão parte, precisamente, as atribuições simbólicas. Cf. Alfred Schütz, "Phenomenology and the social sciences", cit. Ver também, sobre este assunto constitutivo da construção social da realidade, Augusto Santos Silva, *Tempos Cruzados: Um Estudo Interpretativo da Cultura Popular*, Porto, Afrontamento, 1994, nomeadamente pp. 15-37; Max Weber, *Conceitos Sociológicos Fundamentais*, Lisboa, Edições 70, 1997, p. 21; Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit.

Tal como nos referiu um entrevistado no Centro Histórico de Gaia:

> "É bebido docemente, um cálice depois bebe-se outro, aliás o vinho do Porto nem sabe bem beber de lance porque as pessoas fazem disto um aperitivo. (...) Eu digo o vinho do Porto é mais digestivo, os ingleses são diferentes, bebem vinho do Porto depois das refeições. (...) Porque o vinho do Porto é um digestivo; aqui é ao contrário, aqui bebe-se vinho do Porto antes da refeição e depois bebe-se o whisky depois da refeição". (Frequentador-consumidor 1)

Quadro 8.95 – Modo de consumo do vinho do Porto

	Estabelecimento					
Modo de consumo do vinho do Porto	**Global**	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Aperitivo	63,0%	65,5%	70,4%	67,6%	75,3%	30,0%
Digestivo	22,6%	27,3%	19,7%	9,5%	8,6%	56,7%
Indiferente	14,4%	7,3%	9,9%	23,0%	16,0%	13,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Na comparação com outras bebidas, o vinho do Porto é preferido em toda a linha e para todas as casas: "esmaga" o brandy (90% de inquiridos que preferem vinho do Porto contra 10% que preferem brandy) e o martini (80% contra 20%) e supera o bagaço/aguardente (75% contra 25%) e o whisky/gin (60% contra 30%). Destaque apenas para as elevadas percentagens de inquiridos que, no Valente e no Túnel, preferem o bagaço/aguardente ao vinho do Porto (30,8% e 33,3%, respectivamente) e as elevadas percentagens de

inquiridos das cinco casas que, apesar de tudo, preferem o whisky/gin (35,4% no Valente, 44% no Túnel, 40,5% no Jaime, 25% na Soraya e 36,7% no Solar); estamos, certamente, perante um possível indicador da forte penetração destas bebidas nos consumos quotidianos – Quadro 8.96.

Quanto ao vinho corrente, supera os refrigerantes em todas as casas, ainda que de forma pouco categórica no Solar, ao contrário das restantes quatro casas. No Solar, aliás, a preferência do vinho fica aquém da preferência da cerveja (40% dos inquiridos preferem vinho contra 43% que preferem cerveja) e da água (23% contra 75%). Nas restantes quatro casas, o vinho supera tanto a cerveja como a água (em média, dois terços dos inquiridos preferem vinho, um terço prefere cerveja ou água), o que reflecte o carácter ainda dominante do vinho no que toca ao consumo de bebidas, carácter que, porém, está longe de ser hegemónico – Quadro 8.96. Paralelamente, assistimos a uma penetração crescente da cerveja nos consumos quotidianos.

Quadro 8.96 – Preferências comparativas relativamente a bebidas por estabelecimento

	Estabelecimento					
Par 1	**Global**	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Vinho do Porto	83,8%	81,5%	81,0%	76,2%	92,9%	88,3%
Martini	11,4%	12,3%	13,1%	14,3%	6,0%	11,7%
Nenhuma	4,0%	3,1%	4,8%	9,5%	1,2%	
Não sabe	,8%	3,1%	1,2%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Par 2						
Vinho do Porto	84,9%	81,5%	73,8%	76,2%	96,4%	100,0%
Brandy	10,3%	13,8%	17,9%	15,5%	2,4%	
Nenhuma	4,2%	4,6%	7,1%	7,1%	1,2%	
Não sabe	,5%		1,2%	1,2%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Par 3						
Vinho do Porto	75,9%	66,2%	60,7%	73,8%	85,7%	96,7%
Bagaço Água Ardente	19,9%	30,8%	33,3%	17,9%	11,9%	3,3%
Nenhuma	3,2%	3,1%	4,8%	6,0%	1,2%	
Não sabe	1,1%		1,2%	2,4%	1,2%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Par 4						
Vinho do Porto	58,4%	55,4%	51,2%	50,0%	73,8%	61,7%
Whisky Gin	36,3%	35,4%	44,0%	40,5%	25,0%	36,7%
Nenhuma	3,4%	7,7%	2,4%	7,1%		
Não sabe	1,1%	1,5%	1,2%	1,2%	1,2%	
Não responde	,8%		1,2%	1,2%		1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Par 5						
Vinho corrente	54,4%	53,8%	60,7%	54,8%	58,3%	40,0%
Cerveja	36,1%	40,0%	29,8%	39,3%	31,0%	43,3%
Nenhuma	3,4%			2,4%	4,8%	11,7%
Não sabe	5,8%	6,2%	8,3%	3,6%	6,0%	5,0%
Não responde	,3%		1,2%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Par 6						
Vinho corrente	73,5%	78,5%	82,1%	77,4%	77,4%	45,0%
Refrigerante	21,2%	16,9%	14,3%	19,0%	20,2%	40,0%
Nenhuma	2,9%	1,5%	1,2%	1,2%	1,2%	11,7%
Não sabe	2,1%	3,1%	2,4%	2,4%	1,2%	1,7%
Não responde	,3%					1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Par 7						
Vinho corrente	55,4%	56,9%	66,7%	64,3%	57,1%	23,3%
Água	37,1%	30,8%	23,8%	27,4%	38,1%	75,0%
Nenhuma	,3%	1,5%				
Não sabe	6,6%	7,7%	9,5%	8,3%	4,8%	1,7%
Não responde	,5%	3,1%				
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Daqui se pode concluir que o vinho corrente assume um carácter quotidiano, estando em grande medida associado à alimentação. Já o vinho do Porto reveste-se de uma carga simbólica muito maior, assumindo um lugar mais visível em festividades, momentos de celebração e ocasiões especiais; aparece em todas as grandes festas e é alvo de um uso menos sistemático e, portanto, mais ocasional. Quanto menos familiarizados estiverem com o consumo de vinho do Porto, e quanto menos rotinizado e "normalizado" estiver esse consumo, mais os indivíduos tenderão a ver esta bebida como uma bebida adequada a momentos especiais e de celebração.

Estamos, todavia, perante indivíduos que consomem vinho do Porto regularmente e que o usam para lá da mera tradição. Este facto é particularmente visível no Solar do Vinho do Porto, onde o consumo desta bebida está muito conotado com momentos de encontro e sociabilidade, algo que poderá servir como mais um indicador para a definição do perfil social, diferenciado face às restantes casas, dos frequentadores deste espaço, que marcam a sua diferença quando referem consumir vinho do Porto em *vernissages*, celebrações oficiais, portos de honra, etc., demarcando-se pela afirmação do carácter distinto do que consomem.

A espaços diferenciados correspondem, então, consumos diferenciados e gostos (relativos a bebidas) também eles diferenciados, isto porque a espaços diferenciados correspondem perfis sociais também eles diferenciados. O vinho corrente continua, porém, a ser alvo de uma escolha hierárquica privilegiada, com excepção do Solar, o que significa que a posição hierárquica privilegiada depende do perfil social do frequentador-consumidor ou da qualidade do vinho. Esta, contudo, é uma variável que não podemos medir, por não estarmos na posse de elementos necessários para o efeito, uma vez que este trabalho não comportou nenhum confronto entre vinhos de mesa. Tudo indica crescer também a importância da cerveja.

Já verificámos que os períodos do dia em que habitualmente os inquiridos mais consomem vinho corrente é à hora das refeições – Quadros

8.73 e 8.74. Importa, de seguida, confirmar que, para os inquiridos, o vinho é a bebida que mais acompanha as refeições. E como era esperado, regista-se o peso preponderante do consumo de vinho, tanto ao almoço (275 inquiridos, 72,9% do total) como ao jantar (288 inquiridos, 76,4%); segue-se o consumo de água, a uma distância todavia muito significativa (65 inquiridos, 17,2% ao almoço e 62 inquiridos, 16,4% ao jantar. As restantes bebidas assumem um peso residual (em conjunto, agrupam apenas cerca de 10% das respostas) – Quadros 8.97 e 8.98.

Quadro 8.97 – Bebida que preferencialmente acompanha o almoço por estabelecimento

Bebida que acompanha o almoço	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Água	17,2%	10,8%	7,1%	9,5%	13,1%	55,0%
Vinho	72,9%	76,9%	86,9%	78,6%	83,3%	26,7%
Cerveja	3,7%	7,7%	3,6%	2,4%	1,2%	5,0%
Refrigerante	4,0%			7,1%	2,4%	11,7%
Sumo	1,3%	3,1%	2,4%			1,7%
Chá	,3%			1,2%		
Outro	,3%			1,2%		
Não existe regularidade	,3%	1,5%				
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.98 - Bebida que preferencialmente acompanha o jantar por estabelecimento

Bebida que acompanha o jantar	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Água	16,4%	12,3%	3,6%	9,5%	14,3%	51,7%
Vinho	76,4%	76,9%	92,9%	78,6%	82,1%	41,7%
Cerveja	2,4%	4,6%	1,2%	2,4%	1,2%	3,3%
Refrigerante	2,4%			7,1%	2,4%	1,7%
Sumo	1,3%	3,1%	2,4%			1,7%
Chá	,5%	1,5%	,0%	1,2%		
Outro	,3%			1,2%		
Não existe regularidade	,3%	1,5%				
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Conclui-se, então, que o vinho é parte integrante do quotidiano da maioria dos inquiridos. Qualquer que seja o estabelecimento em análise, o vinho aparece como a bebida que tipicamente acompanha as refeições dos inquiridos, com percentagens de respostas sempre acima dos 75% do total de inquiridos; excepção feita aos frequentadores do Solar do Vinho do Porto, onde, ao almoço, o consumo de água suplanta o consumo de vinho (55% dos inquiridos bebem água ao almoço contra apenas 26,7% que bebem vinho). Parecendo secundária, esta questão pode constituir uma primeira pista de como os frequentadores do Solar, sendo consumidores de vinho, são consumidores de vinho "diferentes" dos restantes. Muito provavelmente, o uso de vinho às refeições, para estes inquiridos, não se incluirá na gama dos vinhos correntes, mas numa gama mais elevada de vinhos de mesa.

Destacam-se ainda a casa Túnel e a casa Soraya, onde o consumo de vinho às refeições ultrapassa os 80% (86,9% ao almoço e 92,9% ao jantar no Túnel, 83,3% ao almoço e 82,1% ao jantar na Soraya).

Perante isto, confirma-se, então, por um lado, que os frequentadores-consumidores dos estabelecimentos seleccionados se caracterizam por (pré)disposições para um consumo alcoólico inserido no consumo alimentar quotidiano, por outro, fica claro, face ao exposto até ao momento, que essas (pré)disposições são fruto de uma produção quotidiana social cristalizada por via socializante. Assim, o vinho faz parte do quotidiano dos frequentadores dos espaços em análise, inscrevendo-se o seu consumo nas práticas alimentares quotidianas. Na perspectiva de Garfinkel, podemos considerar que o consumo deste tipo de vinho se integra nas rotinas vividas pelos actores nos seus desempenhos quotidianos[1145], independentemente da região, fachada ou bastidores,[1146] em que ocorram.

[1145] Estudos de Harold Garfinkel, sistematizados no capítuo 2 apontam para aqui.
[1146] Cf. Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, cit.

Não deixa de ser importante registar o seguinte relato:

> "Eles consomem moderadamente, o que é bebem muito, são capazes, eu tenho indivíduos que todos os dias são capazes de beber 2 ou 3 cálices não têm nada no estômago". (Frequentador-consumidor 1)

Cabe ainda neste conjunto de questões, aludir a existência de garrafas de vinho do Porto nos espaços domésticos dos respectivos frequentadores. A esmagadora maioria dos inquiridos possui garrafas de vinho do Porto. É, de resto, algo tradicional na cultura portuguesa - "boa casa portuguesa"[1147] - não só para bem receber convidados, mas também para consumo próprio, em ocasiões especiais e para usos alimentares (entre 90,5% dos inquiridos no Jaime e 98,8% dos inquiridos no Túnel e na Soraya declararam possuir garrafas de vinho do Porto) – Quadro 8.99. Também para a grande parte dos inquiridos tratam-se de garrafas compradas pelos próprios ou resultantes de ofertas – Quadro 8. 100.

Quadro 8.99 – Posse de garrafas de vinho do Porto

Posse de garrafas de vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	4,2%	7,7%	1,2%	9,5%	1,2%	1,7%
Sim	95,8%	92,3%	98,8%	90,5%	98,8%	98,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.100 – Modo de aquisição de garrafas de vinho do Porto

Modo de aquisição de garrafas de vinho do Porto	Estabelecimento					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Compra	54,6%	52,3%	71,4%	41,7%	48,8%	60,0%
Oferta	68,4%	56,9%	72,6%	66,7%	70,2%	75,0%
Outro	1,3%	3,1%				5,0%
Não se lembra	2,4%	1,5%	2,4%	2,4%	1,2%	5,0%
Não se aplica						

Fonte: CRSV, 2001.

[1147] Sobre a presença do vinho do Porto na cultura tradicional portuguesa, ver, por exemplo, Dulce Magalhães, "Vinhos: práticas, elogios, cultos e representações em questão na sociedade portuguesa", cit., e ainda o capítulo 4.

O peso muito considerável das garrafas oferecidas pode constituir mais um indicador do carácter "social" do consumo e das representações associadas ao vinho do Porto, uma bebida que, podendo ser consumida regularmente, tem uma forte carga simbólica, emergindo nos momentos "especiais" de encontro e sociabilidade.

8.5. Representações sociais na dimensão vínica

Uma pesquisa centrada na dimensão social do vinho deve abranger, dado o seu enriquecimento, a vertente das representações sociais relativas ao acto vínico. Como é sabido, não faria sentido abordarem-se as práticas sem se ter em linha de conta as representações que as orientam e as sustentam[1148]. Neste sentido, adequam-se as afirmações de António Teixeira Fernandes, que considera que "as representações são construídas para que se possa viver no meio social em que se está inserido. Os universos de pensamento tendem a ser ajustados aos modos de vida e estes àqueles. São sociais, porque são produzidos por um conjunto de indivíduos que se relacionam entre si e que deles se servem para ler, interpretar e legitimar situações. Estão, consequentemente, sempre presentes na vida social numa relação de circularidade."[1149] É, justamente, tendo em linha de conta a sua pertinência que o domínio das representações surge como obrigatório.

A questão da importância do consumo de vinho corrente é alvo, no Solar do Vinho do Porto, de uma apreciação diferente face às restantes casas. No Solar, a maioria dos inquiridos declara não ser importante o consumo de vinho corrente (60% contra 36,7% que afirmam ser esse consumo importante), o que vai de encontro aos dados registados relativamente aos consumos e hábitos dos frequentadores deste espaço, menos voltados para o vinho corrente e mais para o vinho do Porto. Nas restantes casas, é maioritário o número daqueles que declaram ser importante o consumo de vinho corrente: 64,6% contra

[1148] Num texto anteriormente publicado, tivemos já a oportunidade de defender esta ideia. Cf. Dulce Magalhães, "Representações do vinho e sociabilidades contextualizadas", cit..
[1149] António Teixeira Fernandes, "Desigualdades e representações sociais", in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras*, nº 10, 2000, pp. 208-209.

23,1% no Valente, 57,1% contra 34,4% no Túnel, 58,3% contra 31% no Jaime, 59,5% contra 26,2% na Soraya. Apesar de as opiniões favoráveis à importância do consumo de vinho corrente estarem longe de ser hegemónicas, elas prevalecem, o que significa a existência de uma correspondência, pelo menos aparente, entre hábitos/consumos e representações acerca desses hábitos/consumos. O consumo de vinho é valorizado e, mais do que isso, é "praticado", o que indicia a existência de relações de homologia entre posições, disposições e tomadas de posição no que concerne ao consumo desta bebida – Quadro 8.101. Neste contexto, como refere António Teixeira Fernandes, "as representações sociais adequam-se às condições de existência"[1150].

Quadro 8.101 – Importância do consumo do vinho corrente

Importância do consumo de vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	34,0%	23,1%	34,5%	31,0%	26,2%	60,0%
Sim	56,0%	64,6%	57,1%	58,3%	59,5%	36,7%
Não tem opinião definida	10,1%	12,3%	8,3%	10,7%	14,3%	3,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.102 – Importância do consumo de vinho do Porto

Importância do consumo de vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	40,6%	36,9%	38,1%	44,0%	48,8%	31,7%
Sim	46,4%	50,8%	53,6%	35,7%	35,7%	61,7%
Não tem opinião definida	13,0%	12,3%	8,3%	20,2%	15,5%	6,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

No caso do vinho do Porto, é também maioritário o número daqueles que consideram ser importante o seu consumo, ainda que aqui a sua importância não seja tão significativamente apoiada como no caso do vinho

[1150] António Teixeira Fernandes, "Desigualdades e representações sociais", cit., p. 210.

corrente. Aliás, nas casas Jaime e Soraya foi maioritariamente negada a importância do consumo de vinho do Porto (44% de inquiridos que afirmam não ser importante este consumo contra 35,7% que afirmam ser importante no Jaime; 48,8% contra 35,7% na Soraya), algo que não deixa de ser surpreendente se pensarmos no facto de que estamos perante estabelecimentos onde o consumo de vinho do Porto é significativo; ora, nestes casos, as motivações para tal consumo poderão ser eminentemente extrínsecas, estando relacionadas com o lazer, o passeio, os "rituais de fim de semana" na Ribeira de Gaia, do qual o consumo do vinho do Porto será uma consequência óbvia ou, numa outra vertente, poderão estar condicionadas pelas representações que os inquiridos têm das representações do inquiridor sobre os factos inquiridos. Destaca-se aqui também a alteração de opinião dos frequentadores do Solar comparativamente à opinião que deram relativamente ao vinho corrente, uma vez que, no caso do consumo do vinho do Porto, 61,7% dos inquiridos que consideram o seu consumo importante se opõem aos 31,7% que discordam deste ponto de vista – Quadro 8.102.

Importa, de imediato, perceber o que subjaz à atribuição da importância aos vinhos, uma vez que aquele tipo de representações só fica completo com este[1151].

Entre os que consideram importante o consumo de vinho corrente, destacam-se os que atribuem essa importância ao facto de se tratar de um consumo benéfico para a saúde: 24,6% das respostas no Valente, 17,9% no Túnel, 40,5% no Jaime, 42,9% na Soraya e 18,3% no Solar – quadro 8.103.

[1151] Como se pode ver pelo inquérito, Anexo 3.6, a justificação do tipo de importância atribuída aos vinhos é uma pergunta aberta, pelo que, as categorias elencadas nos quadros 8.103 e 8.104, resultaram de um processo de codificação das respostas obtidas.

Quadro 8.103 – Razões da importância do consumo de vinho corrente

Razões da importância do consumo de vinho corrente		Estabelecimento					
		Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Atribuição positiva	Pelo benefício à saúde	29,7%	24,6%	17,9%	40,5%	42,9%	18,3%
	Por ser uma questão de gosto (saber bem)	6,6%	7,7%	9,5%	2,4%	6,0%	8,3%
	Por fazer parte da alimentação	24,1%	30,8%	33,3%	22,6%	21,4%	10,0%
	Por preocupações vitivinícolas nacionais	1,9%	3,1%	2,4%	,0%	2,4%	1,7%
	Para libertar diferentes sensações	3,4%	7,7%	1,2%	2,4%	2,4%	5,0%
	Outros	2,4%		1,2%	3,6%	3,6%	3,3%
	Não sabe	,3%				1,2%	
	Não responde	,3%		1,2%			
Atribuição negativa	Pelo malefício à saúde	8,2%	9,2%	9,5%	10,7%	4,8%	6,7%
	Por ser uma questão de gosto (e não de necessidade)	3,2%	1,5%	2,4%	2,4%	2,4%	8,3%
	Por ser de consumo dispensável à vida	16,4%	10,8%	17,9%	11,9%	16,7%	26,7%
	Por ser uma questão de qualidade (fraca/nula)	3,2%		1,2%		1,2%	16,7%
	Por existirem bebidas alternativas	2,9%	3,1%	4,8%	2,4%	2,4%	1,7%
	Outros	,5%			1,2%		1,7%
	Não sabe	,8%			2,4%		1,7%
	Não responde	,5%		1,2%			1,7%
	Não se aplica						

Fonte: CRSV, 2001.

Destacam-se também aqueles que referem tratar-se o vinho corrente de uma parte integrante da alimentação diária, o que justifica a sua importância: 30,8% no Valente, 33,3% no Túnel, 22,6% no Jaime, 21,4% na Soraya e 10% no Solar. Entre os que refutam a importância do consumo de vinho corrente, salientam-se os que justificam a sua opinião com base no argumento de que se trata de um consumo "dispensável à vida": 10,8% no Valente, 17,9% no Túnel, 11,9% no Jaime, 16,7% na Soraya e 26,7% no Solar. Como seria de esperar, este argumento recolhe consideravelmente mais apoios nesta última casa; note-se que estas respostas poderão enquadrar inquiridos que, tendo esta opinião, não deixam de consumir vinho.

No Solar, onde os defensores da importância do consumo de vinho são em menor número, assumem também algum destaque aqueles que justificam o seu ponto de vista negativo com base no argumento de que a qualidade do vinho corrente é fraca ou nula (16,7% das respostas), algo que lança o consumo desta bebida para um plano secundário, passível de ser entendido como forma de distinção através da (des)valorização de certos consumos relativamente a outros – Quadro 8.103.

Quadro 8.104 – Razões da importância do consumo do vinho do Porto

Razões da importância do consumo de vinho corrente		Estabelecimento					
		Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Atribuição positiva	Pelo benefício à saúde	12,2%	10,8%	8,3%	15,5%	16,7%	8,3%
	Por ser uma questão de gosto (saber bem)	12,7%	16,9%	14,3%	2,4%	8,3%	26,7%
	Por fazer parte da tradição e/ou da cultura	5,0%	6,2%	6,0%			16,7%
	Por ser um aperitivo/digestivo	7,4%	6,2%	15,5%	7,1%	3,6%	3,3%
	Para comemorações, convívios e ocasiões especiais	5,0%	10,8%	4,8%	1,2%	1,2%	10,0%
	Por preocupações vitivinícolas nacionais	4,0%	4,6%	8,3%	1,2%	1,2%	5,0%
	Para libertar diferentes sensações	4,5%	3,1%	1,2%	4,8%	3,6%	11,7%
	Pela sua carga simbólica	3,4%		2,4%	1,2%	1,2%	15,0%
	Outros	2,1%			6,0%	3,6%	
	Não sabe	,3%				1,2%	
	Não responde	1,6%	3,1%	2,4%		2,4%	
Atribuição negativa	Pelo malefício à saúde	9,5%	7,7%	11,9%	13,1%	11,9%	
	Por ser uma questão de gosto/prazer (e não de necessidade)	5,8%	7,7%	4,8%	4,8%	8,3%	3,3%
	Por ser de consumo dispensável à vida	15,9%	12,3%	17,9%	14,3%	16,7%	18,3%
	Por ser um aperitivo/digestivo	1,6%	4,6%			3,6%	,0%
	Para comemorações, convívios e ocasiões especiais	5,3%	4,6%	4,8%	7,1%	7,1%	1,7%
	Pela sua carga simbólica	,8%			1,2%		3,3%
	Outros	,8%		1,2%	1,2%		1,7%
	Não sabe	1,3%	1,5%		2,4%	1,2%	1,7%
	Não responde	1,1%	3,1%			1,2%	1,7%
	Não se aplica						

Fonte: CRSV, 2001.

No que concerne à importância do consumo de vinho do Porto, os argumentos pró e contra diferenciam-se mais de casa para casa. Quanto às opiniões positivas, regista-se o peso dos seguintes argumentos: Valente – questão de gosto/saber bem (16,9%), benefício para a saúde (10,8%) e bebida para momentos especiais (10,8%); Túnel – a bebida é um aperitivo/digestivo (15,5%), questão de gosto (14,3%); Jaime – benefício para a saúde (16,7%), é um aperitivo/digestivo (7,1%); Soraya – benefício para a saúde (16,7%), questão de gosto (8,3%); Solar – questão de gosto (26,7%), faz parte da tradição/cultura (16,7%), possui um forte carga simbólica (15%). Neste último estabelecimento regista-se, uma vez mais, o peso de argumentos relacionados com o simbolismo do consumo de vinho do Porto e com factores culturais (que admitimos serem de *habitués* no consumo de vinho do Porto) - Quadro 8.104.

No que toca às opiniões negativas sobre a importância do vinho do Porto, os argumentos são mais coincidentes e transversais a todas as casas: associam-se geralmente à ideia de que se trata de um consumo dispensável e de um consumo que traz alguns malefícios para a saúde, tal como pudemos constatar empiricamente:

> "R - Eu para mim acho que o vinho é capaz de representar o princípio duma violência.
> P - duma violência... porquê?
> R - porque tem uma certa graduação e pode afectar as pessoas. Muitas pessoas andam doentes e é através de estarem a frequentar o vinho, perturba mais a saúde e acabam por vezes por ficar meias traumatizadas". (Frequentador-consumidor 9)

Assim, o consumo vínico, associa-se a determinantes sócio-culturais intensas, como temos vindo e continuaremos a demonstrar. Como se foi percebendo, ressalta daqui uma pluralidade de representações consonantes com conjuntos de disposições, condições sociais de existência, enfim, meios sociais. No dizer de António Teixeira Fernandes, "as representações constituem universos de sentido que definem o mundo existencial das pessoas."[1152]

[1152] António Teixeira Fernandes, "Desigualdades e representações sociais", cit., p. 213.

O consumo vínico assenta em valores e representações favoráveis ao seu uso. A valorização da importância do consumo de vinho corrente será tanto maior quanto mais habitual e mais rotinizado for esse consumo. Nos estabelecimentos em análise, e exceptuando o Solar do Vinho do Porto, são maioritárias as opiniões que realçam a importância do consumo de vinho corrente, algo que não deverá ser alheio à forte presença desta bebida no quotidiano e na estrutura de consumos destes indivíduos (homologia entre posições, disposições, tomadas de posição).

Os valores e representações sociais construídos em torno deste vinho estão intimamente ligados aos processos de socialização, que como já se referiu, se iniciam, as mais das vezes, precocemente. A representação positiva de qualidades do vinho, a interiorização das suas qualidades e dos seus efeitos benéficos para a saúde favorecem e justificam a importância atribuída ao seu consumo.

No que toca ao vinho do Porto, a importância atribuída ao seu consumo desce ligeiramente, provavelmente por se tratar de um vinho de consumo mais ocasional e, portanto, encarado como mais "dispensável". Destacam-se, nestes meandros, os frequentadores do Solar do Vinho do Porto que não só procuram menorizar a importância do consumo de vinho corrente como procuram realçar os aspectos simbólicos e culturais que justificariam o consumo de vinho do Porto, remetendo-o assim para uma prática de valor distintivo.

Podemos, tal como efectuámos anteriormente, continuar com a óptica das homologias traçadas neste percurso empírico: frequentadores com perfis sociais diferenciados, caracterizados por representações sociais diferenciadas frequentam espaços diferenciados.

Integrada nos parâmetros dos saberes socialmente correctos, numa óptica da construção do próprio real construído em termos sociais e simbólicos, transmutada pois em lógicas (re)conhecidamente distintivas, caberia aqui uma

questão quase obrigatória: vinho do Porto como aperitivo ou como digestivo? E neste contexto, quais os usos mais tendenciais face a este vinho?

Pelas respostas obtidas, a esmagadora maioria dos inquiridos, nas casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya, afirma que as pessoas tendem a consumir vinho do Porto como aperitivo (80%, 79,8%, 76,2% e 86,9%, respectivamente), enquanto que no Solar, a maioria dos inquiridos afirma que as pessoas tendem a consumir vinho do Porto como digestivo (70%). Ocorre mesmo lembrar que o vinho do Porto era consumido, inicialmente e pelos ingleses, como digestivo, tendo, posteriormente, vindo a alargar o seu consumo a tempos que antecedem a refeição[1153]. Ressaltam, então, não só representações diferenciadas dos usos deste tipo de vinho, como, muito possivelmente, essas representações estarão articuladas às práticas dos inquiridos, uma vez que, como referimos acima, as representações orientam e sustentam as práticas sociais[1154]. Para tal não serão indiferentes as construções sociais e toda uma gramática comportamental e simbólica que foi sendo interiorizada sedimentada e incorporada por via sociabilizante. Vale a pena não perder de vista as diferentes caracterizações socioprofissionais tendencialmente emergentes em cada espaço. Assim, e uma vez mais, faz todo o sentido atentar nos diferentes "mundos de vida" subjacentes ao nosso universo em estudo, para os quais contribuem as possíveis e diferentes dotações de sentido, por parte dos protagonistas, a uma acção social, seja ela exteriorizada pelo próprio ou pelo outro.

Acrescente-se ainda que, as representações sociais, "enquanto sistemas de interpretação que regem a relação social, organizam e orientam as condutas e as comunicações sociais."[1155] Como corolário, teremos, então, que na realidade o carácter legítimo e/ou distinto de um uso, um consumo, enfim, de uma prática desempenhada desta ou daquela maneira, só o é, na medida em que assim foi construído, imposto simbolicamente e socialmente aceite. Para

[1153] Cf. Capítulo 4.
[1154] Sobre o reflexo das representações nas acções comportamentais e, portanto, nas práticas sociais, ver W. Doise, e al, *Représentations Sociales et analyses de données*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1992; VALA, Jorge, "Representações sociais e percepções intergrupais", *Análise Social,* Vol. XXXII (140), 1997; JODELET, Denise (org.), *Les Représentations Sociales*, Paris, PUF, 1989; VALA, Jorge, "Sobre as representações sociais - para uma epistemologia do senso comum", in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 4, 1986.
[1155] António Teixeira Fernandes, "Desigualdades e representações sociais", cit., p. 213.

finalizar, diríamos que o legítimo ou ilegítimo não são senão designações em "luta simbólica", como diria Pierre Bourdieu.

Posto isto, procedemos a uma comparação que cruza a importância atribuída aos vinhos com o gosto pelos mesmos, a idade em que se começou a gostar de vinhos e a assiduidade na frequência do estabelecimento. Com isto, era pretendido perceber se o construção do gosto, a idade e a assiduidade condicionam o tipo de importância atribuída a estas bebidas.

E como se pode perceber pelo Quadro 8.105, tanto os indivíduos que defendem a importância do consumo de vinho corrente como aqueles que rejeitam essa importância partilham maioritariamente o gosto pela bebida. Este é, assim, transversal aos indivíduos, independentemente do tipo de importância atribuída pelo vinho corrente na vida das pessoas. O Solar constitui a excepção, uma vez que a maioria dos que rejeitam a importância do consumo de vinho não gosta da bebida, provavelmente, porque no âmbito de processos de socialização tenham sedimentado um gosto por vinho de *outra* qualidade, supostamente de gama mais elevada.

Quadro 8.105 - Importância do consumo e gosto por vinho corrente

Casa	Importância do consumo do vinho corrente	Gosto por vinho corrente				
		Não	Sim	Nunca provou	Não responde	Total
Valente	Não	13,3%	86,7%			100,0%
	Sim	7,1%	92,9%			100,0%
	Não tem opinião definida	25,0%	75,0%			100,0%
Túnel	Não	6,9%	93,1%			100,0%
	Sim	2,1%	97,9%			100,0%
	Não tem opinião definida		100,0%			100,0%
Jaime	Não	23,1%	76,9%			100,0%
	Sim	4,1%	95,9%			100,0%
	Não tem opinião definida	11,1%	88,9%			100,0%
Soraya	Não	18,2%	81,8%			100,0%
	Sim	4,0%	96,0%			100,0%
	Não tem opinião definida	8,3%	91,7%			100,0%
Solar	Não	58,3%	41,7%			100,0%
	Sim	27,3%	72,7%			100,0%
	Não tem opinião definida		100,0%			100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

No que respeita ao vinho do Porto, tanto os indivíduos que defendem a sua importância na vida das pessoas como aqueles que a rejeitam, partilham maioritariamente o gosto pela bebida – Quadro 8.106.

Quadro 8.106 - Importância do consumo e gosto por vinho do Porto

Casa	Importância do consumo do vinho do Porto	Gosto por vinho do Porto				
		Não	Sim	Nunca provou	Não responde	Total
Valente	Não	16,7%	83,3%			100,0%
	Sim		100,0%			100,0%
	Não tem opinião definida		100,0%			100,0%
Túnel	Não	18,8%	81,3%			100,0%
	Sim	4,4%	95,6%			100,0%
	Não tem opinião definida	14,3%	85,7%			100,0%
Jaime	Não	5,4%	94,6%			100,0%
	Sim		100,0%			100,0%
	Não tem opinião definida	11,8%	88,2%			100,0%
Soraya	Não	2,4%	97,6%			100,0%
	Sim		100,0%			100,0%
	Não tem opinião definida		100,0%			100,0%
Solar	Não		100,0%			100,0%
	Sim		100,0%			100,0%
	Não tem opinião definida		100,0%			100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

No tocante à relação efectuada entre a importância concedida ao consumo de vinho corrente e a idade em que os inquiridos começaram a gostar da bebida, os resultados obtidos sugerem não existir nenhuma, tal como acontece face ao vinho do Porto. O mesmo se aplica à relação entre a importância dos consumos de vinho corrente e do Porto e a idade de início a esses mesmos consumos, isto é, não parece existir qualquer relação entre a importância concedida aos consumos destes vinhos e a idade em que os inquiridos começaram a gostar da bebida – Anexos 6.5, 6.6, 6.7, 6.8.

Relativamente ao relacionamento respeitante à temporalidade de consumo de vinho corrente, podemos considerar que não sendo muito significativo, aqueles que concedem maior importância ao consumo deste vinho

parecem ser os consumidores mais regulares da bebida, nomeadamente, nas casas Valente, Jaime, Soraya e Solar (os que concedem importância ao consumo de vinho são, na sua esmagadora maioria – cerca de 90% - consumidores diários da bebida; os consumidores diários que rejeitam a importância do vinho ficam pelos 50/60%, excepto no Solar, onde os consumidores diários são em muito menor número) – Quadro 8.107.

No que refere ao vinho do Porto, os resultados também não apontam para grandes diferenças no que respeita ao seu significado. Assim, não sendo muito significativo, aqueles que concedem maior importância a este consumo são também os consumidores mais regulares da bebida; prevalece, contudo, a ideia desta bebida como bebida de "momentos" e de "ocasiões especiais", e tal é válido tanto para os que consideram importante o consumo de vinho do Porto como para os que não lhe atribuem importância – Quadro 8.108 .

Quadro 8.107 - Importância do consumo e temporalidade do consumo de vinho corrente

Casa	Importância do consumo do vinho corrente	Quando consome vinho corrente								
		Diariamente ou quase	Aos fins de semana/ feriados	Em ocasiões especiais	Em férias	Às vezes	Nunca	Outro	Não se aplica	Total
Valente	Não	53,3%	6,7%			13,3%	13,3%		13,3%	100,0%
	Sim	88,1%				4,8%			7,1%	100,0%
	Não tem opinião definida	62,5%				12,5%			25,0%	100,0%
Túnel	Não	86,2%				6,9%			6,9%	100,0%
	Sim	89,6%	2,1%			4,2%	2,1%		2,1%	100,0%
	Não tem opinião definida	100,0%								100,0%
Jaime	Não	61,5%	3,8%	3,8%		7,7%			26,9%	100,0%
	Sim	91,8%	2,0%			4,1%			4,1%	100,0%
	Não tem opinião definida	66,7%				11,1%		11,1%	11,1%	100,0%
Soraya	Não	63,6%	9,1%			9,1%			18,2%	100,0%
	Sim	88,0%	2,0%	2,0%		4,0%			4,0%	100,0%
	Não tem opinião definida	83,3%							16,7%	100,0%
Solar	Não	13,9%	16,7%	5,6%		11,1%			58,3%	100,0%
	Sim	31,8%	9,1%	9,1%		27,3%			27,3%	100,0%
	Não tem opinião definida	50,0%				50,0%				100,0%

Quadro 8.108 - Importância do consumo e temporalidade do consumo de vinho do Porto

Casa	Importância do consumo do vinho do Porto	Quando consome vinho do Porto								
		Diariamente ou quase	Aos fins de semana/feriados	Em ocasiões especiais	Em férias	Às vezes	Nunca	Outro	Não se aplica	Total
Valente	Não	4,2%	20,8%	29,2%		12,5%	20,8%		16,7%	100,0%
	Sim	6,1%	27,3%	39,4%		27,3%	3,0%			100,0%
	Não tem opinião definida		62,5%	12,5%		25,0%				100,0%
Túnel	Não	3,1%	18,8%	31,3%		21,9%	9,4%		18,8%	100,0%
	Sim	24,4%	31,1%	15,6%		22,2%	2,2%		4,4%	100,0%
	Não tem opinião definida	28,6%	42,9%	28,6%					14,3%	100,0%
Jaime	Não		10,8%	35,1%		40,5%	2,7%		10,8%	100,0%
	Sim	23,3%	20,0%	16,7%		30,0%			10,0%	100,0%
	Não tem opinião definida	5,9%	11,8%	29,4%		41,2%		5,9%	11,8%	100,0%
Soraya	Não	12,2%	51,2%	19,5%		12,2%			4,9%	100,0%
	Sim	6,7%	53,3%	16,7%		20,0%			3,3%	100,0%
	Não tem opinião definida		69,2%	15,4%		15,4%				100,0%
Solar	Não	5,3%	15,8%	26,3%		68,4%		5,3%		100,0%
	Sim	10,8%	18,9%	24,3%		29,7%		21,6%		100,0%
	Não tem opinião definida		25,0%	50,0%		25,0%		25,0%		100,0%

Fonte:CRSV,2001.

8.5.1. Motivações para consumos vínicos

Quando questionados sobre os motivos que levam as pessoas a consumir vinho corrente, os inquiridos destacaram claramente a importância do "gosto", sublinhando assim aquilo que podemos designar como motivações "intrínsecas" ao próprio consumo de vinho.

Ora, essas motivações estarão, com toda a certeza, associadas à socialização e à centralidade do vinho no quotidiano – alimentar e não só – dos inquiridos. O "gosto" pelo vinho foi apontado como motivação principal para o consumo por 76,9% dos inquiridos do Valente, 81% dos inquiridos do Túnel, 59,5% dos inquiridos do Jaime, 64,3% dos inquiridos da Soraya e 40% dos inquiridos do Solar. Apenas nesta casa a questão do gosto foi superada por outro motivo primordial – o hábito – motivo também ele associado às questões da socialização e da rotinização dos consumos (43,3% dos inquiridos escolheram esta opção como motivação fundamental para o consumo de vinho corrente). A estas respostas devem juntar-se aquelas que colocam o hábito como primeira motivação para o consumo de vinho corrente e aquelas que referem o hábito como segunda motivação para esse mesmo consumo (um número muito significativo de respostas, no total) – Quadros 8.109 e 8.110. Destaque ainda para os inquiridos que declararam que as pessoas consomem vinho corrente por vício - apontado geralmente como um segundo motivo, a seguir ao gosto ou ao hábito, e transversalizando todos os estabelecimentos - 44,6% no Valente, 37,8% no Túnel, 29,7% no Jaime, 20% na Soraya e 15,3% no Solar – Quadro 8.110. Estas respostas estão, sem dúvida, ligadas a representações mais ou menos alargadas não só sobre este tipo de estabelecimentos como também sobre os seus frequentadores habituais.

Quadro 8.109 – Motivação para o consumo de vinho corrente (1ª opção)

Motivação para o consumo de vinho corrente (1ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Por gosto	65,3%	76,9%	81,0%	59,5%	64,3%	40,0%
Por hábito	20,7%	12,3%	15,5%	19,0%	17,9%	43,3%
Por sede						
Por vício	4,0%	3,1%	2,4%	6,0%	2,4%	6,7%
Para se desinibirem	,5%			1,2%		1,7%
para abrir o apetite	1,3%	4,6%	1,2%	1,2%		
Por motivos de saúde	,5%	1,5%			1,2%	
Por convívio	2,9%			4,8%	4,8%	5,0%
para festejar/celebrar/comemora	,3%			1,2%		
Por ser uma bebida de tradição	2,1%			4,8%	2,4%	3,3%
Por socialização familiar						
Por socialização profissional						
Por insistência de amigos/colegas						
Outro	,8%				3,6%	
Não tem opinião definida	1,6%	1,5%	,0%	2,4%	3,6%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.110 – Motivação para o consumo de vinho corrente (2ª opção)

Motivação para o consumo de vinho corrente (2ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Por gosto						
Por hábito	28,0%	18,5%	35,4%	28,4%	34,3%	20,3%
Por sede	2,9%	3,1%	2,4%			10,2%
Por vício	30,0%	44,6%	37,8%	29,7%	20,0%	15,3%
Para se desinibirem	1,4%		1,2%	1,4%		5,1%
para abrir o apetite	3,7%	7,7%	3,7%	4,1%	2,9%	
Por motivos de saúde	5,7%	10,8%	7,3%	2,7%	5,7%	1,7%
Por convívio	9,4%	4,6%	3,7%	14,9%	14,3%	10,2%
para festejar/celebrar/comemora	4,0%	3,1%		4,1%	5,7%	8,5%
Por ser uma bebida de tradição	4,3%	1,5%	4,9%	2,7%	5,7%	6,8%
Por socialização familiar	2,3%	3,1%	2,4%			6,8%
Por socialização profissional	,9%					5,1%
Por insistência de amigos/colegas	2,3%			1,4%	2,9%	8,5%
Outro	3,4%	1,5%	1,2%	8,1%	4,3%	1,7%
Não tem opinião definida	1,7%	1,5%		2,7%	4,3%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Podendo a convivialidade e os encontros constituir elementos importantes no universo dos momentos e das temporalidades de consumo de

vinho corrente, a verdade é que os inquiridos não apontam o convívio como motivação importante para o consumo de vinho corrente. Esta opção é escolhida de forma residual e como motivação secundária para o consumo deste tipo de vinho. Podemos estar, assim, perante protagonistas sociais que, em termos de representações, dissociam as suas próprias práticas das práticas dos outros, subjazendo às atitudes dos outros o hábito e o vício e às suas o convívio, por exemplo.

No caso do vinho do Porto, é também muito significativo o número dos que apresentam como motivação principal para o consumo desta bebida o "gosto", sobretudo nas casas onde ela mais é consumida (Solar, Jaime e Soraya) – 21,5% de primeiras respostas no Valente, 19% no Túnel, 67,9% no Jaime, 69% na Soraya e 70% no Solar. Nos dois primeiros estabelecimentos, onde o consumo de vinho do Porto é menos regular, ganham destaque os motivos relacionados com o convívio (24,6% e 29,8% de primeiras respostas, respectivamente) e com os festejos e celebrações (36,9% e 29,8% de primeiras respostas, respectivamente), o que entronca directamente nas respostas anteriores acerca da temporalidade do consumo desta bebida nestas e nas outras casas. Como segunda grande motivação para o consumo de vinho do Porto, cresce muito o número de inquiridos que apontam razões "sociais", isto é, relacionadas com o convívio (Jaime, Soraya e Solar), com os festejos e comemorações (Valente, Túnel e Solar) e com o facto de o vinho do Porto constituir uma bebida de "tradição" (todos os estabelecimentos) – Quadros 8.111 e 8.112. Isto significa que, pese embora a existência de um ritual do vinho do Porto ao Domingo na ribeira de Gaia envolto em contexto convivial e sociabilitário, motivo fortemente atractivo nos frequentadores das casas Jaime e Soraya, esse não é, de todo, o motivo mais fortemente apontado sendo suplantado pelo gosto. Assim, é possível que tenha havido uma certa dificuldade em priorizar as duas motivações mais marcantes no que respeita ao consumo do vinho do Porto, por uma (quase) sobreposição: porque se gosta de vinho do Porto convive-se e convive-se porque se gosta de vinho do Porto.

Quadro 8.111 – Motivação para o consumo de vinho do Porto (1ª opção)

Motivação para o consumo de vinho do Porto (1ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Por gosto	49,6%	21,5%	19,0%	67,9%	69,0%	70,0%
Por hábito	4,5%	4,6%		9,5%	6,0%	1,7%
Por vício	1,9%	1,5%		2,4%	3,6%	1,7%
Para se desinibirem	,5%			1,2%		1,7%
para abrir o apetite	7,4%	10,8%	13,1%	1,2%	8,3%	3,3%
Por convívio	15,9%	24,6%	29,8%	8,3%	8,3%	8,3%
para festejar/celebrar/comemora	15,6%	36,9%	29,8%	3,6%	2,4%	8,3%
por etiqueta	,3%					1,7%
Por ser uma bebida de tradição	3,2%		6,0%	3,6%	2,4%	3,3%
Por socialização familiar						
Por socialização profissional						
Por insistência de amigos/colegas						
Para garantirem uma ascensão social						
Outro						
Não tem opinião definida	1,1%		2,4%	2,4%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.112 – Motivação para o consumo de vinho do Porto (2ª opção)

Motivação para o consumo de vinho do Porto (2ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Por gosto						
Por hábito	7,7%			17,8%	18,1%	1,7%
Por vício	4,6%	1,6%		11,0%	9,7%	
Para se desinibirem						
para abrir o apetite	5,2%	4,7%		11,0%	8,3%	1,7%
Por convívio	13,5%	3,1%	3,7%	19,2%	22,2%	20,3%
para festejar/celebrar/comemora	24,1%	32,8%	37,0%	11,0%	11,1%	28,8%
por etiqueta	3,4%	6,3%	2,5%	2,7%	1,4%	5,1%
Por ser uma bebida de tradição	34,1%	48,4%	45,7%	20,5%	23,6%	32,2%
Por socialização familiar	2,9%		7,4%			6,8%
Por socialização profissional	,6%		1,2%			1,7%
Por insistência de amigos/colegas	1,7%	1,6%		1,4%	5,6%	,0%
Para garantirem uma ascensão social	,6%	1,6%				1,7%
Outro	,6%			2,7%		
Não tem opinião definida	1,1%		2,5%	2,7%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

O facto de os inquiridos remeterem a razão fundamental do consumo de vinho para a questão do "gosto" ou do "hábito" reflecte, em grande medida, a ideia de que estamos perante um consumo fortemente inculcado através dos processos de socialização, um consumo que resulta de um "gosto" ou de um "hábito" socialmente construído e que explica a produção e reprodução destes comportamentos. A posições sociais em que o vinho assume um papel importante (alimentação, tradição, afirmação pessoal e integração no grupo, etc.) correspondem disposições favoráveis ao seu consumo e que reafirmam a sua importância e tomadas de posição que materializam essas disposições características de determinadas posições sociais.

No caso do vinho do Porto estão também presentes estas questões, mas ganha destaque, contudo, o conjunto de representações tradicionalmente associadas à bebida enquanto um vinho "fino", bebido em ocasiões especiais, em celebrações, em encontros, etc.

8.5.2. Consumos vínicos em espaços semi-públicos

A maioria dos inquiridos das casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya declararam consumir-se aí vinho corrente de forma moderada (93,8%, 96,4%, 57,1% e 83,3%, respectivamente); o mesmo acontece no caso do vinho do Porto, nas cinco casas (49,2%, 90,5%, 58,3%, 60,7% e 98,3%, respectivamente para as casas Valente, Túnel, Jaime, Soraya e Solar do Vinho do Porto) – Quadros 8.113 e 8.114.

Quadro 8.113 – Consumo moderado de vinho corrente no estabelecimento

Consumo moderado de vinho corrente?	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	5,6%	1,5%		15,5%	8,3%	
Sim	69,0%	93,8%	96,4%	57,1%	83,3%	
Não se vende	15,9%					100,0%
Não tem opinião definida	9,5%	4,6%	3,6%	27,4%	8,3%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.114 – Consumo moderado de vinho do Porto no estabelecimento

Consumo moderado de vinho do Porto?	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	16,4%	32,3%		15,5%	32,1%	1,7%
Sim	70,8%	49,2%	90,5%	58,3%	60,7%	98,3%
Não tem opinião definida	12,7%	18,5%	9,5%	26,2%	7,1%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

No que toca ao nível de consumo de vinho corrente por tipo de estabelecimento, ele é percebido como sendo mais significativo nos tascos/tabernas e nos boteques/botequins. É nestes espaços que aparece um maior número de respondentes que afirmam existir aí um consumo moderado ou mesmo exagerado de vinho corrente. Note-se que o número dos que afirmam que o consumo de vinho corrente é exagerado em boteques/botequins e tascos/tabernas é maior nos espaços que se afastam desta designação e onde o vinho corrente é menos consumido; nos espaços que mais se aproximam desta imagem de tasco ou boteque a representação do nível de consumo é tida como mais moderada – Anexo 6.9 A a E. Estas representações podem traduzir, por um lado, certos preconceitos em relação a espaços assim designados e, por outro, reacções a esses mesmos preconceitos.

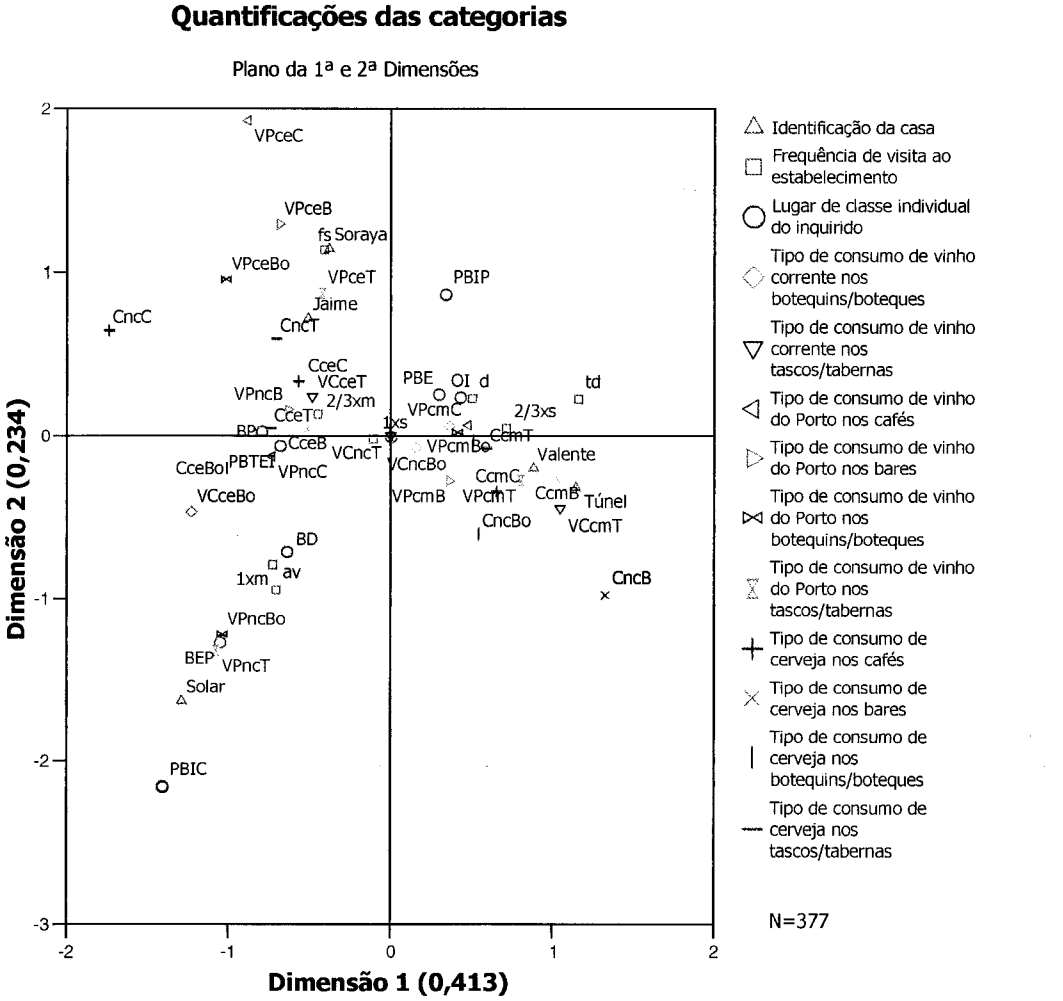
No que respeita ao consumo de vinho do Porto por tipo de estabelecimento, deve destacar-se o elevado número de inquiridos do Solar que declaram ser nulo o consumo de vinho do Porto nos vários estabelecimentos propostos – cafés, bares, botequins/boteques, tascos/tabernas. Possivelmente, estes inquiridos desconhecerão que o vinho do Porto também é regularmente bebido em espaços normalizados como sejam os cafés e tascos, algo que poderá estar ligado com a adopção de uma perspectiva segundo a qual haverá espaços mais apropriados e espaços menos apropriados para este tipo de consumo (ideia representada, por exemplo, pela imagem de que no tasco não bebem vinho do Porto, porque é um vinho fino; bebem vinho corrente e, quiçá, exageradamente).

Em geral, o consumo de vinho do Porto é percebido, pelos inquiridos das cinco casas, como moderado nos diversos tipos de estabelecimentos propostos. Uma parte considerável dos inquiridos do Jaime e da Soraya (78,6% e 67,9%, respectivamente) acreditam que o consumo de vinho do Porto nos tascos/tabernas é exagerado – Anexos 6.10A a E.

Quanto ao consumo de cerveja, é perspectivado, transversalmente a todos os tipos de estabelecimentos, como geralmente moderado – Anexos 6.11 A a E. Mais uma vez, parece perceber-se aqui a ideia de uma penetração crescente da cerveja nos consumos de bebidas. Apraz ressaltar aqui uma nota para o elevado número de inquiridos do Solar que consideram ser exagerado o consumo de cerveja em todos os estabelecimentos propostos, o que poderá indiciar uma tentativa da parte destes indivíduos de transmissão de uma imagem de moderação contra os "excessos" que se cometem em outros espaços mais triviais.

E porque abordámos representações inerentes a consumos de vinho corrente e de vinho do Porto no próprio estabelecimento e nos outros, valeria a pena cruzar estas representações plasmadas no inquérito com dados relativos ao lugar de classe dos inquiridos e grupo etário com dados da frequência dos estabelecimentos – tempo de permanência, assiduidade, antiguidade – Gráfico 8.6

Gráfico 8.6 – Análise de correspondências múltiplas Representações sobre consumos de bebidas, frequência de visita aoestabelecimento, lugar de classe do inquirido



Frequência de visita ao estabelecimento – av -Às vezes; **1xm-**Uma vez por mês; **2/3xm-**Duas a três vezes por mês; **fs -**Fins-de-semana em geral; **2/3xs-** Duas a três vezes por semana; **1xs-**Uma vez por semana; **td-**Todos os dias úteis ou quase; **d -**Diariamente ou quase.
Consumo moderado de vinho corrente no estabelecimento – VCn - Não; **VCs -** Sim; **CVnsv** - Não se vende
Consumo moderado de vinho do Porto no estabelecimento – VPn - Não; **VPs** - Sim; **VPnsv** - Não se vende.
Tipo de Consumo de vinho corrente – Nos Botequins: **VCncBo** - Não se consome; **VCcmBo** - Consome-se moderadamente; **VCceBo** - Consome-se exageradamente. Nos Tascos/Tabernas: **VCncT**-Não se consome; **VCcmT** - Consome-se moderadamente; **VCceT** - Consome-se exageradamente.
Tipo de Consumo de vinho do Porto – Nos Cafés: **VPncC** Não se consome; **VPcmC** - Consome-se moderadamente; **VPceC** -Consome-se exageradamente. Nos Bares: **VPncB** Não se consome; **VPcmB** - Consome-se moderadamente; **VPceB** - Consome-se exageradamente. Nos Botequins: **VPncBo** Não se consome; **VPcmBo** - Consome-se moderadamente; **VPceBo** - Consome-se exageradamente. Nos Tascos Tabernas: **VPncT** Não se consome; **VPcmT** - Consome-se moderadamente; **VPceT** - Consome-se exageradamente.
Tipo de Consumo de Cerveja – Nos Cafés: **CncC -** Não se consome; **CcmC** - Consome-se moderadamente; **CceC** - Consome-se exageradamente. Nos Bares **CncB -** Não se consome; **CcmB** - Consome-se moderadamente; **CceB -** Consome-se exageradamente. Nos Botequins: **CncBo** - Não se consome; **CcmBo**-Consome-se moderadamente; **CceBo** - Consome-se exageradamente. Nos Tascos Tabernas: **CncT** - Não se consome; **CcmT**- Consome-se moderadamente; **CceT**- Consome-se exageradamente.

Analisando as correspondências múltiplas expressas pelo Gráfico 8.6[1156], verificamos que o primeiro eixo é discriminado pelas variáveis identificação da casa, e pelas opiniões acerca do tipo de consumo: de vinho corrente nas tabernas, de vinho do Porto nos tascos e tabernas, de cerveja nos bares, de cerveja nos botequins e boteques e de cerveja nas tabernas.

O segundo eixo é determinado pelas variáveis identificação da casa, frequência de visita ao estabelecimento, lugar de classe individual do inquirido, tipo de consumo de vinho do Porto nos boteques e botequins e tipo de consumo de vinho do Porto nos tascos e tabernas.

No plano negativo da primeira dimensão encontramos o Solar e de forma menos afastada da origem, o Jaime e a Soraya. Aos indivíduos destes estabelecimentos estão associadas as representações de consumo exagerado de vinho corrente nos tascos e tabernas, consumo exagerado ou ausência de consumo de vinho do Porto nos tascos e tabernas e consumo exagerado de cerveja nos bares, boteques e botequins e tascos e tabernas. No plano positivo desta dimensão estão associados indivíduos que frequentam o Túnel e o Valente, e que evidenciam representações de consumo moderado de vinho corrente nos tascos e tabernas, consumo moderado de vinho do Porto nos tascos e tabernas e consumo moderado de cerveja nos bares, boteques e botequins e tascos e tabernas.

A segunda dimensão opõe claramente o Solar ao Jaime e à Soraya. Ao primeiro caso estão associadas visitas ocasionais ao estabelecimento, lugares de classe mais capitalizados e representações de não consumo de vinho do Porto nos boteques e botequins nem nas tabernas e nos tascos. Aos segundos, Jaime e Soraya, estão associadas visitas ao estabelecimento ao fim-de-semana, lugares de classe menos capitalizados e representações de consumo exagerado de vinho do Porto nos botequins e boteques e nas tascas e nas tabernas.

[1156] O Anexo 6.12 apresenta os dados que suportam o Gráfico 8.6 e que permitem a análise qualitativa.

Assim, pela intercepção dos eixos verificamos a existência de três grandes grupos de indivíduos: um dos grupos, constituído por frequentadores do Solar, ocasionais, pertencentes aos lugares de classe mais capitalizados e que manifestam como opinião o não consumo do vinho do Porto nos boteques nem nas tascas, ao mesmo tempo que afirmam que nesses locais se verifica um consumo exagerado de vinho corrente e cerveja; um segundo grupo, constituído pelo Valente e pelo Túnel, aos quais se associam indivíduos pertencentes a lugares de classe mais descapitalizados e com uma frequência de visita ao estabelecimento regular. Estes indivíduos evidenciam representações de consumos moderados de vinho corrente, vinho do Porto e cerveja; um terceiro grupo, constituído por frequentadores do Jaime e da Soraya ao fim-de-semana, cujo lugar de classe mais predominante é PBIP e que manifestam representações de consumo exagerado de vinho do Porto nos boteques e botequins e nos tascos e tabernas.

É, então, decisiva a existência de diferenças na avaliação dos consumos por tipo de estabelecimentos. As avaliações que se fazem de determinado espaço variam de estabelecimento para estabelecimento e estão associadas a perfis sociais de frequentadores diferenciados. As análises que são feitas podem resultar do mero desconhecimento do que se passa noutros lugares nunca frequentados, de objectivos explícitos de distinção e demarcação social (representados, por exemplo pela ideia de que "nas tascas só existem bêbedos" ou "nas tascas não bebem vinho do Porto, bebem zurrapa") ou de objectivos de reacção face às representações comummente veiculadas (do tipo, por exemplo em que se alia a taberna como espaço por excelência de bêbedos).

8.5.3. Atributos vínicos

A maioria das respostas qualifica o vinho corrente com base no facto de ser "saudável", o que vem validar as que foram concedidas anteriormente acerca da importância do consumo desta bebida. Aquela qualificação incide em 67,7% dos inquiridos do Valente, 61,9% dos inquiridos do Túnel, 32,1% dos inquiridos do Jaime e 39,3% dos inquiridos da Soraya. A excepção, em relação

ao epíteto de "saudável", vai para os inquiridos do Solar, que optam por destacar o carácter quotidiano do consumo deste vinho, um vinho "para o dia a dia dado o seu [baixo] preço" – 43,3% de respostas – Quadro 8.115. Esta é, aliás, a segunda resposta mais escolhida como característica principal do vinho corrente nas restantes casas, o que significa que a qualificação do vinho se faz entre, por um lado, a ideia de que se trata de algo benéfico para saúde e, por outro, de que se trata de algo a consumir quotidianamente, até como parte da alimentação. Em relação a isto, destaque-se o número daqueles que, excepto no Solar, afirmaram – como segunda opção – que o vinho corrente "alimenta": 25,4% no Valente, 33,3% no Túnel, 14,6% no Jaime e 19,5% na Soraya. Salientam-se ainda os que, nestas quatro casas, afirmam tratar-se de uma bebida "de pobres" – interiorização do rótulo e ajustamento entre posições e disposições – Quadro 8.116.

Quadro 8.115 – Modo de qualificação do vinho corrente por estabelecimento (1ª opção)

Características do vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
É saudável	43,2%	67,7%	61,9%	32,1%	39,3%	11,7%
Alimenta	6,6%	3,1%	2,4%	13,1%	9,5%	3,3%
Enrijece	1,3%			1,2%	1,2%	5,0%
Aquece	9,0%	6,2%		15,5%	9,5%	15,0%
É um vinho para o dia-a-dia dado o seu preço	26,8%	12,3%	29,8%	26,2%	23,8%	43,3%
É um vinho de fraca qualidade	3,2%	4,6%	2,4%	3,6%	1,2%	5,0%
É uma bebida de pobres	2,9%	4,6%	1,2%	3,6%	3,6%	1,7%
É uma bebida de ricos						
É um fonte de prazer	4,5%		1,2%	2,4%	7,1%	13,3%
Fortalece o espírito	,3%					1,7%
É um néctar dos Deuses	,3%				1,2%	
É uma bebida de tradição	,8%			1,2%	2,4%	
É um vinho de imagem						
É um vinho de qualidade	,3%		1,2%			
Tem uma forte carga simbólica						
Tem um cunho comemorativo						
Tem um cunho ritualista						
Não sabe	,3%	1,5%				
Não responde	,5%			1,2%	1,2%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.116 - Modo de qualificação do vinho corrente por estabelecimento (2ª opção)

Modo de qualificação do vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
É saudável						
Alimenta	19,3%	25,4%	33,3%	14,6%	19,5%	1,7%
Enrijece						
Aquece	3,9%	6,3%		7,3%	3,7%	1,7%
É um vinho para o dia-a-dia dado o seu preço	20,2%	23,8%	30,6%	18,3%	13,4%	15,5%
É um vinho de fraca qualidade	5,3%	3,2%	1,4%	1,2%	3,7%	20,7%
É uma bebida de pobres	19,9%	15,9%	29,2%	22,0%	22,0%	6,9%
É uma bebida de ricos	,6%			1,2%	1,2%	
É um fonte de prazer	6,4%	3,2%	2,8%	8,5%	7,3%	10,3%
Fortalece o espírito	2,0%	4,8%		3,7%	1,2%	
É um néctar dos Deuses	1,1%			2,4%	1,2%	1,7%
É uma bebida de tradição	11,8%	11,1%	2,8%	8,5%	17,1%	20,7%
É um vinho de imagem	,3%			1,2%		
É um vinho de qualidade	3,9%	3,2%		7,3%	7,3%	
Tem uma forte carga simbólica	1,1%			1,2%	1,2%	3,4%
Tem um cunho comemorativo	,8%	1,6%		1,2%		1,7%
Tem um cunho ritualista	2,5%					15,5%
Não sabe	,3%	1,6%				
Não responde	,6%			1,2%	1,2%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quanto às características do vinho do Porto, registe-se o número daqueles que afirmam tratar-se de uma bebida "de tradição", na sequência de respostas anteriores, sobretudo nas casas Valente e Túnel (47,7% das respostas no Valente, 51,2% no Túnel, 19% no Jaime, 21,4% na Soraya e 18,3% no Solar). Nos três estabelecimentos onde mais se consome vinho do Porto cresce o número daqueles que o apontam como fonte de prazer: 31% de respostas no Jaime, 28,6% na Soraya e 40% no Solar. 15,4% dos inquiridos do Valente e 16,7% dos inquiridos do Túnel qualificam-no como uma bebida "de ricos", qualificação residual nas restantes casas e que traduz, certamente, o perfil social diferenciado dos frequentadores das diversas casas – Quadro 8.117. Como segunda opção, reforça-se a perspectiva que associa este vinho à "tradição", destacando-se aqui o Jaime (36,6%) e a Soraya (36,6%), sem descurar, contudo, os valores relativos apresentados pelos inquiridos nas

restantes casas (14,8% de segundas respostas no Valente, 19,5% no Túnel, e 20,3% no Solar) e à "qualidade" (54,1% no Valente, 43,9% no Túnel, 19,5% no Jaime, 29,3% na Soraya e 35,6% no Solar) – Quadro 8. 118. Não deixa de ser curioso o facto de serem os indivíduos das casas onde menos de consome vinho do Porto os que mais valorizam esta perspectiva. Assim, tudo ponderado, admitimos uma espécie de endeusamento do vinho do Porto, proveniente, contudo de pólos diferentes: um deles, que conhece de facto os circuitos representativos, práticos e valorativos do vinho do Porto, estando, por conseguinte, bem integrado nesse contexto; um outro, que apenas o reconhece[1157] como tal. Em ambos, apesar de diferentes, assistimos, a uma espécie de sacralização do vinho do Porto.

Nas casas Valente e Túnel, regista-se o número considerável dos que associam este vinho ao seu "cunho comemorativo"(18% e 32,9%, respectivamente), dados que reforçam as respostas anteriores e a ideia de que o consumo de vinho do Porto nestes locais e por estes indivíduos é menos quotidiano e mais típico de momentos especiais/de celebração; daí a elevada carga valorativa incorporada no (re)conhecimento da tradição (14,8% e 19,5%, respectivamente) e da qualidade deste vinho.

[1157] Sobre a diferença entre conhecimento e reconhecimento ver Pierre Bourdieu, *La Distinction*, cit.

Quadro 8.117 – Modo de qualificação do vinho do Porto por estabelecimento (1ª opção)

Modo de qualificação do vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
É saudável	12,7%	15,4%	4,8%	19,0%	17,9%	5,0%
Alimenta	2,1%			7,1%	2,4%	
Enrijece	,3%			1,2%		
Aquece	3,7%			8,3%	4,8%	5,0%
É um vinho para o dia-a-dia dado o seu preço	,5%			2,4%		
É um vinho de fraca qualidade	,3%				1,2%	
É uma bebida de pobres	,5%			1,2%	1,2%	
É uma bebida de ricos	9,3%	15,4%	16,7%	4,8%	6,0%	3,3%
É uma fonte de prazer	23,9%	10,8%	10,7%	31,0%	28,6%	40,0%
Fortalece o espírito	1,6%				3,6%	5,0%
É um néctar dos Deuses	4,8%		1,2%	3,6%	7,1%	13,3%
É uma bebida de tradição	31,6%	47,7%	51,2%	19,0%	21,4%	18,3%
É um vinho de imagem	,5%	1,5%				1,7%
É um vinho de qualidade	6,1%	9,2%	13,1%		3,6%	5,0%
Tem uma forte carga simbólica	1,6%		2,4%	2,4%		3,3%
Tem um cunho comemorativo	,3%				1,2%	
Tem um cunho ritualista						
Não responde	,3%				1,2%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.118 - Modo de qualificação do vinho do Porto por estabelecimento (2ª opção)

Modo de qualificação do vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
É saudável	,3%	1,6%				
Alimenta	2,5%	3,3%		3,7%	4,9%	
Enrijece						
Aquece	1,4%	1,6%		2,4%	2,4%	
É um vinho para o dia-a-dia dado o seu preço	,5%			2,4%		
É um vinho de fraca qualidade						
É uma bebida de pobres	,5%			1,2%	1,2%	
É uma bebida de ricos	1,1%	3,3%		2,4%	,0%	
É uma fonte de prazer	3,8%			7,3%	4,9%	6,8%
Fortalece o espírito	1,6%	3,3%		1,2%	2,4%	1,7%
É um néctar dos Deuses	4,1%			7,3%	4,9%	8,5%
É uma bebida de tradição	26,5%	14,8%	19,5%	36,6%	36,6%	20,3%
É um vinho de imagem	2,5%		2,4%	4,9%	1,2%	3,4%
É um vinho de qualidade	35,5%	54,1%	43,9%	19,5%	29,3%	35,6%
Tem uma forte carga simbólica	4,1%		1,2%	7,3%	2,4%	10,2%
Tem um cunho comemorativo	13,7%	18,0%	32,9%	3,7%	6,1%	6,8%
Tem um cunho ritualista	1,6%				2,4%	6,8%
Não responde	,3%				1,2%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

No que toca ao vinho corrente, a qualificação faz-se entre, por um lado, a ideia de que se trata de algo benéfico para saúde e, por outro, de que se trata de algo a consumir quotidianamente, até como parte da alimentação. O consumo vínico assenta em valores e representações favoráveis ao seu uso. A representação positiva de qualidades do vinho, a interiorização das suas qualidades e dos seus efeitos benéficos para a saúde favorecem e justificam a importância atribuída ao seu consumo. Destaque ainda para os que, nestas quatro casas, afirmam tratar-se de uma bebida "de pobres" – interiorização do rótulo e ajustamento posições/disposições[1158].

Relativamente ao vinho do Porto, ele aparece associado à "tradição", ao "prazer", à "qualidade" e à "comemoração".

Como se pode constatar, estamos perante tipificações produzidas e interiorizadas pelos indivíduos nas suas rotinas e nos seus desempenhos

[1158] Cf. Pierre Bourdieu, *Razões Práticas. Sobre a Teoria da Acção*, cit., p. 6.

sociais.[1159] Como vimos anteriormente, no capítulo 2, as tipificações objectivam sentidos, representando e interpretando a realidade social. Neste contexto, legítimo se torna considerá-las como classificações sociais.[1160].

8.5.4. Locais para consumos de vinhos

As respostas à questão acerca do local mais adequado para o consumo das duas bebidas em análise poderão ser influenciadas por um desejo de coerência da parte dos inquiridos, que ajustarão a sua opinião às respostas anteriormente fornecidas a propósito dos locais habituais de consumo de vinho corrente e de vinho do Porto (considerando que os locais adequados são os locais onde habitualmente bebem vinho corrente e/ou vinho do Porto).

Quadro 8.119- Locais mais adequados para se consumir vinho corrente

Locais mais adequados para se consumir vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Local de habitação	73,5%	70,8%	94,0%	70,2%	67,9%	60,0%
Casa de familiares	42,2%	33,8%	65,5%	35,7%	36,9%	35,0%
Casa de amigos/colegas	17,8%	1,5%	1,2%	29,8%	23,8%	33,3%
Bares	4,8%	3,1%		3,6%	10,7%	6,7%
Bares de luxo	2,1%			1,2%	3,6%	6,7%
Cafés	2,9%			3,6%	8,3%	1,7%
Tabernas	20,7%	29,2%	9,5%	15,5%	10,7%	48,3%
Tascas	28,9%	38,5%	8,3%	36,9%	21,4%	46,7%
Casas de pasto	20,2%	15,4%	8,3%	26,2%	16,7%	38,3%
Botequim/boteque	5,0%			3,6%	4,8%	20,0%
Restaurantes	36,6%	12,3%	27,4%	42,9%	42,9%	58,3%
Clubes	2,1%		1,2%		2,4%	8,3%
Nenhum	1,6%	1,5%	1,2%	1,2%		5,0%
Não tem opinião definida	2,4%	4,6%	3,6%		2,4%	1,7%
Não responde						

Fonte: CRSV, 2001.

[1159] Cf. Peter Berger e Thomas Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, cit., pp. 42 e seguintes.
[1160] Este conceito remete de novo para Pierre Bourdieu. Como se pode perceber, os conceitos tocam-se, senão mesmo recobrem-se mutuamente. Assim, tipificações e classificações são representações, isto é, formas de apreender a realidade social, que deste modo, vai sendo construída socialmente.

No que toca ao consumo de vinho corrente, o espaço doméstico domina as respostas relativas ao local adequado para o seu consumo; o "local de habitação" é apontado por 70,8% dos inquiridos do Valente, 94% dos inquiridos do Túnel, 70,2% dos inquiridos do Jaime, 67,9% dos inquiridos da Soraya e 60% dos inquiridos do Solar, o que reflectirá o peso deste consumo na alimentação diária – Quadro 8.119. Sublinhe-se o número significativo de inquiridos que no Valente, no Jaime e no Solar afirmam serem as tabernas/tascas/casas de pasto os locais mais adequados para o consumo de vinho corrente; as razões para o elevado número de respostas deste tipo serão, porém, diferentes conforme a casa em análise: enquanto no Valente e no Jaime estaremos perante a constatação de uma realidade familiar e quotidianamente vivida – e até perante um esforço de valorização destes espaços, lugares de consumo do "bom vinho" –, no Solar estas respostas estarão associadas essencialmente à desvalorização deste tipo de estabelecimentos – as tascas são os lugares adequados para se beber um vinho de pior qualidade (uma "zurrapa"), representação que certamente não estará desligada de uma certa imagem mitificada destes estabelecimentos (difundida sobretudo entre quem menos os frequentam) e aos desempenhos neles protagonizados.

Realçam-se também os inquiridos que consideram serem os restaurantes os locais mais adequados para o consumo de vinho corrente (uma vez mais, o peso do vinho nas práticas alimentares é realçado): 12,3% no Valente, 27,4% no Túnel, 42,9% no Jaime; 42,9% na Soraya, 58,3% no Solar. Nestes últimos três estabelecimentos, o número de respostas nesta opção cresce, o que poderá indiciar uma maior frequência de restaurantes pelos inquiridos destas três casas e, simultaneamente, um menor consumo quotidiano de vinho corrente. De referir ainda o número significativo de inquiridos que, nestas mesmas três casas, responderam ser a casa de amigos/familiares o local mais adequado para o consumo de vinho corrente; uma vez mais, poderemos estar perante inquiridos que consomem esta bebida de forma menos regular e que a associam mais a momentos de encontro, a refeições de família, etc. O vinho fará parte dos seus consumos, mas, por exemplo, não acompanhará todas refeições, a não ser que estas se realizem fora de casa, com outras pessoas, transmutando-se, nestes casos, em bebida social.

No que concerne aos locais adequados ao consumo de vinho do Porto, as respostas – com excepção das fornecidas pelos inquiridos do Solar – parecem indiciar uma maior domesticidade deste consumo. A esmagadora maioria dos inquiridos das casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya apontam para o local de habitação 67,7%, 75%, 69% e 53,6%, respectivamente), a casa de familiares (47,7%, 52,4%, 39,3% e 33,3%, respectivamente) e a casa de amigos/colegas (3,1%, 1,2%, 33,3% e 28,6%, respectivamente) no que respeita aos locais mais adequados ao consumo de vinho do Porto. No Solar, além do grande número de respostas que apontam para o consumo de vinho do Porto em espaços domésticos (63,3% no local de habitação, 50% em casas de familiares, 51,7% em casa de amigos/colegas), há um número muito significativo de respostas que apontam para um consumo não doméstico da bebida, antes, ligado à estrutura de lazeres e sociabilidades: 25% dos inquiridos afirmaram serem os bares os locais mais adequados ao consumo de vinho do Porto, 60% referiram os bares de luxo, 36,7% referiram os clubes (o que se articula uma vez mais à "distinção"), 33,3% mencionaram os restaurantes. Nas restantes quatro casas, as respostas que apontam para consumos não domésticos do vinho do Porto citam geralmente as tabernas, tascas e casas de pasto como locais adequados para este consumo – Quadro 8.120.

Quadro 8.120 - Locais mais adequados para se consumir vinho do Porto

Locais mais adequados para se consumir vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Local de habitação	65,8%	67,7%	75,0%	69,0%	53,6%	63,3%
Casa de familiares	44,0%	47,7%	52,4%	39,3%	33,3%	50,0%
Casa de amigos/colegas	22,8%	3,1%	1,2%	33,3%	28,6%	51,7%
Bares	11,4%	3,1%		8,3%	22,6%	25,0%
Bares de luxo	19,6%	1,5%	1,2%	25,0%	17,9%	60,0%
Cafés	7,2%	4,6%	2,4%	4,8%	17,9%	5,0%
Tabernas	20,7%	20,0%	17,9%	29,8%	22,6%	10,0%
Tascas	15,6%	27,7%	20,2%	14,3%	8,3%	8,3%
Casas de pasto	8,0%	7,7%	10,7%	7,1%	7,1%	6,7%
Botequim/boteque	2,4%	1,5%		1,2%	2,4%	8,3%
Restaurantes	13,3%	6,2%	8,3%	14,3%	8,3%	33,3%
Clubes	9,5%	3,1%	4,8%	4,8%	4,8%	36,7%
Nenhum	1,3%	1,5%	2,4%	1,2%		1,7%
Não tem opinião definida	3,2%	6,2%	6,0%	1,2%	2,4%	
Não responde						

Fonte: CRSV, 2001.

Pelos resultados recolhidos, regista-se uma forte domesticidade no que se refere à representação da melhor adequação do espaço ao consumo de vinho corrente, algo que não será alheio à importância desta bebida na alimentação quotidiana dos inquiridos, como já fomos constatando. As respostas obtidas, no entanto, parecem caminhar no sentido oposto à hipótese de uma preferência dos consumidores de vinho pelo consumo em espaço semi-público. Ora, pelo conhecimento já extraído desta temática, sabemos que há uma dissonância entre representações do espaço mais adequado ao consumo e espaço (semi-público[1161] ou privado) onde se gosta mais de consumir e preferencialmente se consome[1162].

O mesmo acontece com o vinho do Porto, embora aqui os motivos sejam provavelmente diferentes: a casa aparece como o local mais adequado para o consumo de vinho do Porto, mas este consumo integra-se preferencialmente em encontros e ocasiões especiais (celebrações, festas familiares, etc.) e não propriamente na alimentação quotidiana. Salientam-se ainda os inquiridos do

[1161] No inquérito tratámos estes espaços como espaços públicos; aqui, porém, tratamo-los como espaços semi-públicos. A divergência terminológica tem a ver com o tipo de inquiridos sobre o qual recaiu a aplicação do inquérito que, longe dos detalhes académicos, denominam estes espaços como sendo públicos, afinal, terminologia de senso comum.

[1162] Sobre a ruptura entre espaço doméstico e espaço exterior [público/semi-público], e sua articulação com práticas sociais exteriorizadas pelos agentes sociais ver Catherine Paradeise, "Sociabilité et culture de classe", cit., p. 597.

Solar do Vinho do Porto que, para além da referência ao consumo doméstico, apontam significativamente para um consumo não doméstico da bebida, ligado à sua estrutura de lazeres e sociabilidades.

Estas respostas levam-nos a aceitar a ideia de que estas duas bebidas são alvo de apropriações diferenciadas consoante os contextos e os momentos: a questão da convivialidade nem sempre está presente, sobretudo quando o que está em causa são consumos regulares, quotidianos e ligados à alimentação de rotina. Há momentos em que se bebe vinho como mote para encontros e sociabilidades; há momentos em que se bebe vinho com outros objectivos mais correntes. E, consequentemente, o desempenho a ele articulado adequa-se ao tipo de apropriação vivida.

Em síntese, podemos considerar que nas casas Valente, Túnel e Jaime o consumo doméstico é predominante, com algum consumo adequado em espaços públicos ou semi-públicos "típicos" - tabernas, tascas, casas de pasto; na casa Soraya o consumo doméstico predomina também, mas com abertura a espaços públicos ou semi-públicos (tabernas, tascas, casas de pasto, mas também bares, bares de luxo, cafés) enquanto locais mais adequados ao consumo; no Solar, as representações a este nível remetem quer para o consumo doméstico quer para o consumo em espaços semi-públicos, nomeadamente em espaços "distintos" - bares, bares de luxo, clubes – e restaurantes.

Quadro 8.121– Locais mais adequados ao consumo do vinho corrente (1ª opção)

Local mais adequado ao consumo de vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Local de habitação	64,1%	68,9%	92,5%	57,8%	61,0%	32,1%
Em casa de familiares	3,0%			4,8%	6,1%	3,6%
Em casa de amigos/colegas	1,7%			4,8%	1,2%	1,8%
Bares	1,4%	3,3%		2,4%	1,2%	
Cafés	,8%				3,7%	
Tabernas	7,7%	13,1%	1,3%	8,4%	4,9%	14,3%
Tascos/tasquinhas	6,6%	9,8%	1,3%	9,6%	4,9%	8,9%
Casa de pasto	3,0%	3,3%	1,3%	4,8%	1,2%	5,4%
Botequim/boteque						
Restaurantes	10,8%	1,6%	3,8%	7,2%	14,6%	30,4%
Clubes	,3%				1,2%	
Não tem opinião definida	,6%					3,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

No que se refere à hierarquização dos locais adequados ao consumo de vinho corrente, regista-se um supremacia clara do espaço doméstico nas casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya; no Solar, menos, o que, segundo tudo indica, valida o referido anteriormente ("local de habitação" com 68,9% das respostas no Valente, 92,5% no Túnel, 57,8% no Jaime, 61% na Soraya e 32,1% no Solar). Ainda neste contexto destaca-se o número considerável de inquiridos que seleccionaram como primeira opção de resposta as "tabernas", as "tascas" ou as "casas de pasto" (um número considerável se agruparmos as três opções de resposta) – Quadro 8.121. Quanto às segundas opções, elas validam, no essencial, as respostas anteriores, crescendo o número dos que referem a casa de familiares, as tascas/tabernas/casas de pasto e os restaurantes – Anexo 6.13.

Quadro 8.122 - Locais mais adequados ao consumo do vinho do Porto (1ª opção)

Local mais adequado ao consumo de vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Local de habitação	55,0%	61,7%	76,6%	56,1%	45,1%	32,2%
Em casa de familiares	4,7%	1,7%	1,3%	6,1%	7,3%	6,8%
Em casa de amigos/colegas	5,8%	1,7%		6,1%	4,9%	18,6%
Bares	5,0%	3,3%		3,7%	11,0%	6,8%
Bares de luxo	6,1%			6,1%	4,9%	22,0%
Cafés	3,3%	1,7%	1,3%		12,2%	
Tabernas	7,5%	10,0%	10,4%	9,8%	6,1%	
Tascos/tasquinhas	5,8%	16,7%	6,5%	4,9%	2,4%	
Casa de pasto	1,9%		3,9%	3,7%	1,2%	
Botequim/boteque	,6%	1,7%			1,2%	
Restaurantes	2,8%	1,7%		3,7%	2,4%	6,8%
Clubes	,8%				1,2%	3,4%
Não tem opinião definida	,6%					3,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quanto à hierarquização dos locais de consumo de vinho do Porto, os inquiridos das casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya apontam claramente o espaço doméstico (local de habitação) como primeira opção de resposta: 61,7% dos inquiridos no Valente, 76,6% no Túnel, 56,1% no Jaime, 45,1% na Soraya. Nestas casas, as tascas, as tabernas e as casas de pasto apresentam também, se agregadas, um número considerável de primeiras respostas. No caso do Solar, um terço dos inquiridos refere o local de habitação como primeira resposta, mas há igualmente um número considerável de primeiras respostas que apontam para o espaço semi-público - 22% dos inquiridos referem os bares de luxo – aparecendo, assim, o vinho do Porto associado às sociabilidades e à frequência de espaços "distintos" – Quadro 8.122. As segundas respostas vão ao encontro das primeiras, repetindo um pouco o que acontecia no caso do vinho corrente. Registe-se, no Solar, os 22,8% de inquiridos que apontaram os bares de luxo como segunda resposta, o que reforça o que acabámos de afirmar para esta casa - Anexo 6.14.

8.5.5. Atractibilidades tabernais

Nesta vertente, mostrou-se pertinente, questionar as representações dos inquiridos sobre os motivos que mais capacidade têm de atrair clientela às tabernas. Subjacente a esta temática está a tentativa de dissociar motivos que, no quotidiano e não raro, se apresentam associados enquanto forte pendor de atracção a esses espaços.

O maior número de respostas vai, nas casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya, para a questão do "gosto". O "gosto" de frequentar este tipo de espaços é o motivo que, segundo os inquiridos, mais contribui para a atracção de clientes às tabernas (43,1% de respostas no Valente, 54,8% no Túnel, 33,3% no Jaime, 40,5% na Soraya). A opção por esta resposta deve estar articulada à importância dos processos de socialização e ao modo como estes criaram e recriaram o "gosto" e a predisposição para a frequência deste tipo de estabelecimentos. A estas respostas devem, de resto, ser acrescentadas aquelas que falam em "hábitos herdados na família" (note-se que o "gosto" não deixa de ser um "hábito" herdado na família).

A estrutura de respostas encontrada nas quatro casas acima referidas "colide" com as respostas obtidas no Solar, onde a maioria dos inquiridos afirmam ser o "vício da bebida" o principal motivo de atracção de clientes às tabernas, algo que certamente não deixará de estar ligado à própria composição social dos seus frequentadores, diferente da dos frequentadores-consumidores das outras casas. O número assinalável de inquiridos que optaram por esta resposta reflecte a incorporação de um conjunto de pré-noções acerca destes espaços, entre as quais se destacam algumas imagens negativas e pejorativas acerca dos frequentadores de tabernas (enquanto lugares de "vício" e de "excessos", de "bêbedos" e "boémios"). É também a associação quase automática deste tipo de estabelecimentos às classes populares que induzirá o número considerável de respostas de inquiridos do Solar ao afirmarem que o principal motivo de atracção de clientes às tabernas é a prática de preços mais económicos (espaços eleitos pelo e para o "povo") – Quadros 8.123 e 8.124.

Quadro 8.123 – Motivação apontada para a atracção de clientes às tabernas, boteques e botequins (1ª opção)

Motivo de atracção de clientes às tabernas (1ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
O gosto	37,1%	43,1%	54,8%	33,3%	40,5%	6,7%
O vício da bebida	17,2%	7,7%	8,3%	22,6%	10,7%	41,7%
Hábitos herdados na família	4,8%	7,7%	3,6%	6,0%	1,2%	6,7%
Preços mais económicos	10,1%	10,8%	8,3%	9,5%	2,4%	23,3%
A procura do convívio	26,5%	27,7%	23,8%	23,8%	40,5%	13,3%
A fuga à solidão	3,7%	3,1%	1,2%	4,8%	3,6%	6,7%
Não responde	,5%				1,2%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8. 124 – Motivação apontada para a atracção de clientes às tabernas, boteques e botequins (2ª opção)

Motivo de atracção de clientes às tabernas (2ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
O gosto	22,0%	29,2%	20,2%	29,8%	20,2%	8,3%
O vício da bebida	15,9%	7,7%	7,1%	19,0%	23,8%	21,7%
Hábitos herdados na família	7,7%	12,3%	13,1%	3,6%	3,6%	6,7%
Preços mais económicos	12,5%	3,1%	19,0%	8,3%	6,0%	28,3%
A procura do convívio	32,1%	41,5%	32,1%	33,3%	29,8%	23,3%
A fuga à solidão	9,0%	6,2%	8,3%	6,0%	14,3%	10,0%
Não responde	,8%				2,4%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

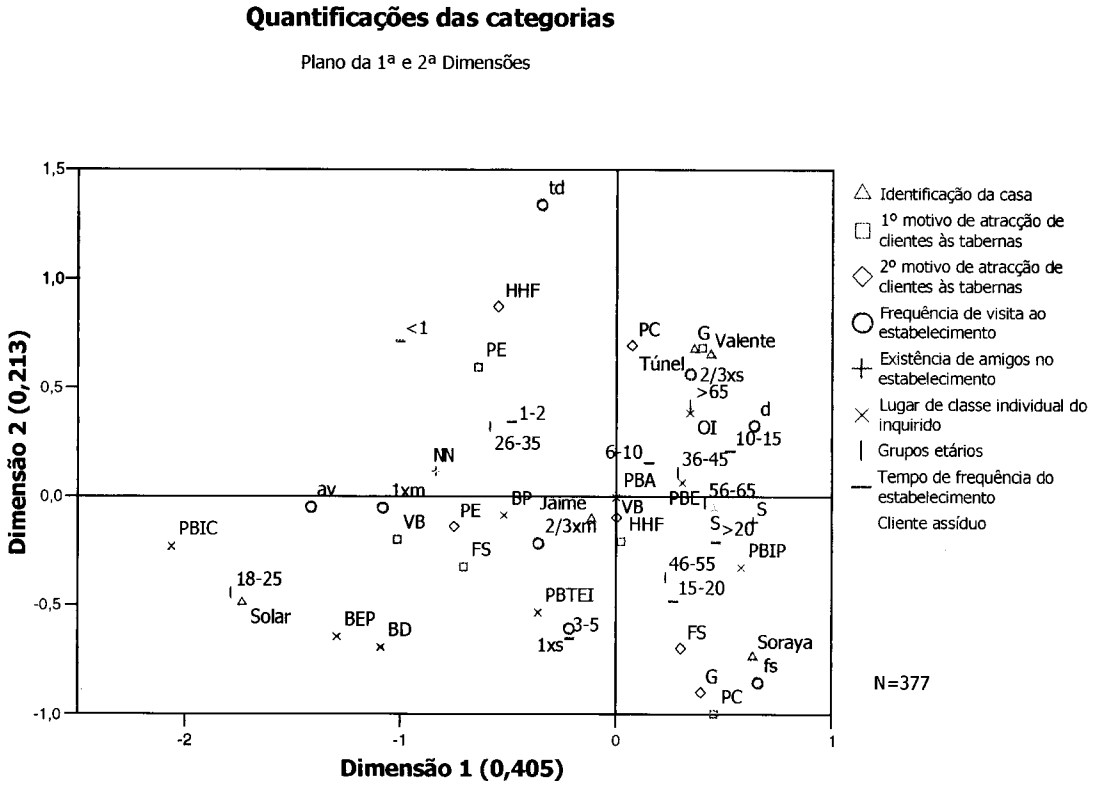
Sublinha-se, ainda, o número de inquiridos que, no Valente, no Túnel, no Jaime e na Soraya, afirmaram ser a "procura de convívio" o principal motivo de atracção de clientes às tabernas: 27,7% no Valente, 23,8% no Túnel, 23,8% no Jaime, 40,5% na Soraya – quadro 8.123. Estes valores podem traduzir a importância que as sociabilidades e a convivialidade têm nestes espaços, mas também podem reflectir uma certa imagem das tabernas que nem sempre encontra correspondência fiel na realidade.

As segundas respostas validam, no essencial, as primeiras respostas – Quadro 8.124.

Valeria a pena, de seguida, cruzar estas respostas com os dados básicos da caracterização socioprofissional, a frequência com que aparece e com o facto de ter ou não amigos no estabelecimento - é o que expressa o Gráfico 8.7[1163].

[1163] O Anexo 6.15 apresenta os dados que suportam o Gráfico 8.7 e que permitem a análise qualitativa.

Gráfico 8.7 – Análise de correspondências múltiplas
Motivos de atracção de clientes às tabernas, frequência de visita ao estabelecimento, existência de amigos, lugar de classe do inquirido, grupos etários



Motivos de atracção de clientes às tabernas – **G-**O gosto; **VB-**O vício da bebida; **HHF -** Hábitos herdados na família; **PE -** Preços mais económicos; **PC-**A procura do convívio; **FS-**A fuga à solidão.
Frequência de visita ao estabelecimento – av -Às vezes; **1xm-**Uma vez por mês; **2/3xm-**Duas a três vezes por mês; **fs** - Fins-de-semana em geral; **2/3xs-** Duas a três vezes por semana; **1xs-**Uma vez por semana; **td** -Todos os dias úteis ou quase; **d** - Diariamente ou quase.
Existência de Amigos no estabelecimento - N–Não; **S** -Sim.
Tempo de frequência do estabelecimento - <1-Menos de 1 ano; **1-2-**1 a 2 anos; **3-5-**3 a 5 anos; **6-10-**6 a 10 anos; **10-15-**10 a 15 anos; **15-20-**15 a 20 anos;>20-Mais de 20 anos.
Cliente assíduo – N–Não; **S** -Sim.

Nesta análise de correspondências, a primeira dimensão é discriminada pela identificação da casa, a frequência de visita ao estabelecimento, a existência de amigos no estabelecimento e o lugar de classe do inquirido; com menor pendor discriminante regista-se o primeiro motivo de atracção de clientes às tabernas e afins. A segunda dimensão é diferenciada pela identificação da casa, pelos motivos de atracção de clientes às tabernas, e pela frequência de visita ao estabelecimento.

No plano negativo da primeira dimensão, isto é, à esquerda do plano, situa-se o Solar, associado a clientes pertencentes às Burguesias e às franjas mais capitalizadas da Pequena Burguesia, com uma frequência ocasional, e sem amigos no estabelecimento. Esses indivíduos associam as suas representações sobre motivos de atracção às tabernas ao vício da bebida, à fuga à solidão e aos preços mais económicos. No plano positivo encontra-se o Valente, o Túnel e a Soraya associados a indivíduos pertencentes a lugares de classe mais descapitalizadas, com maior frequência do estabelecimento e com a presença de amigos. Esses indivíduos associam as suas representações sobre motivos de atracção às tabernas e afins ao gosto e à procura do convívio. O Jaime, uma vez mais é indiferenciado.

No plano inferior da segunda dimensão encontra-se a Soraya, associada à indicação da procura do convívio como primeiro motivo de atracção dos clientes às tabernas, por oposição ao Túnel e Valente, no plano superior, cujos clientes referem o gosto e os preços económicos como primeiro motivo de atracção dos clientes às tabernas.

Pode-se concluir que os motivos para a atracção de clientes às tabernas são explicitados, geralmente, em termos de "gosto" ou do "hábito" fortemente enraizado no quotidiano dos frequentadores deste tipo de estabelecimento. Este ponto de vista remete-nos, uma vez mais, para a importância da socialização na construção dos gostos e na estruturação dos consumos e práticas sociais dos indivíduos e grupos. A escolha dos espaços frequentados depende de um conjunto de representações sociais construídas via socialização[1164]. Destaca-se, em sentido oposto, o Solar do Vinho do Porto,

[1164] Tem vindo a adquirir contornos centrais, neste estudo, a importância da vertente socializante no agir social vínico.

onde a maioria dos inquiridos afirmam ser o "vício da bebida" o principal motivo de atracção de clientes às tabernas, algo que, do nosso ponto de vista, não deixará de estar ligado à própria composição social dos seus clientes e à incorporação de um conjunto de pré-noções acerca destes espaços. A procura de convívio é também um factor assinalável de atracção de clientes às tabernas.

8.5.6. Espaços vínicos preferenciais

A ideia dos inquiridos sobre a preferência que as pessoas em geral têm de espaços semi-públicos ou privados para o consumo de vinhos, reparte-se bastante entre as duas opções. Ainda assim, os inquiridos das cinco casas em análise afirmam maioritariamente que as pessoas preferem consumir vinho corrente em espaços públicos – Quadro 8.125 -, o que não deixa de entrar em contradição com as respostas acerca dos locais mais "adequados" para esse consumo, respostas essas que se orientavam mais para os espaços privados/domésticos, como vimos. O que poderá estar em causa aqui é um desfasamento entre práticas e representações, ou seja, entre as práticas do próprio e as representações que o próprio tem das práticas dos outros[1165].

A predisposição ou disposição de facto para a acção, seja ela qual for, não é outra coisa senão uma consequência do processo de aprendizagem social circunscrito no processo de (re)socialização. Porém, não se perca de vista o traço específico dos mundos de vida de onde emerge uma pluralidade de competências e saberes, transmitidos e consolidados, por via de inculcações sociais, e tornados, eles próprios, *a* realidade social. Os capítulos 1 e 2, comandando esta investigação em termos teóricos, são pilares basilares para o enquadramento da recolha empírica de informação sistematizada neste capítulo.

[1165] Esta situação pode ser ilustrada com a seguinte imagem: "o inquirido consome vinho preferencialmente em espaços privados – e até considera que são esses os locais mais adequados para o fazer –, mas pensa que, em geral, as pessoas preferem o consumo em espaços públicos, pelos seus traços de convivialidade, etc.".

Quadro 8.125 – Espaços preferidos para consumo de vinho corrente

Espaços preferidos para consumo de vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Espaços públicos	56,2%	46,2%	53,6%	56,0%	65,5%	58,3%
Espaços privados	32,9%	44,6%	36,9%	32,1%	19,0%	35,0%
Não sabe	10,9%	9,2%	9,5%	11,9%	15,5%	6,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.126 – Espaços preferidos para consumo de vinho do Porto

Espaços preferidos para consumo de vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Espaços públicos	52,3%	46,2%	53,6%	53,6%	67,9%	33,3%
Espaços privados	37,4%	44,6%	36,9%	34,5%	15,5%	65,0%
Não sabe	10,3%	9,2%	9,5%	11,9%	16,7%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

O mesmo acontece no caso do vinho do Porto, aqui com a diferença de, no Solar, dois terços dos inquiridos afirmarem que as pessoas preferem o consumo desta bebida em espaços privados – Quadro 8.126.

Há uma contradição aparente entre as respostas dos inquiridos relativas aos locais mais adequados ao consumo de vinho corrente e de vinho do Porto e as respostas relativas aos locais tidos como preferenciais para esse consumo. Neste caso, as respostas inclinam-se mais para o consumo público das duas bebidas, o que vai de encontro à hipótese anteriormente levantada, e respeitante à preferência que os frequentadores manifestam face ao espaço semi-público para consumos vínicos. A descoincidência entre práticas e representações a que aludimos pode explicar esta situação.

Quanto aos motivos[1166] que justificam a preferência pelo consumo de vinho corrente em espaços públicos, os inquiridos que optaram por esta resposta justificam-na maioritariamente com base nas ideias de "convívio" e de "amizade/confraternização" associadas a este consumo (convívio: 27,7% no Valente, 11,9% no Túnel, 34,5% no Jaime, 40,5% na Soraya, 18,3% no Solar; amizade/confraternização: 12,3% no Valente, 16,7% no Túnel, 15,5% no Jaime, 13,1% na Soraya, 13,3% no Solar). Os mesmos motivos são apontados no caso do vinho do Porto para as quatro primeiras casas: convívio: 26,2% no Valente, 18,5% no Túnel, 32,1% no Jaime, 39,3% na Soraya; amizade/confraternização: 13,8% no Valente, 120,2% no Túnel, 14,3% no Jaime, 15,5% na Soraya. No que toca ao Solar do Vinho do Porto, não só são minoritários aqueles que afirmam que as pessoas preferem o consumo de vinho do Porto em espaços públicos, como são também diferentes as justificações apontados pelos que optam pelos espaços públicos como espaços preferenciais de consumo desta bebida: 20% justificam essa posição com o facto de o consumo de vinho do Porto constituir um acto socialmente valorizado, o que reflecte a busca de distinção a ele associado, senão mesmo a sua legitimação social – Quadros 8.127 e 8.128.

[1166] Os motivos de preferência por espaço semi-público ou privado para consumo dos vinhos aqui em estudo, foram categorizados, recorrendo-se à análise de conteúdo das respostas, uma vez que a pergunta que está na sua base é uma pergunta aberta.

Quadro 8.127 – Razão para a preferência de consumo de vinho corrente em espaços públicos

Razão para a preferência de consumo de vinho corrente em espaços públicos	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Pelo convívio	27,1%	27,7%	11,9%	34,5%	40,5%	18,3%
por uma questão de amizades e de confraternização	14,3%	12,3%	16,7%	15,5%	13,1%	13,3%
Pelo facto de se estar mais à vontade	2,4%	3,1%		3,6%	3,6%	1,7%
Pela facilidade de aquisição e/ou oferta do vinho	4,8%	3,1%	7,1%			16,7%
Para libertar diferentes sensações	1,9%		1,2%	2,4%	2,4%	3,3%
Por ser um acto socialmente valorizado	6,1%	3,1%	8,3%	3,6%	8,3%	6,7%
Por hábito e tradição	4,0%	1,5%	3,6%	6,0%	1,2%	8,3%
Para acompanhar petiscos/refeições	1,6%		1,2%			8,3%
Por uma questão de gosto (sabe melhor fora de casa)	2,9%	3,1%	7,1%	1,2%	1,2%	1,7%
Outros	1,6%		2,4%	1,2%	2,4%	1,7%
Não sabe	1,3%		2,4%	1,2%	1,2%	1,7%
Não responde						
Não se aplica						

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.128 – Razão para a preferência de consumo de vinho do Porto em espaços públicos

Razão para a preferência de consumo de vinho do Porto em espaços públicos	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Pelo convívio	24,9%	26,2%	15,5%	32,1%	39,3%	6,7%
por uma questão de amizades e de confraternização	14,9%	13,8%	20,2%	14,3%	15,5%	8,3%
Pelo facto de se estar mais à vontade	2,1%	3,1%		3,6%	3,6%	,0%
Pela facilidade de aquisição e/ou oferta do vinho	2,1%	3,1%	6,0%			1,7%
Para libertar diferentes sensações	2,1%		2,4%	2,4%	3,6%	1,7%
Por ser um acto socialmente valorizado	7,7%	3,1%	8,3%	2,4%	7,1%	20,0%
Por hábito e tradição	3,2%		3,6%	6,0%	3,6%	1,7%
Para acompanhar petiscos/refeições	,3%		1,2%			
Por uma questão de gosto (sabe melhor fora de casa)	2,7%	3,1%	6,0%	1,2%	1,2%	1,7%
Outros	2,1%	1,5%	2,4%	1,2%	3,6%	1,7%
Não sabe	,8%		1,2%	1,2%	1,2%	
Não responde						
Não se aplica						

Fonte: CRSV, 2001.

O carácter preferencial do consumo de vinho corrente em espaços privados é justificado pela "preservação" e "à vontade" que um consumo assim realizado proporciona, motivos igualmente invocados pelos que afirmam ser preferível o consumo privado de vinho do Porto, com excepção dos inquiridos do Solar, que preferem justificar a preferência pelo consumo público do vinho do Porto como sendo "um acto socialmente valorizado" e o privado com base nas ideias de "cumplicidade/intimidade"; estamos perante um tipo de representações que aponta para a ideia de sociabilidades próximas, isto é, para a ideia do vinho do Porto como bebida "íntima" (36,7%) e de que se trata de um vinho para "comemorações e ocasiões especiais" (13,3%) - Quadros 8.129 e 8.130.

Quadro 8.129 – Razão para a preferência de consumo de vinho corrente em espaços privados

Razão para a preferência de consumo de vinho corrente em espaços privados	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Para se preservarem	14,1%	24,6%	14,3%	14,3%	3,6%	16,7%
Pelo facto de se estar mais à vontade	9,0%	6,2%	10,7%	7,1%	11,9%	8,3%
Para acompanhar as refeições	4,2%	7,7%	8,3%		2,4%	3,3%
Por uma questão de preço	2,4%		1,2%	1,2%		11,7%
Outros	3,7%	7,7%	2,4%	6,0%	1,2%	1,7%
Não sabe	2,4%		2,4%	4,8%		5,0%
Não responde	,3%					1,7%
Não se aplica						

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.130 - Razão para a preferência de consumo de vinho do Porto em espaços privados

Razão para a preferência de consumo de vinho do Porto em espaços privados	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Para se preservarem	11,9%	20,0%	15,5%	14,3%	4,8%	5,0%
Pelo facto de se estar mais à vontade	8,8%	7,7%	10,7%	7,1%	10,7%	6,7%
Para acompanhar as refeições	1,6%	3,1%	4,8%			
Por uma questão de preço	1,9%		2,4%	1,2%		6,7%
Por uma questão de cumplicidade/intimidade	6,9%	1,5%	1,2%	2,4%		36,7%
Para comemorações e ocasiões especiais	4,2%	9,2%	1,2%	1,2%		13,3%
Pelo hábito e tradição	1,9%	1,5%	1,2%	2,4%		5,0%
Outros	2,1%	4,6%	1,2%	2,4%		3,3%
Não sabe	2,1%		2,4%	4,8%		3,3%
Não reponde	,3%					1,7%
Não se aplica						

Fonte: CRSV, 2001.

8.5.7. Socialização na vertente vínica

Uma vez que a socialização, e os seus diversos processos, têm sido fortes factores presentes ao longo deste estudo, deter-nos-íamos, então, na percepção dos seus efeitos, por parte dos inquiridos. Para tal, propusemos quatro pares de afirmações, para cada um dos tipos de vinho, com o intuito de apreendermos representações a esse nível.

No que respeita ao vinho corrente, exceptuando os inquiridos da casa Valente, onde as respostas se repartem equitativamente pelas duas afirmações propostas, todos os outros inquiridos optaram maioritariamente pela ideia de que não deve haver incitamento familiar ao consumo deste vinho sob que pretexto for (83,3% no Túnel, 79,8% no Jaime, 77,4% na Soraya, 66,7% no Solar) – Quadro 8.131. Esta estrutura de respostas contradiz, em certa medida, o elevado número de inquiridos que, em anteriores respostas, se mostraram favoráveis ao consumo de vinho corrente, nomeadamente por se tratar de uma bebida saudável que faz parte da alimentação diária.

Quadro 8.131 – Posicionamento face ao consumo de vinho corrente (par de respostas 1)

Posicionamento face à definição de vinho corrente (par 1)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Entre a adolescência e a juventude deveria haver um incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	27,1%	49,2%	16,7%	20,2%	22,6%	33,3%
A família nunca deveria incitar os seus descendentes à ingestão de vinho	72,9%	50,8%	83,3%	79,8%	77,4%	66,7%
Não sabe						
Não responde						
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Mostrou-se pertinente tentar perceber a existência de relacionamento entre incitamento familiar à ingestão moderada de vinho corrente e idade em que os inquiridos marcaram o seu gosto e consumo. Parece existir, a esse nível, uma relação ligeira entre a defesa do incitamento familiar à ingestão de vinho e a idade do primeiro contacto com o estabelecimento; concretamente, no Valente e no Túnel, a maioria dos que defende o incitamento familiar à ingestão da bebida apresenta uma iniciação mais precoce ao estabelecimento; os que não defendem esta ideia apresentam uma iniciação mais tardia. Nas restantes três casas não parece haver qualquer tipo de relação significativa, o que poderá indiciar uma socialização mais prematura e, portanto, mais consolidada com o consumo de vinho e a frequência deste tipo de espaços nas duas primeiras casas – Quadro 8.132.

A mesma ideia deve ser aplicada ao cruzamento entre as opiniões acerca do incitamento familiar à ingestão de vinho e a idade de iniciação ao gosto pela bebida: neste caso, porém, a relação enunciada anteriormente parece também existir no Jaime e no Solar – Quadro 8.133. A relação mantém-se aproximadamente idêntica no caso da variável idade de início do consumo de vinho – Quadro 8.134. Este tipo de relacionamento com sentido positivo reforça a constatação inerente à pertinência da socialização precoce neste tipo de práticas.

Quadro 8.132 - Incitamento familiar ao consumo de vinho corrente e idade de contacto com o estabelecimento

Casa	Incitamento familiar ao consumo de vinho corrente	Idade no momento do primeiro contacto com este tipo estabelecimento									
		Menos de 16 anos	Entre 16 - 17 anos	Entre 18 - 25 anos	Entre 26 - 35 anos	Entre 36 - 45 anos	Entre 46 - 55 anos	Mais de 55 anos	Não se lembra	Não responde	Total
Valente	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	46,9%	18,8%	21,9%	9,4%	3,1%					100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	12,1%	30,3%	51,5%	3,0%				3,0%		100,0%
	Não sabe										
	Não responde										
Túnel	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	35,7%	28,6%	28,6%	7,1%						100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	14,3%	32,9%	48,6%	1,4%		1,4%		1,4%		100,0%
	Não sabe										
	Não responde										
Jaime	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	47,1%		11,8%	11,8%				29,4%		100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	41,8%	4,5%	16,4%	7,5%			3,0%	26,9%		100,0%
	Não sabe										
	Não responde										
Soraya	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	42,1%	10,5%	10,5%	15,8%				15,8%	5,3%	100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	36,9%	7,7%	18,5%	10,8%	4,6%	3,1%		18,5%		100,0%
	Não sabe										
	Não responde										
Solar	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	25,0%	30,0%	35,0%	5,0%		5,0%				100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	20,0%	20,0%	55,0%			5,0%				100,0%
	Não sabe										
	Não responde										

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.133 - Incitamento familiar ao consumo de vinho corrente e idade em que começou o gosto pela bebida

Casa	Incitamento familiar ao consumo de vinho corrente	Altura da vida em que começou a gostar de vinho corrente							
		Até 10 anos	Entre 10 e 17 anos	Entre 18 e 25 anos	Entre 26 e 60 anos	Mais de 60 anos	Não se lembra	Não responde	Total
		%	%	%	%	%	%	%	%
Valente	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	12,9%	45,2%	35,5%	3,2%			3,2%	100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	11,1%	33,3%	51,9%			3,7%		100,0%
	Não sabe								
	Não responde								
Túnel	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	14,3%	71,4%	14,3%					100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	4,5%	38,8%	52,2%	1,5%		1,5%	1,5%	100,0%
	Não sabe								
	Não responde								
Jaime	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	17,6%	23,5%	41,2%	5,9%		5,9%	5,9%	100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	17,2%	39,7%	29,3%	5,2%		8,6%		100,0%
	Não sabe								
	Não responde								
Soraya	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	22,2%	50,0%	27,8%					100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	6,8%	39,0%	42,4%	5,1%		3,4%	3,4%	100,0%
	Não sabe								
	Não responde								
Solar	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho		45,5%	45,5%	9,1%				100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho		18,2%	68,2%	4,5%			9,1%	100,0%
	Não sabe								
	Não responde								

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.134 - Incitamento familiar ao consumo de vinho corrente e idade de iniciação ao consumo da bebida

Casa	Incitamento familiar ao consumo de vinho corrente	Altura da vida em que começou a beber vinho corrente								
		Até 10 anos	Entre 10 e 17 anos	Entre 18 e 25 anos	Entre 26 e 60 anos	Mais de 60 anos	Gosta mas não bebe	Não se lembra	Não responde	Total
		%	%	%	%	%	%	%	%	%
Valente	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	12.9%	45,2%	38,7%	3,2%					100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	11,1%	33,3%	51,9%				3,7%		100,0%
	Não sabe									
	Não responde									
Tunel	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	35,7%	57,1%	7,1%						100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	6,0%	38,8%	49,3%	3,0%			1,5%	1,5%	100,0%
	Não sabe									
	Não responde									
Jaime	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	17,6%	23,5%	41,2%	5,9%		5,9%	5,9%		100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	17,2%	39,7%	29,3%	5,2%			8,6%		100,0%
	Não sabe									
	Não responde									
Soraya	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	22,2%	50,0%	27,8%						100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	5,1%	42,4%	42,4%	5,1%		1,7%	3,4%		100,0%
	Não sabe									
	Não responde									
Solar	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho		54,5%	36,4%	9,1%					100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho		27,3%	68,2%	4,5%					100,0%
	Não sabe									
	Não responde									

Fonte: CRSV, 2001.

Entre a ideia de que há uma maneira específica de beber vinho corrente e a ideia de que toda a gente bebe vinho corrente da mesma forma, as opiniões repartem-se bastante nas casas Valente, Túnel e Solar (com predominância para a segunda opinião nos dois primeiros estabelecimentos e com ligeira predominância para a primeira opinião no Solar). Nas casas Jaime e Soraya, os inquiridos partilham maioritariamente da opinião de que há uma forma específica de beber vinho corrente consoante o contexto em que este é bebido (69% dos inquiridos no Jaime, 75% na Soraya) – Quadro 8.135. Ora, isso traduz, necessariamente a aprendizagem desse saber (fazer e estar) traduzido em competência e avaliado socialmente pela sua exteriorização prática.

Quadro 8.135 - Posicionamento face ao consumo de vinho corrente (par de respostas 2)

Posicionamento face ao consumo de vinho corrente (par2)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Existe uma maneira específica de beber o vinho, consoante o propósito, o momento e o local em que é ingerido	57,0%	44,6%	40,5%	69,0%	75,0%	51,7%
O vinho é bebido sempre da mesma maneira, independentemente do propósito, do momento e do local em que é ingerido	42,7%	55,4%	59,5%	31,0%	25,0%	46,7%
Não sabe						
Não responde	,3%					1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Os inquiridos optaram maioritariamente por afirmar que beber vinho corrente não é uma arte, o que nos leva a articular a base desta representação com o facto de se tratar de uma bebida desprovida de uma carga simbólica forte. Há uma "desvalorização" do consumo deste vinho precisamente por ele ser corrente, ordinário, habitual (Valente: 78,5%; Túnel: 78,6%; Jaime: 58,3%;

Soraya: 51,2%; Solar: 61,7%) – Quadro 8.136. Note-se que, uma vez mais, é nas casas Jaime e Soraya que a carga simbólica do vinho corrente é mais valorizada, daí que nesses estabelecimentos mais indivíduos afirmem tratar-se o consumo de vinho corrente uma arte, o que vai de encontro às respostas obtidas no par anterior de afirmações. Ocorre mesmo considerar estarmos perante construções sociais, que apesar de emergirem entre pares, radicam a sua diferença no "mundo vivido" no estabelecimento em que se integram.

Quadro 8.136 – Posicionamento face ao consumo de vinho corrente (par de respostas 3)

Posicionamento face ao consumo de vinho corrente (par 3)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Beber vinho é uma arte que exige aprendizagem dado o seu forte simbolismo	34,2%	21,5%	20,2%	41,7%	48,8%	36,7%
Beber vinho não é nenhuma arte, não exige aprendizagem e qualquer pessoa o sabe fazer	65,3%	78,5%	78,6%	58,3%	51,2%	61,7%
Não sabe	,3%		1,2%			
Não responde	,3%					1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

A ideia de que a "ascensão social" conduz a mudanças nos consumos de vinho corrente é a opção maioritária em todas casas (Valente: 69,2%; Túnel: 79,8%; Jaime: 61,9%; Soraya: 54,8%; Solar: 61,7%) – Quadro 8.137. Há, pois, uma clara percepção do xadrez social diferenciado existente e uma noção de que às diferenciações sociais correspondem práticas e consumos diferenciados e de que à mobilidade social correspondem esforços de *ajustamento* em termos de práticas e consumos (existência de homologias entre posições e disposições, lugares ocupados e práticas sociais) traduzidos, em termos práticos, em processos de ressocialização.

Quadro 8.137 – Posicionamento face ao consumo de vinho corrente (par de respostas 4)

Posicionamento face ao consumo de vinho corrente (par 4)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
A ascensão social implica quase sempre alterações nas suas preferências de vinho e na forma de o consumir	65,5%	69,2%	79,8%	61,9%	54,8%	61,7%
A ascensão social não implica alterações nas suas preferências de vinho nem na forma de o consumir	32,4%	29,2%	16,7%	38,1%	44,0%	33,3%
Não sabe	1,3%	1,5%	3,6%		1,2%	
Não responde	,8%					5,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

No que respeita ao vinho do Porto, a estrutura de respostas é, aqui, idêntica à encontrada face ao vinho corrente. Destaque-se, no entanto, a subida, no Solar do Vinho do Porto, do número de inquiridos que consideram que deve haver incitamento familiar ao consumo de vinho do Porto relativamente aos que tinham a mesma opinião em relação ao vinho corrente. Verifica-se, desde logo, a grande valorização que os inquiridos do Solar concedem ao consumo de vinho do Porto e ao seu simbolismo, algo que será transversal às restantes respostas e que pode ser encarado como uma estratégia de distinção, extensível, por inerente processo de socialização, às gerações seguintes. Ainda assim, em todos os estabelecimentos, prevalecem os inquiridos que consideram que o consumo de vinho do Porto não deve ser fomentado junto da descendência – Quadro 8.138.

Quadro 8.138 - Posicionamento face ao consumo de vinho do Porto (par de respostas 1)

Posicionamento face ao consumo de vinho do Porto (par 1)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Entre a adolescência e a juventude deveria haver um incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	29,4%	49,2%	19,0%	20,2%	22,6%	45,0%
A família nunca deveria incitar os seus descendentes à ingestão de vinho	70,3%	50,8%	81,0%	79,8%	77,4%	53,3%
Não sabe						
Não responde	,3%					1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Tal como realizámos para o vinho corrente, justificou-se perceber se vigorava, agora face ao vinho do Porto, algum tipo de relacionamento entre incitamento familiar à sua ingestão moderada e idade em que os inquiridos marcaram o seu gosto e consumo.

Contudo, as relações aparentemente existentes entre estas variáveis no caso do vinho corrente não se encontram presentes no caso do vinho do Porto, possivelmente, por estarmos perante uma bebida que é consumida de forma menos "habitual" e por não se colocar tanto a questão da socialização familiar para o seu consumo precoce – Anexos 6.16 e 6.17.

Quadro 8.139 - Posicionamento face ao consumo de vinho do Porto (par de respostas 2)

Posicionamento face ao consumo de vinho do Porto (par 2)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Existe uma maneira específica de beber o vinho, consoante o propósito, o momento e o local em que é ingerido	66,8%	53,8%	50,0%	69,0%	73,8%	91,7%
O vinho é bebido sempre da mesma maneira, independentemente do propósito, do momento e do local em que é ingerido	33,2%	46,2%	50,0%	31,0%	26,2%	8,3%
Não sabe						
Não responde						
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Maioritário é também o número dos inquiridos que afirma que há uma forma específica de beber vinho do Porto consoante os momentos e os contextos (excepto no Valente e no Túnel, onde as respostas se repartem equitativamente pelas duas opções), o que entronca na questão do simbolismo deste vinho e do facto de se tratar de uma bebida própria de acontecimentos e ocasiões especiais, envolvida num cerimonial próprio e alvo de um consumo ritualizado. Esta ideia de simbolismo e solenidade é particularmente visível no Solar, onde 91,7% dos inquiridos responderam existir uma maneira específica de beber vinho do Porto consoante o contexto (estratégia de distinção). Onde mais é bebido o vinho do Porto – e onde mais esta bebida é central em termos de consumos –, mais forte parece ser a ideia de que há uma forma específica de beber esta bebida consoante os contextos (Jaime: 69%; Soraya: 73,8%; Solar: 91,7%) – Quadro 8.139.

Nas casas Valente, Túnel, Jaime e Soraya, as opiniões repartem-se entre a ideia de que beber vinho do Porto é uma arte que exige aprendizagem e a ideia de que não é uma arte (ainda que com uma ligeira inclinação para esta última). No Solar, pelo contrário, a esmagadora maioria dos inquiridos (88,3%) considera a ingestão de vinho do Porto como uma arte, o que converge para a ideia afirmada anteriormente sobre o elevado simbolismo atribuído por estes inquiridos a esta bebida – Quadro 8.140. Os frequentadores do Solar aparecem

como os "defensores" da "arte de bem beber" vinho do Porto, evidenciando-se através da distinção que concedem aos consumos que efectuam e à forma de os efectuarem.

Quadro 8.140 – Posicionamento face ao consumo de vinho do Porto (par de respostas 3)

Posicionamento face ao consumo de vinho do Porto (par 3)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Beber vinho é uma arte que exige aprendizagem dado o seu forte simbolismo	53,3%	53,8%	42,9%	42,9%	48,8%	88,3%
Beber vinho não é nenhuma arte, não exige aprendizagem e qualquer pessoa o sabe fazer	46,4%	46,2%	56,0%	57,1%	51,2%	11,7%
Não sabe	,3%		1,2%			
Não responde						
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

No que toca à questão da ascensão social e da sua ligação às mudanças nas práticas e consumos, aplica-se o anteriormente afirmado para o vinho corrente: os inquiridos das cinco casas apoiam maioritariamente a ideia de que a ascensão social traz consigo mudanças no consumo – Quadro 8.141.

Quadro 8.141 - Posicionamento face ao consumo de vinho do Porto (par de respostas 4)

Posicionamento face ao consumo de vinho do Porto (par 4)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
A ascensão social implica quase sempre alterações nas suas preferências de vinho e na forma de o consumir	66,6%	70,8%	85,7%	61,9%	54,8%	58,3%
A ascensão social não implica alterações nas suas preferências de vinho nem na forma de o consumir	31,0%	27,7%	10,7%	38,1%	44,0%	35,0%
Não sabe	1,3%	1,5%	3,6%		1,2%	
Não responde	1,1%					6,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Como se pode constatar, predominam representações diferenciadas face a cada um dos vinhos aqui tratados. Assim, o vinho corrente, vivido como mais vulgar, induz respostas no sentido de o desvalorizarem, rejeitando, na grande maioria a equiparação da sua ingestão a uma arte. Para ambos os vinhos prevalece, todavia, a ideia de ajustamentos sociais entre posições e disposições motivados por ascensões sociais, que implicam mudanças nos consumos vínicos.

No caso do vinho do Porto há a destacar, em relação ao vinho corrente, a valorização muito significativa que os inquiridos do Solar atribuem ao seu consumo, valorização que, aliás, os leva a apontar de forma mais acentuada a necessidade de incitamento familiar ao consumo de bebida ao contrário do que acontecia com o vinho corrente. A estrutura de respostas estará ligada a estratégias de distinção e de reprodução da distinção através dos consumos, nomeadamente do consumo de vinho do Porto.
Uma vez mais, o vinho do Porto é assumido como um vinho de "momentos", alvo de apropriações específicas consoante os contextos, existindo mesmo um número expressivo de inquiridos (esmagador no Solar) que vêem o seu consumo como uma "arte".

8.5.8. Diferenciações sociais e consumos vínicos

Há uma esmagadora opinião favorável à ideia de que existem diferenças sociais de base classista[1167] (perto dos 100% de inquiridos em todas as casas afirmam existirem classes sociais) – Quadro 8.142.

[1167] Ideia compatível com produções sociais que vão neste sentido, sendo pacífico, como defendemos no primeiro capítulo, que não existe sociedade isenta de diferenciações sociais.

Quadro 8.142 – Percepção da existência de classes sociais

Percepção da existência de classes sociais	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	2,1%	4,6%			3,6%	3,3%
Sim	96,0%	89,2%	97,6%	98,8%	96,4%	96,7%
Não sabe	1,9%	6,2%	2,4%	1,2%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Há, para além disso, uma claríssima percepção da reprodução das diferenciações sociais em práticas e consumos específicos, nomeadamente no que toca à escolha do vinho a consumir, tanto no caso do vinho corrente como no caso do vinho do Porto (aproximadamente 90% dos inquiridos, em todas as casas, afirmam que a escolha de vinho corrente é influenciada pelas classes sociais, o mesmo acontecendo para o vinho do Porto) – Quadros 8.143 e 8.144.

Quadro 8.143 – Percepção da influência das classes sociais na escolha de vinho corrente

Percepção da influência das classes sociais na escolha de vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	12,2%	15,5%	15,9%	9,6%	9,9%	10,3%
Sim	86,7%	84,5%	82,9%	89,2%	87,7%	89,7%
Não sabe	1,1%		1,2%	1,2%	2,5%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.144 – Percepção da influência das classes sociais na escolha de vinho do Porto

Percepção da influência das classes sociais na escolha de vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	10,8%	15,5%	12,2%	9,6%	9,9%	6,9%
Sim	87,8%	84,5%	86,6%	89,2%	87,7%	91,4%
Não sabe	1,4%		1,2%	1,2%	2,5%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

A importância das diferenciações sociais é também percebida no que concerne à escolha dos locais de consumo (a esmagadora maioria dos inquiridos das casas Jaime, Soraya e Solar afirmam que as classes sociais influenciam a escolha do local para beber vinho corrente e vinho do Porto – em média, cerca de 95% dos inquiridos; esse número baixa para 80% nas casas Valente e Túnel) – Quadros 8.145 e 8.146. Há, pois, uma evidente percepção de que existe uma estrutura social diferenciada e de que essa estrutura divide, segrega, cria distinções e espaços socialmente identificáveis e socialmente conotáveis, mesmo com base em factos aparentemente tão *naturalizados* como o consumo de vinhos. A hierarquização que os inquiridos fazem dos diversos locais de consumo propostos reflecte o que temos vindo a referir.

Quadro 8.145 – Percepção da influência das classes sociais na escolha do local de consumo de vinho corrente

Percepção da influência das classes sociais na escolha do local de consumo de vinho corrente	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	9,9%	20,7%	20,7%	1,2%	2,5%	6,9%
Sim	89,2%	79,3%	79,3%	97,6%	95,1%	93,1%
Não sabe	,8%			1,2%	2,5%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.146 - Percepção da influência das classes sociais na escolha do local de consumo de vinho do Porto

Percepção da influência das classes sociais na escolha do local de consumo de vinho do Porto	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Não	9,7%	19,0%	19,5%	1,2%	2,5%	8,6%
Sim	89,5%	81,0%	80,5%	97,6%	95,1%	91,4%
Não sabe	,8%			1,2%	2,5%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Daqui se pode, então, concluir, que há uma nítida interiorização percebida do xadrez social diferenciado existente e da ideia de que a estruturação da sociedade comporta diferenciações que se inscrevem no espaço

social e no espaço físico, com tradução no plano simbólico. Os agentes manifestam a noção de que existem relações de homologia entre as posições sociais e as disposições: a posições específicas no espaço social correspondem consumos e práticas também elas específicas[1168], nomeadamente no que toca ao consumo de bebidas e à frequência de espaços públicos onde tais bebidas são comercializadas. Isto leva a que encontremos grandes grupos com perfis sociais afins ao perfil físico, social e económico dos espaços públicos em estudo.

Assim, das representações apreendidas pelas respostas apresentadas pelos inquiridos, resultam, em termos de associação a espaços específicos, os seguintes perfis sociais – Anexo 6.18:

- *Tabernas, Tascas, Casas de Pasto e Botequins* são espaços de classes populares (até ao nível "3" numa escala de 1 a 6 em que o 1 corresponde à classe "baixa" e o 6 corresponde à classe "alta")
- *Cafés* resultam em espaços "médios" (níveis "3" e "4" na escala de 1 a 6).
- *Bares e Bares de Luxo* revelam-se como espaços das classes médias, médias-altas e altas (níveis "4", "5" e "6" na escala de 1 a 6). Se nos focarmos apenas nos bares de luxo, teremos maioritariamente frequentadores colocados no nível "5" e no nível "6" da escala o que indica, também, que as respostas resultam largamente da própria designação atribuída e das representações associadas a essa designação.

Enquadrada, justamente, numa lógica de xadrez social diferenciado, ensaiamos, junto dos inquiridos a categorização social tanto dos frequentadores do respectivo estabelecimento, como a sua própria. Daqui resultou, enquanto registo, uma natural tendência para a aproximação à média.

Na primeira vertente verifica-se que esta aproximação é feita "a partir de baixo" (níveis mais baixos) nas casas Valente, Túnel e Jaime, revelando-se uma predominância dos clientes oriundos de classes com menores volumes globais de capital (No Valente, 30,8% dos inquiridos posicionam a maioria dos

[1168] Nesta linha, e em termos teóricos, podemos referir, por exemplo, para além de Pierre Bourdieu, cuja teoria tem vindo a liderar a função de comando nesta pesquisa, João Ferreira de Almeida. Cf. João Ferreira de Almeida, *Classes Sociais nos Campos*, cit., p. 83.

clientes presentes no "nível 2" e 44,6% no "nível 3"; no Túnel, 33,3% no "nível 2" e 59,5% no "nível 3"; no Jaime, 20,2% no "nível 2" e 42,9% no "nível 3"); na Soraya predominam os clientes "médios" (50% dos inquiridos posicionam a maioria dos clientes presentes no "nível 3" e 27,4% no "nível 4") e no Solar predominam os situados nas classes média-alta e alta (43,3% no "nível 4", 36,7% no "nível 5" e 15% no "nível 6", respectivamente) – Quadro 8.147.

Quadro 8.147 - Posição social atribuída aos clientes presentes (nível)

Posição social atribuída aos clientes presentes (nível)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Baixo	2,4%	3,1%		4,8%	3,6%	
2	18,0%	30,8%	33,3%	20,2%	3,6%	
3	42,2%	44,6%	59,5%	42,9%	50,0%	3,3%
4	17,8%	7,7%	1,2%	14,3%	27,4%	43,3%
5	7,7%	1,5%		1,2%	6,0%	36,7%
Alto	4,0%			2,4%	4,8%	15,0%
Não sabe	6,9%	7,7%	4,8%	14,3%	4,8%	1,7%
Não responde	1,1%	4,6%	1,2%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quanto à posição social do próprio, há também uma clara tendência para a aproximação à média, de resto na linha do que é habitual nas respostas aos estudos que procuram a auto-representação social dos indivíduos. A aproximação à média é inclusivamente mais acentuada do que na resposta à questão anterior, essa sim talvez um retrato mais fiel da realidade social do estabelecimento. A maior parte dos inquiridos em todas as casas colocam-se no "nível 3", com excepção dos inquiridos do Solar, onde a maioria se coloca no "nível 4" (58,3% neste "nível", 21,7% no "nível 5", 0% nos "níveis 1 e 2") – Quadro 8. 148.

Quadro 8.148 – Posição social auto-atribuída (nível)

Posição social auto-atribuída (nível)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Baixo	3,2%	3,1%		6,0%	6,0%	
2	13,8%	12,3%	21,4%	22,6%	8,3%	
3	50,9%	64,6%	71,4%	48,8%	52,4%	8,3%
4	20,2%	7,7%	4,8%	13,1%	25,0%	58,3%
5	5,6%	1,5%		4,8%	3,6%	21,7%
Alto	3,2%	1,5%		2,4%	4,8%	8,3%
Não sabe	1,3%	4,6%				3,3%
Não responde	1,9%	4,6%	2,4%	2,4%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Como se pode verificar, existe uma tendência para a aproximação à média no que toca à categorização social dos frequentadores dos diferentes espaços em estudo. Ainda assim, destacam-se alguns perfis: classes populares ("baixas" e "médias-baixas") no Valente, Túnel e Jaime; classes populares e alguma pequena burguesia ("classes médias") na Soraya; pequena burguesia e diferentes fracções da burguesia ("classes médias", "médias-altas" e "altas") no Solar.

Numa escala qualitativa, as respostas são idênticas, mas com um ligeiro declínio da auto-representação dos inquiridos: nas casas Valente, Túnel e Jaime predominam os inquiridos que afirmam pertencer à "classe trabalhadora/popular" (com um volume significativo dos que afirmam pertencer à "classe média"); na Soraya predominam os inquiridos que afirmam pertencer à "classe média" (com forte expressão dos que afirmam pertencer à "classe trabalhadora/popular"); no Solar predominam também os que afirmam pertencer à "classe média", com um terço dos inquiridos a afirmar pertencer à "classe média-alta" – Quadro 8.149.

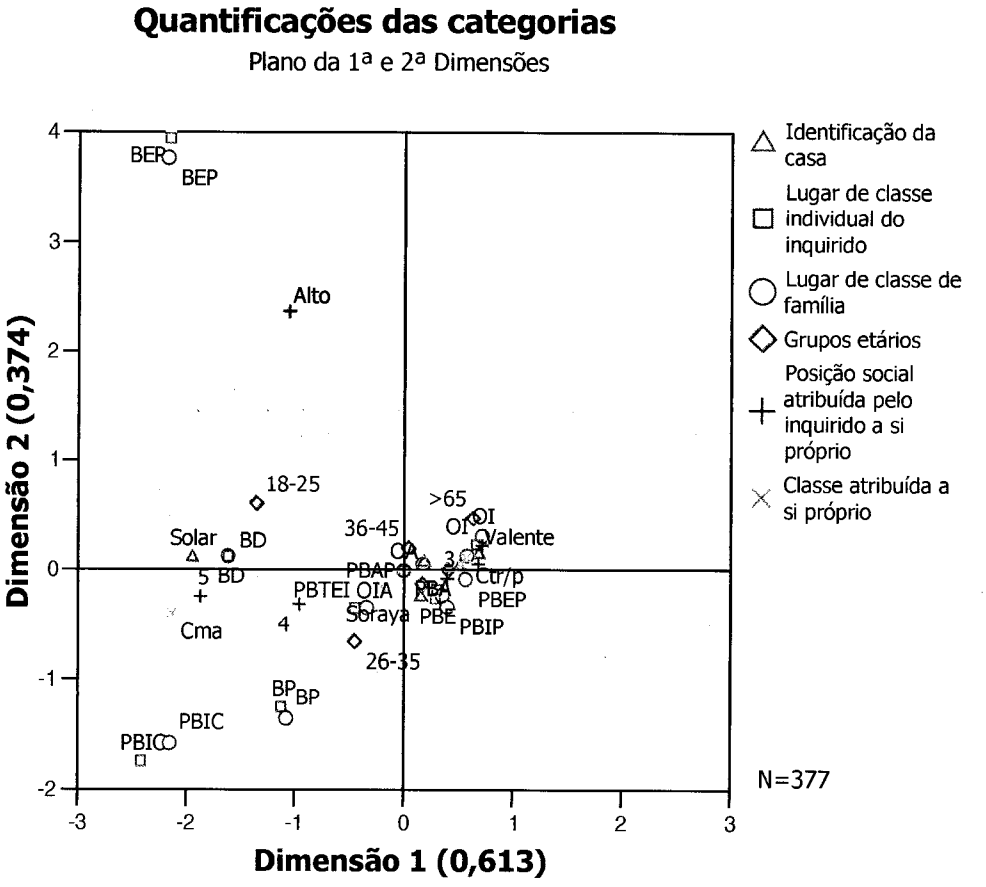
Quadro 8.149 – Posição social auto-atribuída (classe)

Posição social auto-atribuída (classe)	Estabelecimento					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Não faz parte de nenhuma classe	2,1%	6,2%	2,4%	1,2%	1,2%	
Classe trabalhadora/popular	45,4%	66,2%	60,7%	46,4%	38,1%	10,0%
Classe média	43,2%	27,7%	35,7%	44,0%	56,0%	51,7%
Classe média alta	7,4%		1,2%	4,8%	3,6%	33,3%
Classe alta	1,1%			1,2%	1,2%	3,3%
Não responde	,8%			2,4%		1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Vejamos de seguida qual o resultado de uma análise de correspondências entre perfis sociais e auto-representações dos inquiridos em termos de posicionamento classista.

Gráfico 8.8 – Análise de correspondências múltiplas
Lugar de classe do inquirido, lugar de classe de família, grupos etários, posição social e classe auto-atribuídas



Classe atribuída a si próprio – **Ncl**-Não faz parte de nenhuma classe; **Ctr/p**-Classe trabalhadora/popular; **Cm**-Classe média; **Cma**-Classe média alta

O Gráfico 8.8[1169] aponta uma primeira dimensão discriminada pela identificação da casa, o lugar de classe individual e o de família, a posição social atribuída a si próprio e a classe atribuída a si próprio. A dimensão 2 é discriminada apenas pelo lugar de classe individual e pelo de família. Assim, no plano negativo da primeira dimensão encontra-se o Solar associado a lugares de classe individuais e de família de capital superior, e com uma posição social atribuída a si próprio elevada (superior a 3). Estes indivíduos atribuem-se a si próprio uma classe média-alta. No plano positivo, encontramos Valente e Túnel

[1169] O Anexo 6.19 apresenta os dados que suportam o Gráfico 8.8 e que permitem a análise qualitativa.

associados a lugares de classe individuais e de família menos capitalizados e a um auto-posicionamento social baixo (1 e 2). Nesse plano estão ainda associados os indivíduos que consideram que não fazem parte de nenhuma classe e os que se posicionam nas classes populares. A segunda dimensão discrimina os Burgueses empresários, no plano superior, dos Burgueses profissionais e dos PBIC's no plano inferior, tanto relativamente ao lugar de classe individual como familiar.

Quanto à representação do tipo de pessoas que frequentam os estabelecimentos propostos – tabernas/tascas/botequins, cafés e bares de luxo, obteve-se a seguinte estrutura de respostas:

No que toca a tabernas, tascas e botequins, para uma primeira estrutura de respostas, situada ao nível da primeira opção, obteve-se uma incidência mais expressiva na heterogeneidade socioeconómica dos frequentadores e na pertença social a estratos desfavorecidos - Quadro 8.150. As segundas respostas apontam para a ideia de que os seus frequentadores são pessoas que procuram o convívio. Registam-se, ainda, nos casos do Jaime, da Soraya e, sobretudo, do Solar, algumas ideias "negativas" veiculadas sobre esses espaços ("Pessoas pouco escolarizadas", "Pessoas desocupadas", "Pessoas alcoólicas", "Pessoas que bebem demais", "Pessoas com o quotidiano vulgar") – Quadro 8.151.

Destaque-se a representação de um dos entrevistados acerca do perfil social dos frequentadores-consumidores do espaço tabernal:

"São assim pessoas populares". (Frequentador-consumidor 7)

Quadro 8.150 – Representação acerca da posição social dos frequentadores de tabernas/botequins/tascos (1ª opção)

Representação acerca dos frequentadores de tabernas/ botequins/tascos (1ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Pessoas diversificadas	31,6%	38,5%	44,0%	31,0%	28,6%	11,7%
Pessoas de classe média	14,3%	9,2%	4,8%	23,8%	27,4%	1,7%
pessoas de estratos sociais menos favorecidos	33,2%	32,3%	41,7%	21,4%	21,4%	55,0%
Pessoas com capital económico elevado	,5%			2,4%		
Pessoas pouco escolarizadas	1,6%		1,2%	1,2%		6,7%
Pessoas desocupadas	4,0%	1,5%	1,2%	6,0%	7,1%	3,3%
Pessoas que bebem demais	5,6%	6,2%	2,4%	4,8%	3,6%	13,3%
Pessoas alcoólicas	,5%			1,2%		1,7%
Pessoas com o quotidiano vulgar	2,4%	1,5%	1,2%	3,6%	2,4%	3,3%
Pessoas que fazem do estabelecimento um local de convívio	1,9%			1,2%	4,8%	3,3%
Pessoas conflituosas	,3%	1,5%				
Pessoas comuns	,3%				1,2%	
Pessoas de gosto requintado						
Pessoas elitistas						
Não sabe	1,9%	1,5%	1,2%	2,4%	3,6%	
Não responde	2,1%	7,7%	2,4%	1,2%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.151 - Representação acerca da posição social dos frequentadores de tabernas/botequins/tascos (2ª opção)

Representação acerca dos frequentadores de tabernas/ botequins/tascos (2ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Pessoas diversificadas						
Pessoas de classe média	8,2%	8,5%	16,0%	10,3%		
pessoas de estratos sociais menos favorecidos	4,1%	8,5%	3,7%	2,6%		3,5%
Pessoas com capital económico elevado	,7%				6,5%	
Pessoas pouco escolarizadas	9,4%	11,9%	4,9%		3,2%	22,8%
Pessoas desocupadas	7,9%	8,5%	2,5%	15,4%	19,4%	3,5%
Pessoas que bebem demais	16,5%	11,9%	18,5%	5,1%	16,1%	26,3%
Pessoas alcoólicas	6,7%	8,5%	2,5%	17,9%	6,5%	3,5%
Pessoas com o quotidiano vulgar	10,5%	10,2%	3,7%	20,5%	19,4%	8,8%
Pessoas que fazem do estabelecimento um local de convívio	24,3%	15,3%	42,0%	15,4%	19,4%	17,5%
Pessoas conflituosas	,7%					3,5%
Pessoas comuns	4,5%	6,8%	2,5%	2,6%		8,8%
Pessoas de gosto requintado	,4%					1,8%
Pessoas elitistas	,4%			2,6%		
Não sabe	2,6%	1,7%	1,2%	5,1%	9,7%	
Não responde	3,0%	8,5%	2,5%	2,6%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Relativamente aos frequentadores de cafés, a representação foi outra: os inquiridos das cinco casas apontam para a ideia de que estes espaços são frequentados por "Pessoas diversificadas" (resposta maioritária como primeira opção), "Pessoas de classe média", "Pessoas com o quotidiano vulgar" ou "pessoas comuns" (segundas opções de resposta fortes), o que vai de encontro ao afirmado anteriormente acerca dos cafés como espaços "médios" – Quadros 8.152 e 8.153.

Quadro 8.152 - Representação acerca da posição social dos frequentadores de cafés (1ª opção)

Representação acerca dos frequentadores de cafés (1ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Pessoas diversificadas	65,3%	69,2%	83,3%	60,7%	60,7%	48,3%
Pessoas de classe média	17,2%	16,9%	10,7%	16,7%	26,2%	15,0%
pessoas de estratos sociais menos favorecidos	1,6%			2,4%	1,2%	5,0%
Pessoas com capital económico elevado	1,3%			6,0%		
Pessoas pouco escolarizadas	,8%			2,4%		1,7%
Pessoas com elevada escolarização						
Pessoas desocupadas	3,4%			2,4%	3,6%	13,3%
Pessoas que bebem demais	,3%			1,2%		
Pessoas alcoólicas						
Pessoas com o quotidiano vulgar	4,0%	4,6%	1,2%	1,2%	1,2%	15,0%
Pessoas que fazem do estabelecimento um local de convívio	1,6%			2,4%	3,6%	1,7%
Pessoas comuns	,8%		1,2%	2,4%		
Pessoas de gosto requintado	,5%			1,2%	1,2%	
Pessoas elitistas						
Não sabe	1,1%	1,5%	1,2%		2,4%	
Não responde	2,1%	7,7%	2,4%	1,2%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.153 - Representação acerca da posição social dos frequentadores de cafés (2ª opção)

Representação acerca dos frequentadores de cafés (2ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Pessoas diversificadas						
Pessoas de classe média	20,2%	23,0%	41,0%	8,6%	6,3%	3,6%
pessoas de estratos sociais menos favorecidos	1,1%	3,3%				1,8%
Pessoas com capital económico elevado	1,1%			2,9%	6,3%	
Pessoas pouco escolarizadas	,4%					1,8%
Pessoas com elevada escolarização	,8%	3,3%				
Pessoas desocupadas	8,8%	4,9%		14,3%	31,3%	8,9%
Pessoas que bebem demais	,8%					3,6%
Pessoas alcoólicas	1,1%			2,9%	3,1%	1,8%
Pessoas com o quotidiano vulgar	26,0%	32,8%	24,4%	31,4%	25,0%	17,9%
Pessoas que fazem do estabelecimento um local de convívio	13,0%	1,6%	,0%	14,3%	12,5%	42,9%
Pessoas comuns	21,8%	21,3%	30,8%	20,0%	9,4%	17,9%
Pessoas de gosto requintado						
Pessoas elitistas	,4%			2,9%		
Não sabe	1,5%	1,6%	1,3%		6,3%	
Não responde	3,1%	8,2%	2,6%	2,9%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

No que respeita aos bares de luxo, é muito significativo o número de inquiridos que, nas cinco casas, identificaram os frequentadores deste tipo de estabelecimentos como "Pessoas com capital económico elevado" (ainda assim, o número de inquiridos que responderam deste modo é menor no Solar, possivelmente por uma questão de coerência com as respostas anteriores). Salienta-se, neste contexto, o número muito considerável de inquiridos que, em termos de segunda opção de resposta, afirmaram que os frequentadores de bares de luxo são "Pessoas de gosto requintado" ou "Pessoas elitistas", o que remete para a questão das homologias entre posições, disposições e tomadas de posição: a espaços "distintos" correspondem frequentadores "distintos" – Quadros 8.154 e 8.155.

Quadro 8.154 - Representação acerca da posição social dos frequentadores de bares de luxo (1ª opção)

Representação acerca dos frequentadores de bares de luxo (1ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Pessoas diversificadas	4,0%	6,2%	2,4%	3,6%	2,4%	6,7%
Pessoas de classe média	3,7%	1,5%	,0%	2,4%	3,6%	13,3%
pessoas de estratos sociais menos favorecidos						
Pessoas com capital económico elevado	67,6%	72,3%	91,7%	61,9%	63,1%	43,3%
Pessoas pouco escolarizadas						
Pessoas com elevada escolarização	1,1%				1,2%	5,0%
Pessoas desocupadas	,5%			1,2%	1,2%	
Pessoas que bebem demais	,3%			1,2%		
Pessoas alcoólicas						
Pessoas com o quotidiano vulgar	,5%				2,4%	
Pessoas que fazem do estabelecimento um local de convívio	4,2%	1,5%		2,4%	2,4%	18,3%
Pessoas conflituosas						
Pessoas comuns	,3%	1,5%				
Pessoas de gosto requintado	8,2%	9,2%	,0%	11,9%	9,5%	11,7%
Pessoas elitistas	5,8%			13,1%	11,9%	1,7%
Não sabe	1,6%	1,5%	2,4%	1,2%	2,4%	
Não responde	2,1%	6,2%	3,6%	1,2%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quadro 8.155 - Representação acerca da posição social dos frequentadores de bares de luxo (2ª opção)

Representação acerca dos frequentadores de bares de luxo (2ª opção)	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Pessoas diversificadas						
Pessoas de classe média	,4%	1,7%				
pessoas de estratos sociais menos favorecidos	,4%					1,8%
Pessoas com capital económico elevado	2,4%					10,5%
Pessoas pouco escolarizadas	,8%	1,7%				1,8%
Pessoas com elevada escolarização	5,5%	1,7%	13,2%	2,6%	2,9%	3,5%
Pessoas desocupadas	2,7%	1,7%	2,9%	2,6%	5,9%	1,8%
Pessoas que bebem demais						
Pessoas alcoólicas	,8%	1,7%		2,6%		
Pessoas com o quotidiano vulgar						
Pessoas que fazem do estabelecimento um local de convívio	3,5%	1,7%		5,3%		10,5%
Pessoas conflituosas	,4%		1,5%			
Pessoas comuns	2,0%	3,4%	4,4%			
Pessoas de gosto requintado	24,7%	20,7%	25,0%	18,4%	26,5%	31,6%
Pessoas elitistas	51,0%	56,9%	45,6%	63,2%	58,8%	38,6%
Não sabe	2,4%	1,7%	2,9%	2,6%	5,9%	
Não responde	3,1%	6,9%	4,4%	2,6%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: CRSV, 2001.

Quanto ao tipo de pessoas que habitualmente frequentam os três tipos de estabelecimentos propostos, as respostas vão de encontro ao afirmado anteriormente aquando da hierarquização dos diferentes espaços de consumo propostos no inquérito.

Retenha-se, a propósito, as palavras de António Teixeira Fernandes, que considera que "as sociedades caminham (...) para diferenciações acentuadas, resultantes da apropriação por parte de alguns dos capitais que permitem a distinção. Estas situações tão diferenciadas produzem sentimentos de identidade diversos, a que correspondem representações sociais diferentes."[1170] Por sua vez, essas representações subjazem a hierarquias traçadas com reflexo nas práticas quer de espaços quer de consumos.

Ao fechar este capítulo, podemos considerar que os consumos vínicos aqui tratados, assumem, nos quotidianos semi-públicos, exteriorizações práticas com contornos diferenciados entre si, quer em termos sociais, quer em termos económicos. Nos espaços estudados, emergem perfis sociais de frequentadores tendencialmente adequados ao próprio espaço, tendo em conta as suas diferenças, também sociais e económicas. Apesar de encontrarmos homologias entre espaços, frequentadores e consumos, as diferenças não emergem de forma cerrada e hermética, deixando perceber não estarmos perante mundos totalmente estanques uns dos outros. Ainda assim, afirmam-se "mundos de vida" com especificidades próprias, com saberes específicos e caracterizados por valorizações sociais afins aos sentidos que socialmente dotam as acções dos protagonistas sociais.

[1170] António Teixeira Fernandes, "Desigualdades e representações sociais", cit., p. 207.

NOTAS CONCLUSIVAS

Ao fechar um trabalho desta natureza, surge, não raro, o desagradável desconforto de o sentir inacabado. Coloca-se um ponto final no papel, mas não na capacidade e no gosto de reflectir sobre espaços que se nos apresentam como palcos de vivências e desempenhos quotidianos. E o ponto final que se colocou no texto, não finaliza o tanto que ficou por dizer. Chegou, contudo, o momento de proceder a algumas considerações, possibilitadas pelo evoluir de todo um trajecto investigativo radicado, empírica e teoricamente, na dimensão social dos modos de consumo do vinho corrente e do vinho do Porto.

As articulações poderiam ser sempre mais, as inserções em contextos teóricos poderiam ser ampliadas e diversificadas. Contudo, uma certeza surge recorrentemente: as sociabilidades – procuradas, tecidas, sedimentadas, diversificadas, alargadas ou restritas – são uma constante presente, de facto ou em termos de representações, sendo sempre privilegiadas nestes meandros vínicos estudados.

Assim, começámos o nosso percurso com um primeiro olhar teórico sobre as questões que se nos apresentaram pertinentes para tratar sociologicamente a temática aqui presente. Postas que foram as etapas metodológicas, escolhidos os caminhos a seguir a propósito da pesquisa empírica, accionaram-se os meios ao alcance para a levar a bom termo. Importa então agora, traçar algumas linhas que podem elucidar sobre as coordenadas hipotéticas admitidas à partida, e de forma articulada com a grande questão que esteve na origem deste trabalho: *perceber qual o lugar sociocultural da prática vínica no quadro geral dos consumos alcoólicos quotidianos dos indivíduos em modo de vida urbano, bem como, a representação social prevalecente sobre a prática vínica no contexto actual.*

Esta questão, norteadora e delimitadora do nosso percurso, circunscreve duas coordenadas hipotéticas abrangentes, que abarcam desdobramentos específicos.

Uma primeira coordenada equaciona, hipoteticamente, o consumo do vinho enquanto inserido na génese, funcionamento e estruturação da sociedade onde emerge.

Nesta óptica, debatem-se diferenciações, inscritas no espaço social e transpostas para o espaço físico-temporal, por inerência de práticas vínicas. Assim, a possibilidade de se encontrarem grandes grupos com perfis sociais afins ao espaço físico, social e económico dos espaços semi-públicos seleccionados esteve desde logo presente, onde protagonistas com perfis socioeconómicos diferentes, admite-se, predispõem-se e posicionam-se diferentemente face aos consumos de vinhos.

Após se terem traçado os perfis socioprofissionais dos inquiridos, ressaltou, efectivamente, uma clivagem entre os quatro primeiros Tipos de casas – Valente, Túnel, Jaime, Soraya – e o último – Solar do Vinho do Porto. Tratam-se de espaços com funções, contornos e lógicas diferentes uns dos outros. Se os quatro primeiros se aproximam mais de uma lógica tabernal, embora com algumas diferenças entre si, o último delimita-se totalmente destes, por via de uma lógica mais próxima ao bar.

Como pudemos constatar, a larga maioria dos inquiridos dos quatro primeiros Tipos de estabelecimentos, situam-se nos lugares de classe mais descapitalizados, quer em termos sociais, quer em termos económicos. O contrário se passa com os do Solar do Vinho do Porto, que se inserem nas fracções da Burguesia e nas franjas mais fortemente capitalizadas da Pequena Burguesia. De notar que não recorremos ao uso sistemático de cruzamentos com os lugares de classe. Esta opção prende-se, na sua essência, ao próprio traçado da caracterização socioprofissional dos inquiridos. Assim, não havendo diversidade significativa interna nos estabelecimentos, a nível de lugares de classe, ressaltou que os resultados dos cruzamentos sistemáticos com estes resultariam estéreis no que respeita ao acréscimo de informação. Ainda assim, numa lógica de confirmação de alguns parâmetros que se foram esboçando ao longo do trabalho, contámos com a análise de correspondências.

Daqui podemos concluir que a sociedade está de facto estruturada de forma a favorecer tendências homologizantes entre espaços semi-públicos de oferta vínica, o próprio tipo de oferta vínica e o perfil social dos seus clientes. Daí, então, estarmos perante um consumo vínico diferenciado, traduzindo-se este num conceito plural dada a sua tendencial conformidade com a estrutura social. Em todo o caso, foi-se consolidando a ideia de que consumos, diferenciados, se associam a clivagens sociais transportadas para o interior do espaço escolhido para consumo vínico.

A segunda grande coordenada analítica incide na própria estrutura social onde decorreu a investigação, admitindo caracterizar-se por estilos de vida diferenciados repercutidos em práticas sociais circunscritas ao vinho. Neste sentido, dissociou-se esta coordenada em vários vectores que contribuíram para uma melhor estruturação analítica.

Num primeiro vector analítico, inerente à inserção dos consumos dos vinhos no quotidiano, comprovou-se que os frequentadores-consumidores dos estabelecimentos seleccionados se caracterizam, de facto, por (pré)disposições para consumos vínicos inseridas no consumo alimentar quotidiano, afins à oferta verificada no(s) espaço(s)-tempo (estabelecimentos) frequentados, sendo essas (pré)disposições fruto de uma produção quotidiana social cristalizada e construída por via socializante. Assim, consoante os perfis sociais dos frequentadores-consumidores, vão-se delineando os tempos específicos (ocasiões) habitualmente utilizados para os consumos vínicos, registando-se um certo condicionamento entre o perfil social do frequentador-consumidor e a escolha quotidiana do espaço semi-público para os consumos.

Realmente, ressalta a centralidade do consumo de vinho corrente, no quotidiano alimentar dos frequentadores das quatro primeiras casas – Valente, Túnel, Jaime e Soraya - onde é consumido diariamente ou complementando a refeição. O vinho do Porto, por seu turno, sendo consumido com menor frequência, não raro em "ocasiões especiais", funciona geralmente como aperitivo e/ou digestivo e integra-se em lógicas de consumo com fins não alimentares e mais direccionados para a sociabilidade. Enquanto o vinho corrente está mais associado a uma prática quotidiana, alimentar, banal, e

destituída de simbolismo distintivo, o vinho do Porto, porque articulado a um uso quotidiano menos rotineiro, mais ocasional, reveste-se de uma carga simbólica mais acentuada.

Num segundo ponto, relacionam-se lógicas simbólico-comportamentais afins aos espaços semi-públicos e a tempos específicos. Ficou claro que, apesar dos inquiridos considerarem o espaço doméstico mais adequado para os consumos de vinhos, preferem, manifestamente, consumir em geral no espaço público, qualquer dos vinhos aqui em questão. Esta dissonância indica a presença de um desfasamento entre práticas e representações.

Os espaços seleccionados demarcam-se socialmente uns dos outros, propiciando não só um conjunto de regras comportamentais circunscritas ao acto vínico que diferem entre uns espaços e outros, como também relações sociais específicas. Neste sentido, a diferença social entre espaços seleccionados passa também pela ocorrência de comportamentos diferenciados entre si, isto é, comportamento espontâneo e fluído por oposição a uma lógica comportamental contida, cuidadosa e mais constrangida. Logo, nos espaços semi-públicos, a conjugação da diferença física e da diferença social resulta simbolicamente em possibilidades diferentes de se desenvolverem lógicas comportamentais. Regista-se, a propósito, que a espaços diferenciados em termos físicos, sociais e simbólicos correspondem práticas e formas de estar e agir também elas diferenciadas.

Os espaços com lógica tabernal – os quatro primeiros - aproximam-se mais de um modelo baseado no interconhecimento e na convivialidade em relacionamentos endógenos ou transportados quotidianamente para o espaço; o Solar – quinto tipo – aproxima-se mais de um modelo baseado na cultura de saídas, no consumo e numa convivialidade de Tipo exógena ao espaço. A análise das práticas dos clientes dos espaços tabernais reflecte a visão de um "mundo da vida" partilhado onde prevalece a comunicação e a fluidez das relações, por oposição a um tipo de comunicação mais limitada e mais contida.

Um terceiro vector dentro desta coordenada analítica cinge-se à gramática comportamental no sentido da construção do gosto, da iniciação e da (re)socialização.

Neste parâmetro, emergiu como certa a confirmação da construção social do gosto, por interposto processo de socialização. Isto é tanto mais verdade, quanto mais precoce for a iniciação ao gosto e ao hábito de consumir vinho. De facto, a familiarização com os estabelecimentos e com o consumo vínico em espaços públicos é precoce, o que coloca em destaque a importância da socialização na definição das práticas vínicas, bem como a dotação de sentidos a elas inerentes. Contudo, há diferenciações comportamentais consoante o perfil do frequentador-consumidor, na medida em que ressaltou a articulação entre a frequência destes espaços, as trajectórias sociais específicas e a transmissão intergeracional de práticas e consumos. Assim, conclui-se que o gosto por vinho (corrente ou do Porto) é, tendencialmente, construído bem cedo, ainda na infância ou na adolescência. Precocemente se vão constituindo os *habitus* dos frequentadores dos quatro primeiros espaços no gosto pelos vinhos, o que explica o carácter durável das disposições tendentes a este tipo de consumos. As estruturas incorporadas de gostos adequam-se às práticas sociais exteriorizadas, nomeadamente no que respeita à frequência de espaços onde esse gosto possa ser materializado. Muitos dos inquiridos nesses estabelecimentos tomaram contacto com o vinho (corrente e do Porto) ainda antes dos 10 anos de idade. Os consumidores do Solar foram mais tardiamente familiarizados com o consumo de vinho, o que indica a presença de perfis sociais distintos face aos que frequentam as quatro primeiras casas.

O quarto vector analítico remete para as apropriações vínicas, permitindo-nos confirmar, por um lado, que os frequentadores-consumidores dos estabelecimentos seleccionados se caracterizam por (pré)disposições para um consumo alcoólico inserido no consumo alimentar quotidiano, por outro, fica claro, face ao exposto até ao momento, que essas (pré)disposições são fruto de uma produção quotidiana social cristalizada por via socializante. Assim, o vinho faz parte do quotidiano dos frequentadores dos espaços em análise, inscrevendo-se o seu consumo nas práticas alimentares quotidianas. A

apropriação dos consumos emerge diferentemente consoante a própria diferença inscrita no espaço semi-público, isto porque a espaços diferenciados correspondem, também, perfis sociais diferenciados. O vinho corrente continua, porém, a ser alvo de uma escolha hierárquica privilegiada, com excepção dos frequentadores do Solar, o que significa que a posição hierárquica privilegiada atribuída a este vinho depende do perfil social do frequentador-consumidor ou da qualidade do vinho.

O quinto vector analítico demarca a pertinência das sociabilidades associadas aos consumos vínicos. Ficou provada a pertinência da articulação entre o consumo vínico e a procura explícita de convivialidade, sendo que esta assume contornos específicos consoante o espaço-tempo contextual. Igualmente, grupos de amigos potenciam/acentuam hábitos de frequência de determinados espaços semi-públicos, e a assiduidade dos frequentadores-consumidores num determinado espaço semi-público reforça sociabilidades internas. Estas, por sua vez, contribuem para a sua integração.

Os espaços com estrutura tendencialmente tabernal, são espaços essencialmente mais conotados com convívio e interconhecimento e, por conseguinte, mais marcados por fortes sociabilidades endógenas, originadas ou sedimentadas no próprio espaço, ao contrário do Solar, cuja frequência está muito voltada também para o convívio, contudo, assumindo contornos bastante diferenciados dos primeiros; aqui predominam as sociabilidades exógenas ao próprio espaço, o que significa que são provenientes do meio exterior. Consideramos, então, que uns e outros encontram-se clivados: o Solar caracterizado por um hermetismo social vivido no seio de cada grupo de frequentadores e as tabernas caracterizadas por uma maior fluidez advinda dos encontros, cruzados e rotineiros. Todavia, no que respeita a estes, esboça-se uma fronteira entre os inquiridos que usam o espaço como trampolim social, isto é, como espaço inerente à prática do convívio e os que o usam como instrumento, não raro associado a um espaço "alimentar" (lanches, refeições). Se nos primeiros está presente uma função de lazer, convidando os frequentadores a permanecer, (*estacionar)*, nos segundos emerge uma função

utilitária, coarctando a permanência e, por conseguinte, incitando à *passagem* (*passantes*).

Perante um vector analítico inerente às representações sociais face aos vinhos, constata-se que o seu consumo assenta em valores e representações favoráveis, nomeadamente no que respeita ao vinho corrente, e para os quais terão contribuído processos dinâmicos de socialização, provenientes de uma fase de vida muito jovem. Daqui se concluiu que sempre que o consumo vínico constitui um hábito de longa duração, este assenta em valores e representações sociais que tendo sido inculcados por via socializante, estão actualmente fortemente cristalizados.

No que respeita ao vinho do Porto, o seu uso articula-se a uma valoração não transversal; isto é, uma vez que está associado à tradição e à celebração, o seu consumo é avaliado como distintivo, mormente para os frequentadores do Solar. Conformemente, o consumo do vinho do Porto quando tornado hábito reflecte uma prática que em termos sociais se traduz por distinção, que será tanto mais real quanto mais o hábito se verificar em espaço semi-público marcado pela distância social face aos demais; nestes meandros, o Solar destaca-se dos restantes espaços que comercializam vinho do Porto.

O consumo do vinho corrente prende-se a espaços semi-públicos fortemente marcados por uma dominância masculina, condicionadora inclusivamente dos temas de conversas que versam predominantemente o desporto. Essa dominância masculina liga-se a simbolismos associados à virilidade e à masculinidade, reforçados por preconceitos sociais ainda marcantes e estigmatizantes face à frequência do género feminino em alguns dos espaços semi-públicos seleccionados; esta situação ocorre com maior acuidade, mas não com exclusividade, nas casas Valente e Túnel do que nas restantes.

Já os espaços aqui mais vocacionados para o consumo do vinho do Porto são alvo de uma demarcação entre si: se na Soraya se presencia um predomínio masculino, coexistente, não obstante, com a presença regular mas bastante minoritária do género feminino, o Solar caracteriza-se por uma

frequência mista, embora tenha sido inquirido um número consideravelmente superior de homens.

O equacionamento da ritualização dos vinhos enquanto aspecto analítico mostrou-se fundamental, pois associando-se a este vector simbologias e rituais, permitiu-nos confirmar, uma vez mais, estarmos perante espaços diferenciados no que respeita a este tipo de vivências. Assim, confirmámos que os consumos dos vinhos se prestam a ritualizações específicas e concordantes com cada um dos tipos de vinho aqui em questão, emergindo em cada espaço, por inerência do perfil social dos seus frequentadores, rituais, ritualizações e cerimoniais vínicos diferentes entre si, independentemente do tipo de vinho. Desta forma, cada tipo de cerimonial vínico conta com uma simbólica própria que exige iniciação e conhecimento prévio, mais marcadamente incidente no vinho do Porto do que no vinho corrente. Em todo o caso, a máxima expressão do cerimonial ritualista vínico encontrando-se, realmente, associada ao vinho do Porto, não se adequa a qualquer estabelecimento que o comercialize, pelo que o Solar se destaca dos demais: Valente, Túnel, Soraya e Jaime.

Pudemos constatar que, no que toca a rituais, o vinho corrente não será o que mais os centraliza. Ao vinho do Porto associam-se, assim, rituais inseridos em estratégias de distinção, diferenciados, porém, pelo próprio espaço em si.

Um último vector analítico remete para os motivos sociais associados ao consumo vínico. E o motivo que recorrente e transversalmente ressaltou como subjacente a estes tipos de consumos, para além do vinho em si, incidiu nos relacionamentos, nas interacções, nos desempenhos sociais exteriorizados, ou seja, nas sociabilidades, motivo que leva os inquiridos, principalmente os dos quatro primeiros Tipos de casas, a preferirem efectuar estes consumos em espaço semi-público do que em espaço doméstico, nomeadamente quando o que predomina é a sua ligação a uma estrutura de lazeres. Pese embora este facto, a vivência sociabilitária difere consoante as características do próprio espaço em si.

Finalizaríamos esta notas conclusivas reforçando a clara percepção, por parte dos frequentadores, do xadrez social diferenciado existente e da ideia de que a estruturação da sociedade comporta diferenciações que se inscrevem no espaço social e no espaço físico, com tradução no plano simbólico. Desta feita, a noção da existência de homologias entre posições e disposições sociais, está presente nos frequentadores inquiridos: a posições específicas no espaço social correspondem consumos e práticas também específicas, nomeadamente no que toca ao consumo de bebidas e à frequência de espaços semi-públicos onde essas bebidas são comercializadas, o que se traduz na emergência de grandes grupos com perfis sociais afins ao perfil físico, social e económico dos espaços públicos em estudo.

Importa agora, já prestes a colocar o ponto final nesta pesquisa, traçar umas breves linhas sobre o seu contributo específico a nível científico. Começaríamos, então, por alertar para o facto de se tratar de um terreno de observação pouco estudado e, por conseguinte, ainda com muito por desbravar nos férteis meandros da Sociologia.

O ecletismo metodológico a que se recorreu – prática que actualmente já vai encontrando seguidores nesta área científica – contribuiu, certamente, para um olhar mais profundo sobre as coisas e os casos, enriquecendo esta dissertação. Mas contribuiu também para uma mais densa articulação entre os níveis micro, meso e macrossociológicos - objectivo a que nos propusemos à partida deste estudo. Privilegiaram-se, assim, processos dinâmicos de interacção e significados dados pelos sujeitos às suas acções (nível micro), mas deu-se também atenção aos cenários ou contextos de interacção e às suas propriedades intrínsecas (nível meso), tal como esteve presente a estrutura social através do sistema de posições sociais (nível macro).

Numa palavra, diríamos que este estudo apostou fortemente na articulação entre dimensões objectivas e dimensões subjectivas, isto é, entre condições de existência de actores sociais e a sua articulação a estilos e modos de vida, representações e simbologias.

E porque nunca fica tudo dito (ou escrito), somos levados a referir uma possibilidade final, que poderia, certamente, resultar num reiniciar (ou continuar) desta investigação. Como vimos, sob os frequentadores inquiridos pende uma vertente social tendencialmente reprodutora, assumindo como confronto estratégico, a geração anterior. E esta tendência, enquanto tal, atravessa os cinco Tipos de estabelecimentos. Isto não significa, porém, inexistência de salpicos sociais móveis que, aqui e ali, vão emergindo com alguma timidez. Assim, perante agentes protagonistas deste tipo de mobilidade, com contornos ainda pouco nítidos (mobilidade fragmentada?), pertinente se tornaria equacionar o impacto dos grupos de referência no que respeita à (re)estruturação das suas vivências passando estas não só pela apropriação apreendida, fruto de efeitos ressocializantes, mas pela própria construção e/ou reconstrução de sinais vínicos distintivos.

Ora, se os grupos de amigos reforçam práticas vínicas inscritas na estrutura de lazer – e isto foi adquirindo centralidade nesta investigação -, já a influência dos grupos de referência face à reconstrução de gostos vínicos e/ou acumulação de (novos) hábitos de consumo ou de frequência, não ficou aqui provada. Esta hipótese não fica, contudo, excluída, o que significa que nos deparamos com um vector hipotético aberto a novas continuidades de pesquisa.

ANEXOS

ANEXO 1

Anexo 1.1

GRELHA DE OBSERVAÇÃO

1. Designação do estabelecimento -
2. Tipo de estabelecimento -
3. Dia e hora de observação (duração aproximada do tempo de permanência no estabelecimento) -
4. Caracterização climatérica do tempo -
5. Número de pessoas, nacionalidade (nacionais/estrangeiros) –
6. Sexo predominante -
7. Tipo de pessoas - caracterização sócio-económica -
8. Modo de vestir -
9. Linguajar -
10. Relacionamentos entre os clientes do mesmo grupo (ou ocupantes da mesma mesa) –
11. Relacionamentos com os outros clientes (elementos exógenos ao grupo/ocupantes de outra mesa) -
12. Relacionamento do proprietário/empregado/escanção com a clientela -.
13. Forma de estar (à vontade, uso e apropriação do espaço) -
14. O que consomem -
15. Como consomem -
16. Porque consomem (Ex. (i) bebida; (ii) procura de convívio; (iii) fuga à solidão... explorar)
17. Reacção à presença do observador -
18. Objectos existentes/descrição (valores-signos incorporados aos objectos - além do seu valor de uso - simbolismos) -
19. Observações -

ANEXO 1.2

GRELHA PARA CARACTERIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS

NOME _____

DIRECÇÃO_____

FREGUESIA_____

DESIGNAÇÃO OFICIAL _____

1. Pertence ao Centro Histórico

0. Não

1. Sim

2. Balcão

1. Existe, de madeira

2. Existe, de outro material

3. Não existe balcão

3. Comes

1. Existem petiscos, sandes, salgados, fumeiro

2. Não existem

4. Pipas

1. Existem dentro do balcão -------

2. Existem fora do balcão ----------

3. Não existem pipas

5. O vinho é tirado directamente da pipa

0. Não

1. Sim

6. Cheiro de vinho no ar

0. Não Existe

1. Existe

7. Venda de vinho corrente ao copo/taça

0. Não

1. Sim

8. Temporalidade da venda

0. Raramente

1. Ocasionalmente ao fim de semana

2. Primordialmente ao fim de semana

3. Apenas ao fim de semana

4. Ocasionalmente à semana

5. Primordialmente à semana

6. Apenas durante a semana

7. Diariamente ou quase

9. Existência de garrafas de Vinho do Porto expostas

1. Sim, menos de 10

2. Sim, 10 ou mais

3. Não existem

10. Venda de Vinho do Porto ao copo/cálice

0. Não

1. Sim

11. Temporalidade da venda

0. Raramente

1. Ocasionalmente ao fim de semana

2. Primordialmente ao fim de semana

3. Apenas ao fim de semana

4. Ocasionalmente à semana

5. Primordialmente à semana

6. Apenas durante a semana

7. Diariamente ou quase

12. Maior consumo

1. Vinho corrente
2. Vinho do Porto

13. Mesas de quatro lugares

0. Não existe nenhuma
1. Existem --------

14. Mesas compridas colectivas

0. Não existe nenhuma
1. Existem ------

15. Restaurante

1. Coexiste restaurante no mesmo espaço
2. Existe divisão para restaurante no mesmo piso
3. Existe restaurante no piso superior/inferior
4. Não existe restaurante
5. O estabelecimento é apenas restaurante

16. Mercearia

1. Coexiste mercearia
2. Existe divisão para mercearia
3. Não existe mercearia

17. Espaço exterior

1. Tem espaço exterior descoberto com mesas
2. Tem espaço exterior descoberto sem mesas
3. Não tem espaço exterior

OBSERVAÇÕES

ANEXO 1.3

GUIÃO DE ENTREVISTA AO FREQUENTADOR-CONSUMIDOR

I

1. Se lhe pedisse para definir esse espaço, o que diria? (= o que significa este espaço para si?)
2. Costuma lá ir muitas vezes? Sempre à mesma hora? (horas e dias de frequência habituais)
3. Permanece lá muito tempo seguido? Quanto, mais ou menos?
4. O que fazem lá os clientes? (para além de comer e beber) Como passam o seu tempo lá?
5. Que assuntos são abordados/discutidos?
6. Acha que esse espaço costuma ser muito frequentado? (horas/dias da semana...)
7. Acha que é mais frequentado por homens ou por mulheres? Porque é que isso acontece?
8. Em geral, as pessoas entram sozinhas ou acompanhadas?
9. As pessoas em geral passam muito tempo lá? Normalmente são sempre os mesmos clientes?
10. Os clientes conhecem-se uns aos outros?
11. Em geral como se relacionam as pessoas entre si? (dentro e fora do estabelecimento). Mantêm relações de "amizade" fora desses espaços? Explorar.
12. O Sr. tem amigos lá dentro? É fácil arranjar amigos lá dentro? Porquê? Como é que isso acontece normalmente?
13. É frequente marcar-se encontro nesse espaço, ou os encontros são casuais?
14. E com o proprietário do estabelecimento, como se relacionam?
15. Desde que frequenta esse estabelecimento, o tipo de clientela mudou? Há quanto tempo frequenta este estabelecimento?
16. Que outros espaços, para além deste, frequenta também?
17. Lembra-se da 1ª vez que entrou neste tipo de estabelecimento? (explorar: se foi taberna, casa de pasto, adega...) O que o levou lá? Como se sentiu?

(Explorar: com quem foi, idade, e com os outros clientes como é em geral?) – adequar a questão à situação.

18. Acha que existem muitos espaços como este? / Acha que espaços como esse estão a desaparecer? Ou a sua existência não é posta em causa?
19. O que se costuma consumir aí habitualmente? Quando? Como? Ao copo/taça/cálice? Adquirem garrafa? (questionar sobre a comida e a bebida – mais vinho, VP ou cerveja – e saber se foi sempre assim ou se alterou a escolha e porquê).
20. Como é feito o pedido do vinho/VP neste tipo de estabelecimentos?
21. Consome vinho/VP fora desse espaço? Que tipo de vinho/VP? Em que ocasiões? (preferências consoante a hora do dia) Onde? Como? Com quem? E nesse espaço? (adequar)
22. O que leva as pessoas a beber em espaços públicos? Considera que existem diferenças entre beber em espaços públicos ou no espaço doméstico? (Explorar)
23. Na sua opinião porque é que as pessoas consomem vinho/VP?
24. Em geral o que representa o vinho/VP para as outras pessoas? E para si?
25. Acha que há uma forma típica de beber o vinho/VP? Qual?
26. Acha que toda a gente bebe o vinho/VP da mesma maneira, ou há maneiras diferentes de o(s) beber? Explique.
27. Em geral as pessoas bebem apressadas ou não, nesse espaço? Porquê?
28. Praticam-se aqui rodadas, ou jogos de beber, beber à saúde de..., concursos de bebida? (ligação com o vinho/VP). Diria que lá há rituais?
29. Costuma participar em rituais?
30. O que é para si um ritual?
31. Acha que neste tipo de estabelecimentos se consome vinho/VP moderadamente? E em outros tipos de espaços públicos (tipo tabernas, adegas, casas de pasto..., por exemplo)?
32. O que é para si consumir moderadamente?
33. Qual o comportamento típico das pessoas aqui?
34. Sabe dizer donde são os clientes habituais? Sabe onde residem? Idades aproximadas.
35. O que fazem essas pessoas? Como ganham a vida? (ocupação)

36. Qual destas quatro hipóteses, considera constituir a razão mais forte para atrair as pessoas a tabernas e tasquinhas:
    i) o gosto/hábito da bebida
    ii) a procura de convívio
    iii) a fuga à solidão
    iv) hábitos herdados na família

    Explorar a resposta.
37. Haverá outra razão ainda mais forte? Qual?
38. Que características poderia atribuir ao Vinho do Porto? E ao vinho corrente em geral?
39. O vinho é importante na vida de uma pessoa? E o Vinho do Porto? Porquê?
40. Que tipo de relação se pode estabelecer entre o vinho /VP e a saúde?
41. Existe um comportamento típico nos consumidores de Vinho do Porto? Qual é?
42. Como é que caracteriza a população portuguesa no que respeita aos seus hábitos de consumo alcoólicos? Explorar.
43. Considera que os portugueses em geral consomem muito vinho/VP? Porquê?
44. Considera que a população portuguesa é diferenciada no sentido de estar hierarquizada em termos sociais? (Existem classes sociais?) Auto-posicionamento
45. E isso reflecte-se na escolha dos vinhos (corrente e VP)? Porquê?

II

46. Como define uma taberna? (características que a diferenciem de outros estabelecimentos afins: cafés, casas de pasto, restaurantes...)
47. Na sua opinião, o que leva as pessoas a frequentaram esses estabelecimentos públicos (tasquinhas, tabernas, etc.)?
48. Acha que as pessoas gostam mais de lá ir do que de ficar em casa? Porquê?
49. Quais julga serem as horas de maior frequência?
50. Na sua opinião, que tipo de pessoas frequenta esses espaços? (taberna) (caracterização)
51. Há relações de poder nesses espaços? (desenvolvidas pelos e entre os clientes?)

52. Como se estabelecem? (= acha que os clientes mais antigos têm privilégios aqui dentro?...)
53. Há recurso a estratégias para se obter e garantir o poder?
54. Habitualmente existem conflitos nesse tipo de estabelecimentos (taberna, casa de pasto...)? de que tipo? porquê?

III

55. Como é o seu quotidiano?
56. Como é a sua vida familiar? Costuma passar muito tempo em casa? +/- quanto? Porquê?
57. Gosta mais de estar em casa ou fora de casa? Porquê?
58 Quais são as suas expectativas perante a vida? (= O que espera da vida?)
59. O senhor tem amigos? Donde são os seus amigos? (freguesia/concelho)
60. Como os conheceu? Quando, em que ocasiões?
61. O que fazem os seus amigos?
62. Habitualmente o que faz nos seus tempos livres?

IV

63. Donde é o Sr.? Onde reside? Idade?
64. Qual é a sua profissão? O que faz? (condição perante o trabalho, situação na profissão)
65. Grau de instrução?
66. O Sr. é casado?
67. O que faz a sua esposa? (profissão, situação na profissão, condição perante o trabalho, e idade)
68. Grau de instrução?
69. Tem filhos? Idades, profissões, e grau de instrução
70. Relativamente ao seu pai: Profissão, situação na profissão, grau de instrução e idade.
71. Relativamente à sua mãe: Profissão, situação na profissão., grau de instrução, e idade.
72. O seu pai também costumava frequentar estabelecimentos desse tipo? Lembra-se como a sua mãe reagia a isso?
73. E o seu avô? (idem para a avó)

74. Já agora, alguma vez se fez acompanhar da sua esposa/namorada/ companheira a uma taberna? Como reagiu ela? (caso o acompanhe e caso fique em casa).

ANEXO 1.4

GUIÃO DE ENTREVISTA AO PROPRIETÁRIO

I

1. Este espaço costuma ser muito frequentado? A que horas há mais movimento? Regra geral são os mesmos clientes (em tempos diferentes?)
2. As pessoas passam muitas horas seguidas aqui?
3. Vêm cá muitas vezes?
4. Porquê que as pessoas frequentam este espaço? O quê que as pessoas procuram aqui? (comer, beber, arranjar novos amigos, conversar, conhecer gente...)
5. E acha que encontram o que procuram?
6. O que fazem aqui as pessoas? Como passam o seu tempo?
7. Há concursos de cartas ou de outros jogos?
8. Há reuniões aqui? Para quê/porquê? (explorar)
9. Que tipo de assuntos são abordados ou mais discutidos aqui? (temas de conversas)
10. Diria que espaços como este estão a desaparecer? Ou a sua existência não é posta em causa?
11. Se lhe pedisse para definir este espaço, o que diria?
12. Este estabelecimento tem parte para habitação? (se sim explorar – se é para alugar, a quem, se o pagamento é ao dia...)
13. Onde vive o senhor? Neste bairro?...
14. O quê que as pessoas consomem aqui, preferencialmente, no dia-a-dia? (comes e bebes) quando? Como? Qual a postura? E ao fim-de-semana? Idem...
15. Como é feito o pagamento? Existe fiado? (porquê?)
16. Qual a bebida que aqui tem mais saída: (vinho, Vinho do Porto ou cerveja?) Foi sempre assim desde que o Sr. está aqui? Acha que está alguma coisa diferente?
17. Porquê que as pessoas bebem vinho? O que representa o vinho para as pessoas? E para si?
18. Na sua opinião, porquê que as pessoas bebem Vinho do Porto? O que representa o Vinho do Porto para as pessoas? E para si?

19. O que leva as pessoas a beber em espaços públicos? Há diferença entre beber em locais públicos ou no espaço doméstico? (explorar)
20. Na sua opinião as pessoas em geral gostam mais de beber em casa ou em locais públicos?
21. Acha que há uma forma típica de beber o vinho? Toda a gente o bebe da mesma maneira?
22. Vejo que as pessoas aqui consomem desta maneira... Acha que as outras pessoas das outras camadas sociais consomem também assim o vinho? bebem apressadas ou não?
23. Praticam-se aqui rodadas, jogos de beber, beber à saúde de..., concursos de bebidas? (ligação com o vinho/VP)
24. Diria que há rituais aqui? Quais? O que é para si um ritual?

II

25. Que tipo de pessoas frequenta este espaço? Como as caracteriza?
26. De onde são estas pessoas? Onde residem? Idades aproximadas.
27. Essas pessoas trabalham? Como ganham a vida?
28. Como é o seu quotidiano? E o do Sr.?
29. Qual é o estilo de vida dessas pessoas? o que esperam da vida? E o Sr.?
30. Como pensa que seja a vida familiar dessas pessoas?
31. Como são as suas relações de amizade? como "fazem" amigos?
32. Que valores defendem essas pessoas?
33. Como é a realidade para eles? E para si?
34. Essas pessoas são clientes habituais, fixos, ou são provisórios/eventuais? Vêm sempre à mesma hora?
35. Eles conhecem-se entre si? Existem amigos aqui dentro? Como é que "fazem" amigos?
36. Aparecem sozinhos ou acompanhados? Como se desenvolve a sua postura cá dentro?
37. Como se relacionam? (cá dentro e lá fora) Há diferenças de relacionamentos entre os clientes?
38. Há relações de poder neste espaço? (desenvolvidas pelos e entre os utentes)? Como se estabelecem?
39. Há recurso a estratégias para se obter/manter e garantir o poder?

40. Existem conflitos aqui (de vez em quando)? Ou já existiram? de que tipo? porquê?

III

41. O que se pode entender por taberna? (o que é uma taberna?) Explorar com o antigamente.
42. Considera que taberna e tasca ou tasco é tudo a mesma coisa?
43. Há tabernas diferentes entre si? (Explorar)
44. Existem diferenças entre as pessoas que frequentam uma taberna de dia e as que a frequentam de noite? Em que sentido?
45. Na sua opinião, o que pensam as pessoas em geral dos clientes habituais das tabernas? (Explorar e incidir também na diferença dia/noite)
46. Qual a sua opinião sobre as mulheres que frequentam tabernas? Considera que os outros, em geral, pensam da mesma maneira?
47. (pontual) Diria que este espaço tem características de taberna? (ou pode ser confundido com uma taberna?) (Explorar)
48. Este estabelecimento tem parte para habitação/(pensão)? (se sim explorar – se é para alugar, a quem, se o pagamento é ao dia...)
49. Há quanto tempo existe este estabelecimento? E há quanto tempo é proprietário deste espaço?
50. Desde que é proprietário, fez obras neste estabelecimento? Se sim, que tipo de obras e porquê? Se não, o anterior proprietário fez obras?
51. Ao longo desse tempo diria que houve alteração dos clientes? eles são diferentes? (em que sentido?) são os mesmos?
52. Os seus clientes habituais frequentam este espaço há muitos anos? Em geral, com que idade começam a frequentar espaços destes? E normalmente com quem é que aparecem no início? (quem os inicia?)
53. Como vivem, os clientes, os seus tempos livres?
54. Que tipo de necessidades têm esses indivíduos?
55. O que é para si qualidade de vida? Considera que os seus clientes habituais têm qualidade de vida?
56. Estes clientes revelam preocupações com a sua saúde?
57. Consomem moderadamente? o que é para si consumir moderadamente?

58. O maior gasto de dinheiro é com que bem? (= o que mais se consome aqui?)
59. Preocupam-se com os efeitos a nível de saúde? e a nível de estética?
60. Está satisfeito com a clientela que tem? Se lhe fosse possível escolher, que tipo de clientela preferia?
61. Qual o comportamento típico destas pessoas aqui?
62. Gosta de trabalhar aqui? Porquê?
63. Quando o Sr. não está aqui, o que faz? o que faz fora daqui?
64. Como passa os seus tempos livres? O que faz?
65. De onde são os seus amigos? O que fazem? Como é que o Sr. "faz" amigos?
66. Como é a sua vida familiar?
67. Como é que caracteriza a população portuguesa?
68. Considera que a população portuguesa é diferenciada no sentido de estar hierarquizada em termos sociais? (existem classes sociais?) Auto-posicionamento.
69. Se não fosse proprietário/gerente desta casa, o que gostaria de ser?

IV

70. O Sr. tem empregados? Quantos?
71. Quem trabalha aqui consigo? (e família? é remunerada?)
72. O que faz a sua esposa? Profissão + Situação na profissão
73. Tem filhos? Quantos? Idades e profissão. Grau de instrução.
74. Qual o futuro que gostaria para os seus filhos? (Pensa que eles estão a corresponder?)
75. O que faz/fazia o seu pai? E a sua mãe? (profissão e situação na profissão + grau de instrução
76. Grau de instrução do Sr. e esposa.

ANEXO 1.5
Técnicas de análise por objectivos

OBJECTIVOS ESPECÍFICOS/TÉCNICAS DE ANÁLISE	Análise Documental	Exploração Estatística	Observação Directa	Análise imagística	Entrevistas	Inquéritos
I. Identificação de factores estruturais e de tendências evolutivas actuais ligados à prática vínica em termos de consumo	Central	Complementar			Complementar	
II. Caracterização de estilos de vida e de produções quotidianas específicas tendo em conta práticas sociais circunscritas ao vinho 1. Inserção dos consumos dos vinhos no quotidiano 2. Sociabilidades associadas aos consumos dos vinhos 3. Lógicas simbólico-comportamentais afins a espaços públicos e tempos específicos (e relações de poder) 4. Apropriações dos vinhos e disposições para o consumo (lógicas simbólico-comportamentais) 5. Gramática comportamental face aos consumos dos vinhos - simbolismo, gosto, (re)socialização, iniciação 6. Ritualização do vinho de acordo com os meios sociais – simbolismo, cerimonial, ritual, arte(s) e estratégias 7. Valores e representações sociais face aos vinhos 8. Motivos sociais associados ao consumo vínico	Complementar	Residual	Central	Complementar	Central	Central
III. Identificação e demarcação dos grupos sociais abrangidos – Caracterização socioprofissional 1. classes sociais de origem, de pertença/família e trajectórias sociais 2. estrutura e dimensão familiar 3. aspirações sociais, grupos de referência e estratégias de legitimação social	Complementar		Complementar	Complementar /Residual	Central	Central

ANEXO 1.6

INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO

SECÇÃO AUTÓNOMA DE SOCIOLOGIA
FACULDADE DE LETRAS DA UNIVERSIDADE DO PORTO

Nº do Inquérito

CONSUMOS, SOCIABILIDADES E REPRESENTAÇÕES EM TORNO DO VINHO

Este inquérito por questionário enquadra-se num estudo de foro sociológico sobre *Consumos, Sociabilidades e Representações em torno do Vinho* e está a ser aplicado a clientes que tenham ido mais do que uma vez e que estejam presentes em alguns estabelecimentos de bebidas ou de bebidas e restauração nas cidades do Porto e de Vila Nova de Gaia.
O inquérito é anónimo e não identifica, em momento algum, o inquirido. Os dados informativos recolhidos neste inquérito são confidenciais, e destinam-se, essencialmente, a provas de Doutoramento.
Pedimos a sua colaboração e agradecemos desde já a sua participação que é fundamental para o desenvolvimento deste estudo.

Dulce Magalhães

Maio de 2001

F - FREQUÊNCIA, ASSIDUIDADE E HÁBITOS

FF1. Com que frequência aparece neste estabelecimento?

Diariamente ou quase		(8)
Todos dias úteis ou quase		(7)
Uma vez por semana		(6)
Duas a três vezes por semana		(5)
Fins-de-semana em geral		(4)
Duas a três vezes por mês		(3)
Uma vez por mês		(2)
Às vezes		(1)
NS		(98)
NR		(99)

FF2. (Se respondeu *Às vezes*), Diria que frequenta este estabelecimento...

...menos do que uma vez por ano		(1)
...uma vez por ano		(2)
...duas vezes por ano		(3)
...três vezes por ano		(4)
...quatro vezes por ano		(5)
...cinco vezes por ano		(6)
...seis vezes por ano		(7)
Outro. Qual? _____		(90)
NS		(98)
NR		(99)
Não se aplica		(00)

FA3. Há algum dia da semana, de 2ª feira a Domingo e feriados, que frequente este estabelecimento com mais assiduidade relativamente aos demais?

Sim		(1)	
Não		(0)	→F5
NR		(99)	→F5

FA4. (Se respondeu *Sim*), Em que dia(s) isso acontece? Depois do inquirido responder a esta questão, passar à FPT6.

2ª feira		(a)
3ª feira		(b)
4ª feira		(c)
5ª feira		(d)
6ª feira		(e)
Sábado		(f)
Domingo		(g)
Feriados		(h)
NR		(99)
Não se aplica		(00)

FA5. (Se respondeu *Não*), Isso fica a dever-se ao facto de:

Frequentar igualmente todos os dias ou quase		(1)
É variável a frequência a este estabelecimento		(2)
Outra. Qual? _____		(90)
NR		(99)
Não se aplica		(00)

FPT6. Em que períodos de tempo frequenta, normalmente, este estabelecimento?

	FPT6. Períodos que frequenta			FPT7. 1º período mais frequentado (A)		FPT7. 2º período mais frequentado (B)		FPT7. Ambos com igual frequência (C)	
De manhã		(a)			(1)		(1)		(1)
Antes do almoço		(b)			(2)		(2)		(2)
Almoço		(c)			(3)		(3)		(3)
Após o almoço		(d)			(4)		(4)		(4)
À tarde (hora do lanche)		(e)			(5)		(5)		(5)
Antes do jantar		(f)			(6)		(6)		(6)
jantar		(g)			(7)		(7)		(7)
Após o jantar		(h)			(8)		(8)		(8)
Todos		(i)			(9)		(9)		(9)
Não existe regularidade		(97)	→F9		(97)		(97)		(97)
NS		(98)	→F9		(98)		(98)		(98)
NR		(99)	→F9		(99)		(99)		(99)
Não se aplica					(00)		(00)		(00)

FPT7. Desses, indique, por ordem, quais são os **dois** períodos de tempo mais frequentados por si: 1º período de tempo mais frequentado e o que se lhe segue imediatamente em grau de frequência isto é, 2º período mais frequentado. (Registar a resposta no quadro da pergunta FPT6)

FPT8. Normalmente, quanto tempo seguido permanece no estabelecimento no período de tempo mais frequentado por si? (1º período de tempo) (Apenas **uma** resposta)

Menos de 15 minutos		(1)
Entre 15 a 30 minutos		(2)
Entre 30 minutos a 1 hora		(3)
Entre 1 a 2 horas		(4)
2 a 3 horas		(5)
3 a 4 horas		(6)
Mais de 4 horas		(7)
Não existe regularidade		(97)
NS		(98)
NR		(99)
Não se aplica		(00)

FD9. Habitualmente, quando se desloca a este estabelecimento vem... (Apenas **uma** resposta)

...de casa		(1)
...de casa de familiares/amigos/colegas		(2)
...do local de trabalho ou afim		(3)
...de outro estabelecimento idêntico a este		(4)
...de outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração		(5)
...de um estabelecimento de ensino		(6)
...de passear		(7)
...das compras		(8)
Outro. Qual? _____		(90)
Não existe regularidade		(97)
NR		(99)

FD10. Habitualmente, quando sai do trabalho vai directamente: (Apenas **uma** resposta)

Para casa		(1)
Para casa de familiares/amigos/colegas		(2)
Para este estabelecimento		(3)
Para outro estabelecimento idêntico a este		(4)
Para outro estabelecimento de bebidas ou de bebidas e restauração		(5)
Para um estabelecimento de ensino		(6)
Passear		(7)
Fazer compras		(8)
Outro. Qual? _____		(90)
Não existe regularidade		(97)
NR		(99)

FD11. Na maior parte das vezes costuma aparecer:

Com cônjuge/companheiro(a)/namorado(a)		(a)
Com familiares. Quem? _____		(b)
Com amigos/pessoas conhecidas neste estabelecimento ou noutro semelhante		(c)
Com amigos/pessoas conhecidas noutro tipo de estabelecimento de bebidas e/ou restauração		(d)
Com amigos/pessoas conhecidas noutros locais		(e)
Com colegas de trabalho		(f)
Com vizinhos		(g)
Sozinho		(h)
Outros. Quem? _____		(90)
Não existe regularidade		(97)
NR		(99)

FCE12. Como conheceu este estabelecimento? Por intermédio de...

...cônjuge/companheiro(a)/namorado(a)		(a)
...familiares Quem? _____		(b)
...amigos/pessoas conhecidos noutro tipo de estabelecimento de bebidas e/ou restauração		(c)
...amigos/pessoas conhecidos noutros locais		(d)
...colegas de trabalho		(e)
...vizinhos		(f)
...de divulgação publicitária (guia/roteiro da cidade...)		(g)
Por casualidade		(h)
Por passagem nas imediações		(i)
Outro. Qual? _____		(90)
Não se lembra		(95)
NR		(99)

FM13. Indique, por ordem de preferência, **dois** motivos que o levam a frequentar este estabelecimento?

	1° motivo (A)	2° motivo (B)	
Encontrar-se/estar com amigos ou conhecidos			(1)
Conhecer pessoas novas			(2)
Conversar com alguém que apareça			(3)
Estar com colegas de profissão			(4)
Tratar de assuntos profissionais/de trabalho			(5)
Namorar			(6)
Beber vinho corrente			(7)
Beber Vinho do Porto			(8)
Beber um copo (outras bebidas)			(9)
Comer/lanchar			(10)
Tomar café			(11)
Sair de casa			(12)
Frequentar um estabelecimento habitual			(13)
Frequentar um estabelecimento diferente dos habituais			(14)
Frequentar um estabelecimento requintado			(15)
Frequentar um estabelecimento popular			(16)
Outro. Qual?	_____	_____	(90)
NR			(99)

FM14. Deste conjunto, indique o motivo que hoje o trouxe cá: (Apenas **um**)

Motivos profissionais (encontro lúdico-social de negócios ou de trabalho)		(1)
Motivos afectivos (namoro, amizade)		(2)
Motivos familiares		(3)
Motivos de entretimento/lazer/fruição		(4)
NR		(99)

FP15. Geralmente como preenche o tempo neste estabelecimento?

A estar/conversar com amigos/conhecidos/colegas		(a)
A estar/conversar com o proprietário/gerente/empregado		(b)
A ler o jornal		(c)
A ver TV		(d)
A jogar cartas/damas/xadrez/dominó...		(e)
A jogar malha		(f)
A beber		(g)
A lanchar/comer/petiscar		(h)
Outro. Qual? _____		(90)
Não existe regularidade		(97)
NR		(99)

FAE16. Tem tendência para ocupar sempre o mesmo espaço neste estabelecimento?

Sim		(1)
Não		(0)

FAE17. Porquê?

_____

_____

_____

FAE18. Normalmente... (**Uma** só resposta)

...senta-se		(1)
...permanece de pé		(2)
Não existe regularidade		(97)
NR		(99)

FAF19. Há quanto tempo, aproximadamente, frequenta este estabelecimento? (Independentemente da regularidade com que o faz)

Há menos de 1 ano		(1)
1 a 2 anos		(2)
3 a 5 anos		(3)
6 a 10 anos		(4)
10 a 15 anos		(5)
15 a 20 anos		(6)
Mais de 20 anos		(7)

FA20. Diria que é um cliente assíduo deste estabelecimento?

Sim		(1)
Não		(0)
NS		(98)
NR		(99)

FT21. Das seguintes características, quais são, no seu entender, as **duas** que melhor definem este espaço? (Mostrar lista) (Indicar apenas **duas**)

Sossegado		(1)
Animado		(2)
Conflituoso		(3)
Intimidador		(4)
Barulhento		(5)
Agressivo		(6)

Acolhedor		(7)
Movimentado		(8)
Cerimonioso		(9)
Requintado		(10)
Confuso		(11)
Íntimo		(12)

FT22. Diria que este estabelecimento é do tipo: (Mostrar lista). (**Uma** só resposta)

Bar		(1)
Bar de luxo		(2)
Café		(3)
Tasco		(4)
Taberna		(5)
Casa de pasto		(6)
Botequim/Boteque		(7)
Outro. Qual? _____		(90)

NS		(98)
NR		(99)

FAF23. Costuma frequentar, com a mesma regularidade, outros estabelecimentos **idênticos**? (do mesmo tipo)

Sim		(1)
Não		(0)
NR		(99)

FI24. A primeira vez que entrou em estabelecimentos **deste** tipo... (neste ou noutro **idêntico**)

FI24.1 ...que idade tinha?

Menos de 16 anos		(1)
Entre 16 - 17 anos		(2)
Entre 18 - 25 anos		(3)
Entre 26 – 35 anos		(4)
Entre 36 – 45 anos		(5)

FI24.2 ...quem o acompanhou?

Namorado(a)/cônjuge/companheiro(a)		(a)
O pai		(b)
Um avô		(c)
Um tio		(d)
Irmão/primo(s)		(e)

De 46 – 55 anos		(6)
Mais de 55 anos		(7)
Não se lembra		(95)
NR		(99)

Amigos/colegas		(f)
Estava sozinho		(g)
Outro(s). Quem? _____		(90)
Não se lembra		(95)

FOE25. Que **outro tipo** de estabelecimentos, para além deste, frequenta com regularidade? (Mostrar lista)

	FOE25. Estabelecimentos frequentados			FOE26. 1º mais frequentado (A)		FOE26. 2º mais frequentado (B)		FOE26. Igual frequência (C)	
Bar		(a)			(1)		(1)		(1)
Bar de luxo		(b)			(2)		(2)		(2)
Café		(c)			(3)		(3)		(3)
Tasco		(d)			(4)		(4)		(4)
Taberna		(e)			(5)		(5)		(5)
Casa de pasto		(f)			(6)		(6)		(6)
Botequim/Boteque		(g)			(7)		(7)		(7)
Outro Qual?		(90)					(90)		(90)
NR		(99)	→F27		(99)		(99)		(99)
Nenhum		(94)	→F27						
Não se aplica					(00)		(00)		(00)

FOE26. Desses, indique, por ordem de frequência, os dois estabelecimentos mais frequentados). (Registar a resposta no quadro da pergunta FOE25).

FOE27. Só se aplica aos inquiridos do **SOLAR DO VINHO DO PORTO**

FOE27.A. Conhece alguma taberna/tasquinha?

Não		(0)	→ F 30
Conhece de ouvir falar mas nunca entrou em nenhuma		(1)	→ F 30
Conhece e já entrou numa pelo menos uma vez		(2)	→ F 30
Conhece e frequenta		(3)	
NR		(99)	→ F 30
Não se aplica		(00)	

FOE27. Só se aplica aos inquiridos dos **OUTROS ESTABELECIMENTOS**

FOE27.B. Conhece o Solar do Vinho do Porto?

Não		(0)	→ F 30
Conhece de ouvir falar mas nunca o visitou		(1)	→ F 30
Conhece e já o visitou pelo menos uma vez		(2)	→ F 30
Conhece e frequenta		(3)	
NR		(99)	→ F 30
Não se aplica		(00)	

FOE28. (Se respondeu *Conhece e frequenta*), Com que assiduidade?

Mais do que uma vez por semana		(5)	
Uma vez por semana		(4)	
Uma vez de 15/15 dias		(3)	
Uma vez por mês		(2)	
Às vezes		(1)	
Outro. Qual? _____		(90)	
NS		(98)	
NR		(99)	
Não se aplica		(00)	

FOM29. O que mais o atrai a esse estabelecimento? (Indicar **dois** motivos de atracção).

Encontrar-se/estar com amigos ou conhecidos		(1)
Conhecer pessoas novas		(2)
Conversar com alguém que apareça		(3)
Estar com colegas de profissão		(4)
Tratar de assuntos profissionais/de trabalho		(5)
Namorar		(6)
Beber vinho corrente		(7)
Beber Vinho do Porto		(8)
Beber um copo (outras bebidas)		(9)
Comer/lanchar		(10)
Tomar café		(11)
Sair de casa		(12)
Frequentar um estabelecimento habitual		(13)
Frequentar um estabelecimento diferente dos habituais		(14)
Frequentar um estabelecimento requintado		(15)
Frequentar um estabelecimento popular		(16)
Outro. Qual? _____		(90)
NR		(99)
Não se aplica		(00)

12 S - SOCIABILIDADES E REDES DE RELACIONAMENTOS

SCO30. Conhece outros clientes **deste** estabelecimento?

Todos ou quase todos		(1)
Alguns, para além dos que o acompanham		(2)
Poucos, para além dos que o acompanham		(3)
Só os que o acompanham		(4)
Não, nenhum		(0)

SG31. Diria que há grupos bem marcados cá dentro?

Sim		(1)	
Não		(0)	→S34
NS		(98)	→S34
NR		(99)	→S34

SG32. (Se respondeu *Sim*), Existe alguma espécie de rivalidade entre eles?

Sim		(1)	
Não		(0)	→S34
NS		(98)	→S34
NR		(99)	→S34
Não se aplica		(00)	

SG33. (Se respondeu *Sim*), Que tipo de rivalidade é essa?

_____

_____

SR34. Qual das seguintes situações ilustra melhor a prática da maioria dos outros clientes em geral neste estabelecimento (A)? E a sua atitude mais usual, também neste estabelecimento (B)? (Indicar apenas **uma**). (Mostrar lista)

	(A). Prática	(B). Atitude		
Não se juntar a ninguém, permanecendo sozinho			(1)	→S36
Juntar-se e comunicar apenas com as pessoas acompanhantes ou com quem se tenha marcado encontro previamente			(2)	
Juntar-se sempre às mesmas pessoas, não conversando			(3)	

com as restantes, nem comunicando com pessoas de outros grupos/mesas				
Tendência para juntar-se às mesmas pessoas mas conversar e comunicar com clientes de outros grupos/mesas			(4)	
Não se juntar sempre às mesmas pessoas e conversar com quem se mostra disponível para o fazer			(5)	

STC35. (Se tem por hábito juntar-se e conversar com alguém), Que tipo de assuntos são mais abordados nas conversas com as outras pessoas/clientes?

Futebol/desporto		(a)
Programas televisivos		(b)
Assuntos familiares/pessoais		(c)
Assuntos profissionais		(d)
Política		(e)
Economia/gestão		(f)
Religião		(g)
As novidades da rua/bairro/quarteirão		(h)
Comentários sobre situações passadas com outras pessoas		(i)
Comentários sobre situações passadas consigo próprio		(j)
Assuntos jocosos (piadas/anedotas...)		(k)
Generalidades		(l)
Outro. Qual?		(90)
Não se aplica		(00)

SS36. Na sua opinião, qual o sexo que predomina aqui, neste momento?

Masculino		(1)
Feminino		(2)
Ambos os sexos		(3)
NR		(99)

SS37. Na sua opinião, qual será o motivo desse predomínio?

_____

_____

_____

SR38. É fácil arranjar amigos neste estabelecimento?

Sim		(1)
Não		(0)
NS		(98)
NR		(99)

SR39. Considera que tem amigos dentro deste estabelecimento, para além dos que o acompanham?

Sim		(1)	
Não		(0)	→S43
NS		(98)	→S43
NR		(99)	→S43

SR40. (Se respondeu *Sim*), Encontra-se com esses amigos fora deste espaço?

Sim		(1)	
Não		(0)	→S43
NR		(99)	→S43
Não se aplica		(00)	→S43

SRL41. (Se respondeu *Sim*), Indique, por favor, os outros locais/situações onde se encontra mais frequentemente com esses amigos.

	SRL41. Outros locais de encontro		SRL42. 1° local (A)		SRL42. 2° local (B)		SRL42. Ambos igualmente (C)	
Local de habitação do inquirido		(a)		(1)		(1)		(1)
Local de habitação de familiares		(b)		(2)		(2)		(2)
Local de habitação dos amigos/colegas		(c)		(3)		(3)		(3)
Bares		(d)		(4)		(4)		(4)
Bares de luxo		(e)		(5)		(5)		(5)
Cafés		(f)		(6)		(6)		(6)
Tabernas		(g)		(7)		(7)		(7)
Tascos/tasquinhas		(h)		(8)		(8)		(8)
Casa de pasto		(i)		(9)		(9)		(9)
Botequim/Boteque		(j)		(10)		(10)		(10)
Restaurantes		(k)		(11)		(11)		(11)
Clubes		(l)		(12)		(12)		(12)
Discotecas		(m)		(13)		(13)		(13)
Jardins, passeios públicos		(n)		(14)		(14)		(14)
Outro. Qual?		(90)		(90)		(90)		(90)
Não se aplica		(00)		(00)		(00)		(00)

SRL42. Desses, qual é o local onde se encontram mais vezes (1° local (A)), e qual o que se segue por ordem de incidência (2° local (B))? (Registar a resposta no quadro da pergunta SRL41)

SR43. Das seguintes frases, qual a que se adapta melhor à sua prática? (Escolher apenas **uma** frase). (Mostrar lista)

Beber um copo neste estabelecimento...

... é um pretexto para **conhecer** gente e **estabelecer** laços de amizade ou camaradagem		(1)
... é um pretexto para **reforçar** laços de amizade ou camaradagem		(2)
... é um pretexto para **estabelecer e/ou reforçar** laços de amizade ou camaradagem consoante o grau de conhecimento que se tenha		(3)
... é um pretexto para estar comigo próprio		(4)
... não é pretexto para nada em especial		(5)

C - CONSUMOS E GOSTOS

CE44. Qual é o seu consumo neste momento?

(A). Bebidas			(B). Comes		
Vinho corrente		(a)	Sandes/tostas		(a)
Vinho do Porto		(b)	Regueifa		(b)
Cerveja		(c)	Pataniscas/iscas/bolinhos de bacalhau		(c)
Bagaço/água ardente		(d)	Petiscos		(d)
Outras bebidas brancas		(e)	Salgados (rissóis, croquetes)		(e)
Bebidas destiladas		(f)	Fumeiro		(f)
Café		(g)	Aperitivos/bolachas salgadas		(g)
Leite/galão		(h)	Queijo		(h)
Refrigerante/Sumo/Água		(i)	Bolos/bolachas doces		(i)
Outro. Qual? _____		(90)	Outros. Quais? _____		(90)

CH45. É isso que consome habitualmente, quando está neste estabelecimento?

	(A). Bebidas			(B). Comes		
Sim		(1)	→(C47)		(1)	→(C47)
Não		(0)			(0)	

CH46. (Se respondeu *Não* a uma ou a ambas as variáveis), Habitualmente consome:

(A). Bebidas			(B). Comes		
Vinho corrente		(a)	Sandes/tostas		(a)
Vinho do Porto		(b)	Regueifa		(b)
Cerveja		(c)	Pataniscas/iscas/bolinhos de bacalhau		(c)
Bagaço/água ardente		(d)	Petiscos		(d)
Outras bebidas brancas		(e)	Salgados (rissóis, croquetes)		(e)
Bebidas destiladas		(f)	Fumeiro		(f)
Café		(g)	Aperitivos/bolachas salgadas		(g)
Leite/galão		(h)	Queijo		(h)
Refrigerante/Sumo/Água		(i)	Bolos/bolachas doces		(i)
Outro. Qual? _____		(90)	Outro. Qual? _____		(90)
Não se aplica		(00)	Não se aplica		(00)

CD47.Em média, qual é, aproximadamente, o valor que despende quando cá vem?

Menos de 200$00		(1)
200$00 – 500$00		(2)
500$00 – 1 000$00		(3)
1 000$00 – 2 000$00		(4)
2 000$00 – 3 000$00		(5)
3 000$00 – 4 000$00		(6)
4 000$00 – 5 000$00		(7)
Mais de 5 000$00		(10)
Não existe regularidade		(97)
NS		(98)

CR48. Dos seguintes rituais, indique os que existem neste estabelecimento relativamente ao...

	(A). ...Vinho corrente				(B). ...Vinho do Porto			
	CR48. Rituais			CR49. Participação	CR48. Rituais			CR49. Participação
Rodadas de copos		(a)				(a)		
Beber à saúde de alguém		(b)				(b)		
Beber de uma assentada sob o incitamento dos outros		(c)				(c)		
Observar, agitar, cheirar, provar		(d)				(d)		
Beber o maior número de copos/cálices possível		(e)				(e)		
Decantar o vinho		(f)				(f)		
Comparação entre vinhos		(g)				(g)		
Prova cega (adivinhar dados relativos ao vinho sem conhecer a sua proveniência)		(h)				(h)		
Outros jogos de adivinhação relativos ao vinho		(i)				(i)		
Outro. Qual?		(90)				(90)		
Nenhum		(94)	→C50			(94)	→C50	
Não se aplica		(00)				(00)		

CR49. (Se indicou algum ritual), Poderia indicar o grau de frequência aproximada com que participa em cada um desses rituais, utilizando a seguinte correspondência? (Registar a resposta no quadro da pergunta C48).

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4

Nunca Às vezes Frequentemente Sempre

CG50. Gosta de...

	(A). ...Vinho corrente?			(B). ...Vinho do Porto?		
1. Sim		(1)			(1)	
2. Não		(0)	→(C62)		(0)	→(C62)
3. Nunca provou		(3)	→(C62)		(3)	→(C62)
NR		(99)	→(C62)		(99)	→(C62)

CI51. Em que altura da sua vida começou a ...

	...gostar de v. corrente? (A1)		...beber vinho corrente? (A2)			...gostar de V. Porto? (B1)		...beber Vinho Porto (B2)		
Em criança (+/- até 10 anos)		(1)		(1)			(1)		(1)	
Na adolescência (+/- 10-17 anos)		(2)		(2)			(2)		(2)	
Na juventude (+/- 18-25 anos)		(3)		(3)			(3)		(3)	
Na fase adulta (+/- 26-60 anos)		(4)		(4)			(4)		(4)	
Após a fase adulta (+ de 60 anos)		(5)		(5)			(5)		(5)	
Não se lembra		(95)		(95)			(95)		(95)	
Gosta mas não bebe				(6)	→(C62)				(6)	→(C62)
NR		(99)		(99			(99)		(99)	
Não se aplica		(00)		(00)			(00)		(00)	

CPT52. Quando consome...

	(A). ...Vinho corrente?			(B). ...Vinho do Porto?		
Diariamente ou quase		(a)			(a)	
Aos fins-de-semana/feriados		(b)			(b)	
Em ocasiões especiais		(c)			(c)	
Em férias		(d			(d)	
Às vezes		(e)			(e)	
Nunca		(92)	→(C62)		(92)	→(C62)
Outro. Qual? _____		(90)			(90)	
Não se aplica		(00)			(00)	

CPT53. Quais são os **dois** períodos do dia em que habitualmente mais consome... (Indicar **dois** no máximo, para cada coluna: (A)CPT53 e (B)CPT53).

	(A). ...Vinho corrente?				(B). ...Vinho do Porto?			
	CPT53. Períodos do dia			CPT54. Valor atribuído	CPT53. Períodos do dia			CPT54. Valor atribuído
De manhã		(1)				(1)		
Antes do almoço		(2)				(2)		
Almoço		(3)				(3)		
Após o almoço		(4)				(4)		
À tarde (hora do lanche)		(5)				(5)		
Antes do jantar		(6)				(6)		
Jantar		(7)				(7)		
Após o jantar		(8)				(8)		
Não existe regularidade		(97)	→(C55)			(97)	→(C55)	
Não se aplica		(00)				(00)		

CPT54. Poderia atribuir um valor a cada um desses períodos de tempo, segundo a seguinte correspondência? (Registar a resposta no quadro da pergunta CPT53) (Mostrar cartão)

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5

Consome raramente — Consome com frequência — Consome sempre

CFE55. Fora deste estabelecimento consome...

	(A). ...Vinho corrente			(B). ...Vinho do Porto		
Sim		(1)			(1)	
Não		(0)	→ (C57)		(0)	→ (C57)
Não se aplica		(00)			(00)	

CL56. (Se respondeu *Sim* a uma ou a ambas as variáveis), Quais são os locais onde consome com mais frequência? (Indicar **dois** para cada coluna).

	Vinho corrente (A)	Vinho do Porto (B)	
No local de habitação			(1)
Em casa de familiares			(2)
Em casa de amigos/colegas			(3)
Bares			(4)
Bares de luxo			(5)
Cafés			(6)
Tabernas/tascos/tasquinhas			(7)
Casas de pasto			(8)
Botequim/Boteque			(9)
Restaurantes			(10)
Clubes			(11)
Outro. Qual?	_____	_____	(90)
Não se aplica			(00)

CT57. Tende mais a consumir...:

	(A). ...Vinho corrente	(B). ...Vinho do Porto	
Acompanhado			(1)
Sozinho			(2)
Não existe regularidade			(97)
Não se aplica			(00)

CF58. Do seguinte conjunto de festas, indique em quais costuma consumir com mais frequência...

	(A). ...Vinho corrente	(B). ...Vinho do Porto	
Natal			(a)
Páscoa			(b)
Aniversários			(c)
Casamentos			(d)
Baptizados			(e)
Celebrações			(f)
Nenhuma			(94)
Não se aplica			(00)

CF59. Costuma beber Vinho do Porto noutras ocasiões?

Sim		(1)	
Não		(0)	→(C61)
Não se lembra		(95)	→(C61)
NR		(99)	→(C61)
Não se aplica		(00)	

CF60. (Se respondeu *Sim*), Em que ocasiões é mais frequente?

Quando recebe, visita ou está com amigos/colegas		(a)
Em momentos de maior intimidade/cumplicidade		(b)
Em vernissages, Portos d'honra, celebrações oficiais e afins		(c)
Em comemorações pessoais		(d)
Quando lhe apetece		(e)
Outras. Quais? _____		(90)
Não se aplica		(00)

CG61. Gosta mais de consumir Vinho do Porto como...

...Aperitivo		(1)
...Digestivo		(2)
É indiferente		(93)
Não se aplica		(00)

CG62. Entre cada um estes pares de bebidas, qual a que prefere?

CG62.1	Vinho do Porto		(1)
	Martini		(2)
	Nenhuma		(94)
	NS		(98)
	NR		(99)

CG62.2	Vinho do Porto		(1)
	Brandy		(2)
	Nenhuma		(94)
	NS		(98)
	NR		(99)

CG62.3	Vinho do Porto		(1)
	Bagaço/Água Ardente		(2)
	Nenhuma		(94)
	NS		(98)
	NR		(99)

CG62.4	Vinho do Porto		(1)
	Whisky, Gin		(2)
	Nenhuma		(94)
	NS		(98)
	NR		(99)

CG62.5	Vinho Corrente		(1)
	Cerveja		(2)
	Nenhuma		(94)
	NS		(98)
	NR		(99)

CG62.6	Vinho corrente		(1)
	Refrigerante		(2)
	Nenhuma		(94)
	NS		(98)
	NR		(99)

CG62.7	Vinho corrente		(1)
	Água		(2)
	Nenhuma		(94)
	NS		(98)
	NR		(99)

CH63. Habitualmente, com que bebida acompanha mais as suas refeições de almoço e jantar? (**uma** só resposta para cada coluna)

	(A). Almoço	(B). Jantar	
Água			(1)
Vinho			(2)
Cerveja			(3)
Refrigerante			(4)
Sumo			(5)
Chá			(6)
Leite			(7)
Café			(8)
Outro. Qual?	_____	_____	(90)
Não existe regularidade			(97)

CH64. Em sua casa tem alguma garrafa de Vinho do Porto?

Sim		(1)	
Não		(0)	→ (R66)
NS		(98)	→ (R66)
NR		(99)	→ (R66)

CHA65. (Se respondeu *Sim*), Como a adquiriu?

Comprou		(a)
Ofereceram-lhe		(b)
Não se lembra		(95)
Outro. Qual?		(90)
Não se aplica		(00)

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS EM TORNO DO VINHO

RIC66. Considera que, na vida de uma pessoa, é importante o consumo do...

	(A). ...Vinho corrente			(B). ...Vinho do Porto		
Sim		(1)			(1)	
Não		(0)			(0)	
Não tem opinião definida		(96)	→ (R67)		(96)	→ (R67)

RIC66.1 Porquê? (vinho corrente)

RIC66.2. Porquê (Vinho doPorto)

RMO67. Na sua opinião, porque é que as pessoas consomem... (**dois** motivos no máximo para cada coluna). (Mostrar lista)

	(A). ...Vinho corrente?	(B). ...Vinho do Porto?	
Por gosto			(1)
Por hábito			(2)
Por sede			(3)
Por vício			(4)
Para se desinibirem			(5)
Para abrir o apetite			(6)
Por motivos de saúde			(7)
Por convívio			(8)
Para festejar/celebrar/comemorar			(9)
Por etiqueta			(10)
Por ser um bebida de tradição			(11)
Por socialização familiar			(12)
Por socialização profissional			(13)
Por insistência de amigos/colegas			(14)
Para ascender socialmente			(15)
Para garantirem (legitimarem) uma ascensão social			(16)
Outro. Qual?			(90)
Não tem opinião definida			(96)

RTC68. Considera que neste estabelecimento consome-se moderadamente...

	(A). ...Vinho corrente	(B). ...Vinho do Porto	
Sim			(1)
Não			(0)
Não tem opinião definida			(96)
Não se vende			(2)

RTC69. Considera que, duma forma geral, não se consome (1) ou consome-se moderada (2) ou exageradamente (3)... (Registar o número correspondente à frente de cada local e para cada um dos três tipos de bebidas).

	(A). ...vinho corrente...	(B). ...Vinho do Porto...	(C). ...cerveja...
1. ...nos cafés			
2. ...nos bares			
3. ... nos botequins/boteques			
4. ... nas tabernas/tascas			
5. ... nas residências, casas de familiares, casa de amigos/colegas			

NS (98); NR (99)

RCV70. Deste conjunto de características, indique **duas** que melhor qualifiquem o vinho corrente e **duas** que melhor qualifiquem o Vinho do Porto. (Mostrar lista).

	(A). Vinho corrente	(B). Vinho do Porto	
É saudável			(1)
Alimenta			(2)
Enrijece			(3)
Aquece			(4)
É um vinho para o dia-a-dia dado o seu preço			(5)
É uma mixórdia/vinho de fraca qualidade			(6)
É a bebida dos pobres			(7)
É uma bebida de ricos			(8)
É uma fonte de prazer			(9)
Fortalece o espírito			(10)
É um néctar dos Deuses			(11)
É uma bebida de tradição			(12)
É um vinho de imagem (tem e dá imagem)			(13)
É um vinho de qualidade			(14)
Tem uma forte carga simbólica			(15
Tem um cunho comemorativo			(16)
Tem um cunho ritualista			(17)

RLA71. Desta lista de locais, quais os que considera mais adequados para se consumir... (Mostrar lista)

	(A). ...Vinho corrente?				(B). ...Vinho do Porto?			
	RLA71. Locais mais adequados		RLA72. Ordenação		RLA71. Locais mais adequados		RLA72. Ordenação	
Local de habitação		(a)		(1)		(a)		(1)
Casa de familiares		(b)		(2)		(b)		(2)
Casa de amigos/colegas		(c)		(3)		(c)		(3)
Bares		(d)		(4)		(d)		(4)
Bares de luxo		(e)		(5)		(e)		(5)
Cafés		(f)		(6)		(f)		(6)
Tabernas		(g)		(7)		(g)		(7)
Tascas/tasquinhas		(h)		(8)		(h)		(8)
Casas de pasto		(i)		(9)		(i)		(9)
Botequim/Boteque		(j)		(10)		(j)		(10)
Restaurantes		(l)		(11)		(l)		(11)
Clubes		(m)		(12)		(m)		(12)
Nenhum		(94)	→(R73)	(94)		(94)	→(R73)	(94)
Não tem opinião definida		(96)	→(R73)	(96)		(96)	→(R73)	(96)
NR		(99)	→(R73)	(99)		(99)	→(R73)	(99)
Não se aplica				(00)				(00)

RLA72. E entre esse conjunto, quais são os **dois** que se destacam dos demais, em termos de maior adequação para o consumo? Ordene-os, atribuindo 1 ao mais adequado e 2 ao segundo. (Registar a resposta no quadro da pergunta RLA71)

RMA73. Quais destes, constituem, para si, os **dois** motivos mais importantes para atrair clientes às tabernas, boteques e botequins? (Indicá-los por ordem de importância). (Mostrar lista).

	(A). 1º motivo mais Importante	(B). 2º motivo mais importante	
O gosto			(1)
O vício da bebida			(2)
Hábitos herdados na família			(3)
Preços mais económicos			(4)
A procura de convívio			(5)
A fuga à solidão			(6)

REC74. Na sua opinião, as pessoas gostam mais de consumir vinho corrente/Vinho do Porto em espaços públicos ou em espaços privados?

	(A). Vinho corrente	(B). Vinho do Porto	
Espaços públicos			(1)
Espaços privados			(2)

REC74. 1. Porquê? (Espaços públicos).

REC74.2. Porquê? (Espaços privados).

RCP75. Considera que o cidadão comum, no geral, tende mais a consumir o Vinho do Porto como...

...Aperitivo		(1)
...Digestivo		(2)
É indiferente		(93)
NS		(98)
NR		(99)

RIO76. Para cada par de frases, escolha a que exprime melhor a sua opinião relativamente ao vinho corrente (VC) e ao Vinho do Porto (VP).

		VC (A)	VP (B)	
Par 1	Entre a adolescência e a juventude deveria haver um incitamento familiar à ingestão moderada do vinho ... dado o seu benefício à saúde			(1)
	A família nunca deveria incitar os seus descendentes à ingestão do vinho... seja sob que pretexto for.			(2)
Par 2	Existe uma maneira específica de beber o Vinho ..., consoante o propósito, o momento e o local em que é ingerido			(1)
	O Vinho ... é bebido sempre da mesma maneira, independentemente do propósito, do momento e do local em que é ingerido			(2)
Par 3	Beber Vinho... é uma arte que exige aprendizagem dado o seu forte simbolismo.			(1)
	Beber Vinho... não é nenhuma arte, não exige aprendizagem e qualquer pessoa o sabe fazer.			(2)
Par	A ascensão social das pessoas ou o seu desejo de ascensão social implica quase sempre alterações nas suas preferências de Vinho... e na forma de o consumir.			(1)

4	A ascensão social das pessoas ou o seu desejo de ascensão social não implica alterações nas suas preferências de Vinho... nem na forma de o consumir.			(2)

RIO77. Das seguintes afirmações, relacionadas com o vinho corrente, indique o seu grau de concordância: concorda, concorda mais ou menos, discorda.

	Concorda (3)	Concorda mais ou menos (2)	Discorda (1)	Não tem opinião definida (96)	NR (99)
A. Todas as pessoas bebem o vinho corrente da mesma maneira					
B. A maioria dos jovens tendem a substituir o vinho por outras escolhas alcoólicas					
C. Os mais velhos apreciam mais o vinho do que a cerveja					
D. Beber vinho pela manhã é sinónimo de dependência					
E. Salvo prescrição médica em contrário, todas as pessoas deviam beber um copo de vinho ao almoço e ao jantar					
F. Os portugueses são grandes consumidores de vinho					

RIO78. Das seguintes afirmações, relacionadas com o Vinho do Porto, indique o seu grau de concordância: concorda, concorda mais ou menos, discorda.

	Concorda (3)	Concorda mais ou menos (2)	Discorda (1)	Não tem opinião definida (96)	NR (99)
A. O Vintage deve ser bebido 24 horas após ser aberta a garrafa sob pena de se perder qualidade					
B. O Vinho do Porto é a bebida dos antigos, por excelência					
C. Os estrangeiros consomem mais Vinho do Porto do que os portugueses					
D. Só o Vintage envelhece na garrafa, antes desta ser aberta					
E. Quanto mais tempo estiver qualquer outro tipo de Vinho do Porto na garrafa antes de ser aberto, melhor será a sua qualidade					
F. Os mais jovens não sabem apreciar um bom Vinho do Porto, tendendo a substitui-lo por outras escolhas alcoólicas					

RDS79. Considera que a população portuguesa está hierarquizada em termos sociais? (no sentido das classes sociais)

Sim		(1)	
Não		(0)	→(R82)
NS		(98)	→(R82)

RDS80. (Se respondeu sim) Pensa que isso reflecte-se na escolha do...

	(A). ...Vinho corrente?	(B). ...Vinho do Porto?	
Sim			(1)
Não			(0)
NS			(98)
Não se aplica			(00)

RDS81. E na escolha dos locais de consumo do...

	(A). ...Vinho corrente?	(B). ...Vinho do Porto?	
Sim			(1)
Não			(0)
NS			(98)
Não se aplica			(00)

RDS82. (Imagine que seria possível atribuir uma determinada posição social a cada pessoa.) Numa escala representativa da posição social atribuída às pessoas, em que 1=baixo e 6=alto, em que posição aproximada colocaria a maioria das pessoas que frequenta... (Apenas **uma** posição social). (Mostrar lista)

	1	2	3	4	5	6	NS (98)	NR (99)
A. ...tabernas								
B. ... tascas/tasquinhas								
C. ...casas de pasto								
D. ...botequim/Boteque								
E. ...bares								
F. ...bares de luxo								
G. ...cafés								

1=baixo; 6=alto

RDS83. Na sua opinião, e utilizando a mesma escala... (Apenas **uma** posição social).

	1	2	3	4	5	6	NS (98)	NR (99)
A. ... que posicionamento atribuiria à maioria dos clientes presentes neste estabelecimento, neste momento?								
B. ... em que posição social se colocaria a si próprio?								

RDS84. Considera que... (Apenas **uma** resposta)

...faz parte da classe trabalhadora/popular		(1)
...faz parte da classe média		(2)
...faz parte da classe média-alta		(3)
...faz parte da classe alta		(4)
...faz parte de outra classe. Qual?		(90)
...não faz parte de nenhuma classe		(0)

RFE85. Na sua opinião, como é que a população em geral considera a maioria das pessoas que frequentam tabernas/tasquinhas/botequins (TTB), cafés (C) e bares de luxo (BL)? (**dois** aspectos para cada coluna, no máximo). (Mostrar lista).

	TTB (A)	C (B)	BL (C)	
São pessoas, diversificadas a nível de escolarização, poder económico, social e cultural				(1)
São basicamente pessoas da classe média				(2)
São pessoas que pertencem a estratos sociais menos favorecidos				(3)
São pessoas com capital económico, acima da média				(4)
São pessoas pouco escolarizadas				(5)
São pessoas com elevada escolarização				(6)
São pessoas desocupadas				(7)
São pessoas que bebem demais				(8)
São pessoas alcoólicas				(9)
São pessoas que têm um quotidiano vulgar				(10)
São pessoas que fazem desse estabelecimento local para conversa e convívio				(11)
São pessoas conflituosas				(12)
São pessoas comuns, que não integram qualquer estereótipo				(13)
São pessoas com certos comportamentos distintivos e com gosto requintado				(14)
São pessoas elitistas				(15)

CS - CARACTERIZAÇÃO SÓCIO-PROFISSIONAL

CS86. Sexo		
Masculino		(1)
Feminino		(2)

CS87. Idade	

CS88. Estado civil		
Solteiro		(1)
Casado/União de facto		(2)
Divorciado/Separado		(3)
Viúvo		(4)
Outra. Qual? _____		(90)

CS89. Composição do grupo doméstico (familiares e não familiares que residam habitualmente com o inquirido)

Parentesco com o inquirido (A)	Sexo (B)		Idade (C)
	1. Masculino	2. Feminino	
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			

CS90. Nível de escolaridade mais elevado que tenha completado.

	Próprio (A)	Cônjuge/ Companheiro(a) (B)	Mãe (C)	Pai (D)	
Não sabe ler nem escrever					(1)
Sabe ler e escrever, sem grau de ensino					(2)
1° ciclo do ensino básico, (primário, 4ª classe ou equivalente)					(3)
2° ciclo do ensino básico, (6° ano, 2° ano do ciclo preparatório, ou equivalente)					(4)
3° ciclo do ensino básico, (secundário unificado, 9° ano, antigo 5° ano do liceu, curso comercial, industrial ou equivalente)					(5)
Ensino secundário (antigo complementar, antigo 7° ano do liceu , 12° ano, propedêutico, ou equivalente)					(6)
Curso médio (magistério primário, educadores de infância, etc.)					(7)
Curso superior					(8)
Mestrado ou equivalente					(9)
Doutoramento					(10)
Outro. Qual?	_____	_____	_____	___	(90)

CS91 Qual é o seu principal meio de vida/fonte de rendimento económico?(apenas **um**). (actual ou o último em caso de não trabalhar mas já ter trabalhado ou já ter falecido)

	Próprio (A)	Cônjuge/ Companheiro(a) (B)	Mãe (C)	Pai (D)	
Trabalho					(1)
Subsídio de desemprego					(2)
Rendimentos					(3)
Pensão de reforma					(4)
Pensão de invalidez					(5)
Rendimento mínimo garantido					(6)
Assistência social					(7)
A cargo da família					(8)
Bolsa de estudo/formação					(9)
Ajudas de terceiros					(10)
Remessas de emigrantes					(11)
Outro. Qual?	_____	_____	_____	_____	(90)

CS92. Condição perante o trabalho. (actual ou a última em caso de não trabalhar mas já ter trabalhado ou já ter falecido)

	Próprio (A)	Cônjuge/ Companheiro(a) (B)	Mãe (C)	Pai (D)	
Exerce profissão/trabalha					(1)
Ocupa-se exclusivamente das tarefas do lar					(2)
Estudante					(3)
Incapacitado permanente perante o trabalho					(4)
À procura do 1º emprego					(5)
Desempregado					(6)
Reformado					(7)
Serviço militar obrigatório					(8)
Outra. Qual?	_____	_____	_____	_____	(90)

CS93. Profissão principal detalhada (actual ou a última que exerceu em caso de não trabalhar mas já ter trabalhado ou já ter falecido)

A. Próprio	
B. Cônjuge/Companheiro(a)	
C. Mãe	
D. Pai	

CS94. (**Só no caso dos assalariados**) Cargo/função na profissão principal (actual ou a última que exerceu em caso de não trabalhar mas já ter trabalhado ou já ter falecido)

	Próprio (A)	Cônjuge/ Companheiro(a) (B)	Mãe (C)	Pai (D)	
Dirigente/gestor de topo					(1)
Quadro ou gestor intermédio					(2)
Chefia directa ou primeira chefia					(3)
Encarregado geral					(4)
Posição acentuada de autonomia					(5)
Executante sem lugar de chefia					(6)
Outra. Qual?	_____	_____	_____	_____	(90)
Não se aplica					(00)

CS95. Situação na profissão principal (actual ou a última que exerceu em caso de não trabalhar mas já ter trabalhado ou já ter falecido)

	Próprio (A)	Cônjuge/ Companheiro(a) (B)	Mãe (C)	Pai (D)		
Patrão					(1)	
Trabalhador por conta própria com trabalhadores (isolado)					(2)	
Trabalhador por conta própria sem trabalhadores (isolado)					(3)	→ CS97
Trabalhador independente (recibo verde)					(4)	→ CS97
Trabalhador por conta de outrem (assalariado)					(5)	→ CS97
Trabalhador em empresa familiar com remuneração					(6)	→ CS97
Trabalhador em empresa familiar não remunerado					(7)	→ CS97
Outra. Qual?					(90)	→ CS97

CS96. (**Só no caso de ser patrão ou de ter trabalhadores a cargo**) Número de trabalhadores a cargo (Indicar, mesmo no caso de não trabalhar mas já ter trabalhado ou já ter falecido)

	Próprio (A)	Cônjuge/ Companheiro(a) (B)	Mãe (C)	Pai (D)	
Menos de 5					(1)
5 a 49					(2)
50 a 99					(3)
Mais de 100					(4)
Não se aplica					(00)

CS97. Local de residência

Na mesma rua do estabelecimento		(1)
No mesmo quarteirão do estabelecimento		(2)
No mesmo bairro do estabelecimento		(3)
Na mesma freguesia do estabelecimento		(4)
Outra freguesia do mesmo concelho. Qual?		(5)
Outro concelho do mesmo distrito. Qual?		(6)
Outro distrito. Qual? _____		(90)

CS98. Local de trabalho

Na mesma rua do estabelecimento		(1)
No mesmo quarteirão do estabelecimento		(2)
No mesmo bairro do estabelecimento		(3)
Na mesma freguesia do estabelecimento		(4)
Outra freguesia do mesmo concelho. Qual?		(5)

Outro concelho do mesmo distrito. Qual?		(6)
Outro distrito. Qual? _____		(90)

MUITO OBRIGADA PELA SUA COLABORAÇÃO

PO - PLANO DE OBSERVAÇÃO

PO99. Nº do estabelecimento_____

PO100. Tipo do estabelecimento

Dia da semana	PO101. Aplicação do inquérito	
2ª feira		(1)
3ª feira		(2)
4ª feira		(3)
5ª feira		(4)
6ª feira		(5)
Sábado		(6)
Domingo		(7)

PO102. Período horário da aplicação do inquérito		
8-10h		(1)
10-12h		(2)
14-16h		(3)
16-18h		(4)
18-20h		(5)
20-22h		(6)
22-24h		(7)

PO103. Linguagem utilizada pelo inquirido

Cuidada		(a)
Descuidada		(b)
Correcta		(c)
Incorrecta (erros, inadequada...)		(d)
Recurso a calão		(e)
Recurso a neoclassismos		(f)
		(g)
		(h)
		(i)

PO104. Tipo de vestuário

Prático		(a)
Discreto		(b)
Elegante		(c)
Requintado		(d)
Moderno		(e)
Antigo		(f)
Clássico		(g)
Berrante		(h)
Desportivo		(i)
Fato de trabalho (fato-macaco, bata, roupa de obras...)		(j)
Pobre		(k)
Rico		(l)
Médio		(m)
Descuidado		(n)
		(o)

Entrevistador _____

Data: ___/___/___

Notas adicionais:

ANEXO 1.7

TIPO V - SOLAR DO VINHO DO PORTO – RESUMO - □ 1ª semana □ 2ª semana

Mapa de registos dos inquéritos aplicados

	2ª feira	3ª feira	4ª feira	5ª feira	6ª feira	Sábado	Totais
14-16h	* 22.06.01 - 57 * 22.06.01 - 58	* 19.06.01 - 54 * 19.06.01 - 55	* 23.05.01 - 36 * 19.05.01 - 56	* 17.05.01 - 05 * 24.05.01 - 43	* 22.06.01 - 59 * 22.06.01 - 60	* 12.05.01 - 01 * 19.05.01 - 16	12
16-18h	* 24.05.01 - 51 * 21.05.01 - 23	* 22.05.01 - 28 * 22.05.01 - 29	* 23.05.01 - 37 * 23.05.01 - 38	* 24.05.01 - 44 * 24.05.01 - 45	* 18.05.01 - 11 * 18.05.01 - 12	* 19.05.01 - 17 * 19.05.01 - 18	12
18-20h	* 21.05.01 - 24 * 21.05.01 - 25	* 22.05.01 - 30 * 22.05.01 - 31	* 23.05.01 - 39 * 22.05.01 - 52	* 24.05.01 - 46 * 24.05.01 - 47	* 25.05.01 - 48 * 25.05.01 - 49	* 12.05.01 - 02 * 12.05.01 - 03	12
20-22h	* 19.06.01 - 53 * 21.05.01 - 26	* 22.05.01 - 32 * 22.05.01 - 33	* 17.05.01 - 08 * 23.05.01 - 40	* 17.05.01 - 06 * 17.05.01 - 07	* 25.05.01 - 50 * 18.05.01 - 13	* 19.05.01 - 19 * 19.05.01 - 20	12
22-24h	* 14.05.01 - 04 * 21.05.01 - 27	* 22.05.01 - 34 * 22.05.01 - 35	* 23.05.01 - 41 * 23.05.01 - 42	* 17.05.01 - 09 * 17.05.01 - 10	* 18.05.01 - 14 * 18.05.01 - 15	* 19.05.01 - 21 * 19.05.01 - 22	12
Totais	10	10	10	10	10	10	60

Legenda:

	Registos das datas dos inquéritos efectuados na 1ª semana
	Registos das datas dos inquéritos efectuados na 2ª semana
	Número do inquérito

ANEXO 2

ANEXO 2.1

GLOSSÁRIO VÍNICO[1]

VINI... – elemento de origem latina de composição de palavras que exprime a ideia de vinho

VÍNICO – relativo ao vinho

VINÍCOLA – adjectivo que diz respeito à vinicultura; em que há vinhas

VINICULTOR – aquele que se dedica à cultura das vinhas e ao fabrico do vinho; viticultor

VINICULTURA – cultura das vinhas; viticultura

VINIFICAÇÃO – acto ou efeito de vinificar; processo de preparar e tratar os vinhos

VINIFICAR – transforma (as uvas) em vinho.

VITÍCOLA – adj. que diz respeito à vinha ou à viticultura; que se caracteriza pela viticultura; que cultiva as vinhas.

VITICULTOR – aquele que cultiva as vinhas

VITICULTURA – cultura das vinhas

VITIVINÍCOLA – adj. Referente à vitivinicultura

VITIVINICULTOR – cultor de vinhas e produtor de vinhos

VITIVINICULTURA – cultura das vinhas e preparação de vinhos

[1] Construído com base no *Dicionário da Língua Portuguesa*, Porto, Porto Editora, 6ªEdição, 1986.

ANEXO 2.2

Quadro A - Classificação dos vinhos...[2]

Relativamente à cor	... brancos	- Descorada - Citrina - Palha - Dourado - Topázio
	... rosados	- Rubi - Rosado - Alambreado
	... tintos	- Rubi - Granada - Vermelho-Violeta - Retinto - Vermelho acastanhado
Relativamente ao grau de doçura	...licorosos	- Extra-seco - Seco - Meio-seco - Doce - Muito doce ou lágrima

[2] Quadro construído com base em informações recolhidas em Acúrcio Martins, *Rota dos Vinhos,* Matosinhos, Contemporânea, 2001, pp. 51-54

ANEXO 3

ANEXO 3.1

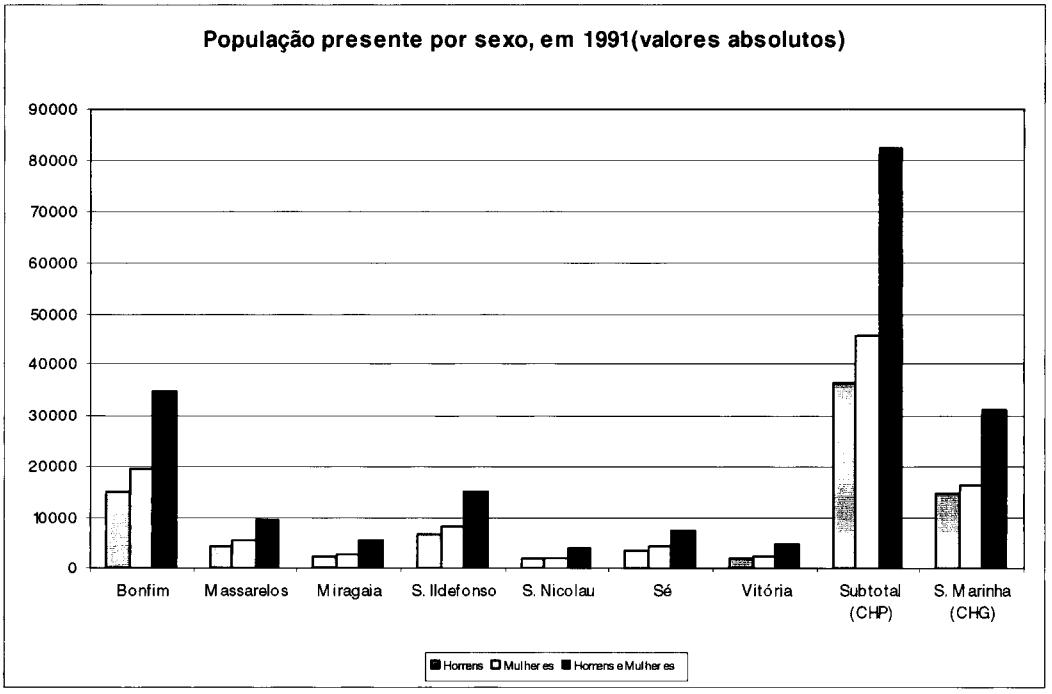
Quadro A – Tipologia de beberes

Tipos de beberes	Sub-tipos – categorias fundamentais	Demarcação social	Especificdade
Beber-resistência	Beber- necessidade	Classes populares	Resistência à carência alimentar
	Beber clandestino	Trabalhadores das vinhas	Quebra de proibições contratualmente definidas. Proximidade irresistível às uvas e ao vinho
	Beber guerreiro	Agentes sociais armados	Prática esporádica, presente em conflitos armados
Beber político			Acessório de atitudes sócio-políticas
Beber lúdico			Acessório lúdico
Beber ritual			Significado sagrado
Beber-vertigem			Tentativa de fuga à realidade

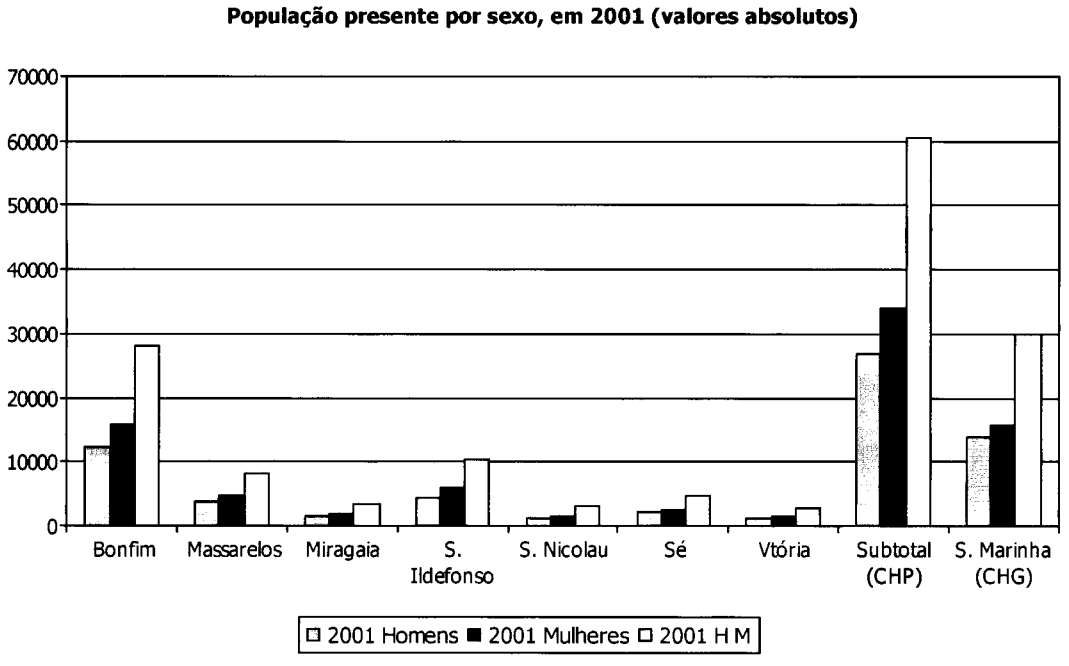
Fonte: Pedro de Andrade, "O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico", in *Povos e Culturas*, nº 3, 1988, pp. 223-263.

ANEXO 4

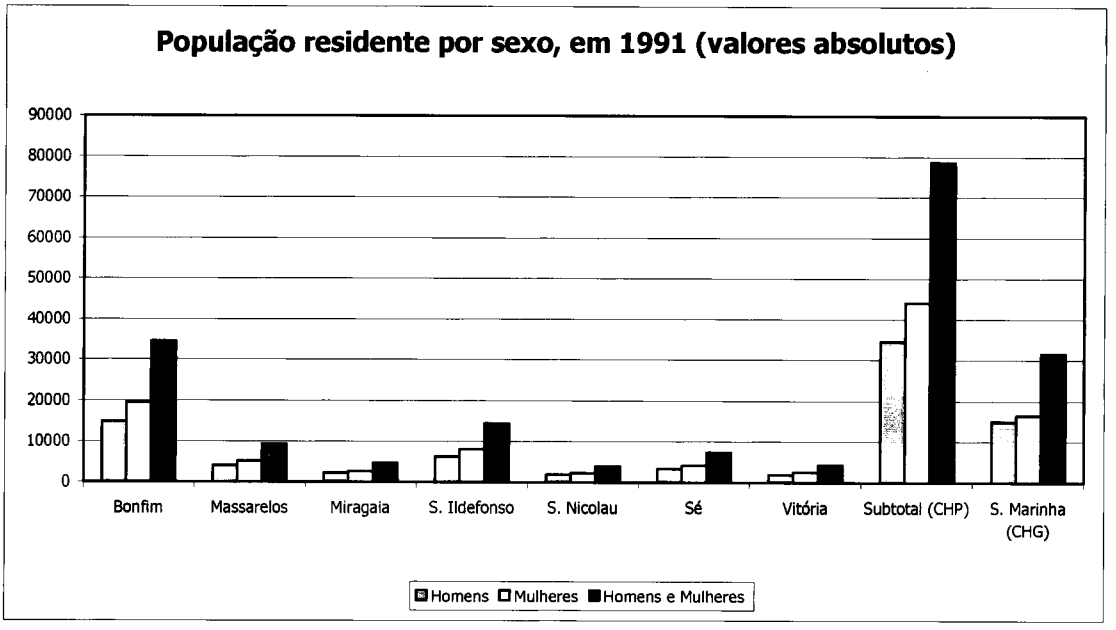
ANEXO 4.1



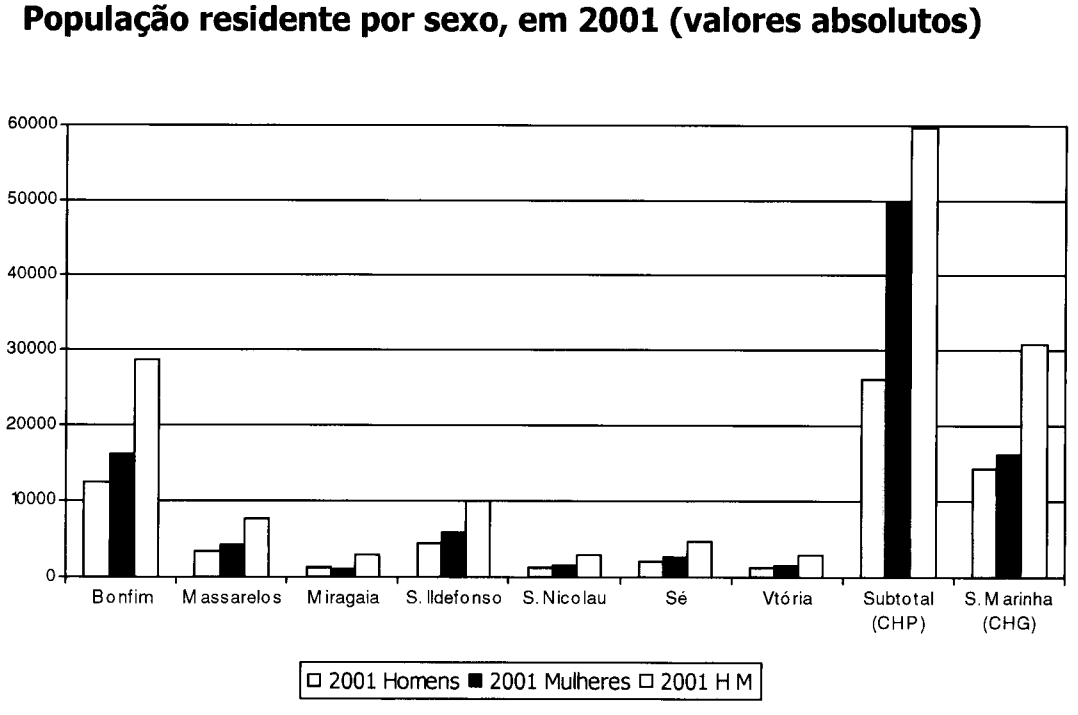
ANEXO 4.2



ANEXO 4.3



ANEXO 4.4



ANEXO 4.5
População presente por sexo, em 1991

Freguesias	População presente					
	Homens		Mulheres		Homens e Mulheres	
	Números	%	Números	%	Números	%
Bonfim	15152	10,7	19848	11,8	35000	11,3
Massarelos	4349	3,1	5475	3,3	9824	3,2
Miragaia	2547	1,8	2970	1,8	5517	1,8
S. Ildefonso	6834	4,8	8542	5,1	15376	5,0
S. Nicolau	1942	1,4	2138	1,3	4080	1,3
Sé	3522	2,5	4237	2,5	7759	2,5
Vitória	2103	1,5	2569	1,5	4672	1,5
Subtotal (CHP)	36449	25,8	45779	27,2	82228	26,6
Concelho do Porto	141055	100,0	168430	100,0	309485	100,0
S. Marinha (CHG)	14995	12,5	16523	12,9	31518	12,7
Concelho de Vila Nova de Gaia	119681	100,0	127818	100,0	247499	100,0

ANEXO 4.6
População presente por sexo, em 2001

Freguesias	População presente					
	Homens		Mulheres		Homens e Mulheres	
	Números	%	Números	%	Números	%
Bonfim	12148	10,2	15864	11,0	28012	10,1
Massarelos	3705	3,1	4625	3,2	8330	3,2
Miragaia	1532	1,3	1784	1,2	3316	1,3
S. Ildefonso	4510	3,8	5915	4,1	10425	4,0
S. Nicolau	1401	1,2	1606	1,1	3007	1,1
Sé	2162	1,8	2555	1,8	4717	1,8
Vitória	1290	1,1	1593	1,1	2883	1,1
Subtotal (CHP)	26748	22,5	33942	23,5	60690	23,1
Concelho do Porto	118786	100,0	144227	100,0	263013	100,0
S. Marinha (CHG)	13916	10,4	15890	11,0	29806	10,7
Concelho de Vila Nova de Gaia	133411	100,0	144985	100,0	278396	100,0

ANEXO 4.7

População residente por sexo, em 1991

Freguesias	População residente					
	Homens		Mulheres		Homens e Mulheres	
	Números	%	Números	%	Números	%
Bonfim	14963	10,8	19534	11,9	34497	11,4
Massarelos	4177	3,0	5159	3,1	9336	3,1
Miragaia	2200	1,6	2571	1,6	4771	1,6
S. Ildefonso	6261	4,5	8170	5,0	14431	4,8
S. Nicolau	1818	1,3	2139	1,3	3957	1,3
Sé	3270	2,4	4073	2,5	7343	2,4
Vitória	1802	1,3	2469	1,5	4271	1,4
Subtotal (CHP)	34491	25,0	44115	26,8	78606	26,0
Concelho do Porto	137914	100,0	164558	100,0	302472	100,0
S. Marinha (CHG)	15032	12,5	16475	12,9	31507	12,7
Concelho de Vila Nova de Gaia	120697	100,0	127868	100,0	248565	100,0

ANEXO 4.8

População residente por sexo, em 2001

Freguesias	População residente					
	Homens		Mulheres		Homens e Mulheres	
	Números	%	Números	%	Números	%
Bonfim	12427	10,4	16151	11,3	28578	10,9
Massarelos	3470	2,9	4286	3,0	7756	2,9
Miragaia	1302	1,1	1508	1,1	2810	1,1
S. Ildefonso	4316	3,6	5728	4,0	10044	3,8
S. Nicolau	1334	1,1	1603	1,1	2937	1,1
Sé	2151	1,8	2600	1,8	4751	1,8
Vitória	1169	1,0	1551	1,1	2720	1,0
Subtotal (CHP)	26169	21,9	33427	23,3	59596	22,6
Concelho do Porto	119715	100,0	143416	100,0	263131	100,0
S. Marinha (CHG)	14492	10,4	16266	10,9	30758	10,7
Concelho de Vila Nova de Gaia	139808	100,0	148941	100,0	288749	100,0

ANEXO 4.9

População total residente por sexo, em 1981, 1991 e taxas de variação absoluta e relativa

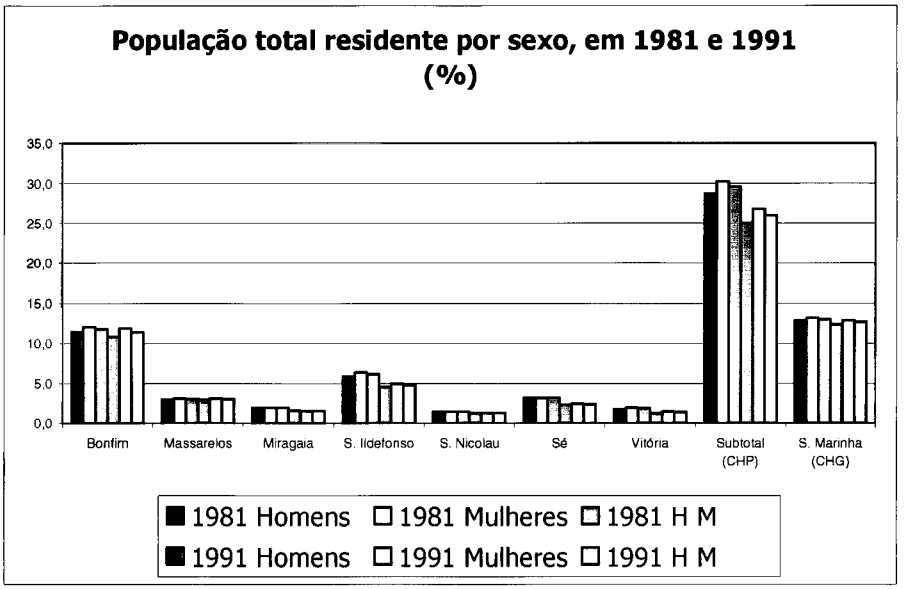
Freguesias	População residente												Taxa de Variação absoluta			Taxa Var. relativa		
	1981						1991											
	Homens		Mulheres		H M		Homens		Mulheres		H M		H	M	H M	H	M	H M
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	%	%	%	%	%	%
Bonfim	17039	11,4	21566	12,1	38605	11,8	14963	10,8	19534	11,9	34497	11,4	-12,2	-9,4	-10,6	-5,1	-1,8	-3,3
Massarelos	4471	3,0	5629	3,2	10100	3,1	4177	3,0	5159	3,1	9336	3,1	-6,6	-8,3	-7,6	0,9	-0,7	0,0
Miragaia	2982	2,0	3475	1,9	6457	2,0	2200	1,6	2571	1,6	4771	1,6	-26,2	-26,0	-26,1	-20,3	-19,8	-20,0
S. Ildefonso	8729	5,9	11416	6,4	20145	6,2	6261	4,5	8170	5,0	14431	4,8	-28,3	-28,4	-28,4	-22,5	-22,4	-22,5
S. Nicolau	2227	1,5	2613	1,5	4840	1,5	1818	1,3	2139	1,3	3957	1,3	-18,4	-18,1	-18,2	-11,8	-11,3	-11,5
Sé	4726	3,2	5757	3,2	10483	3,2	3270	2,4	4073	2,5	7343	2,4	-30,8	-29,3	-30,0	-25,3	-23,3	-24,2
Vitória	2642	1,8	3539	2,0	6181	1,9	1802	1,3	2469	1,5	4271	1,4	-31,8	-30,2	-30,9	-26,3	-24,4	-25,2
Subtotal (CHP)	42816	28,7	53995	30,3	96811	29,6	34491	25,0	44115	26,8	78606	26,0	-19,4	-18,3	-18,8	-13,0	-11,4	-12,1
Concelho do Porto	148990	100,0	178378	100,0	327368	100,0	137914	100,0	164558	100,0	302472	100,0	-7,4	-7,7	-7,6	0,0	0,0	0,0
S. Marinha (CHG)	14024	12,8	15435	13,2	29459	13,0	15032	12,5	16475	12,9	31507	12,7	7,2	6,7	7,0	-2,9	-2,3	-2,6
Conc. de V. N. Gaia	109312	100,0	117019	100,0	226331	100,0	120697	100,0	127868	100,0	248565	100,0	10,4	9,3	9,8	0,0	0,0	0,0

ANEXO 4.10

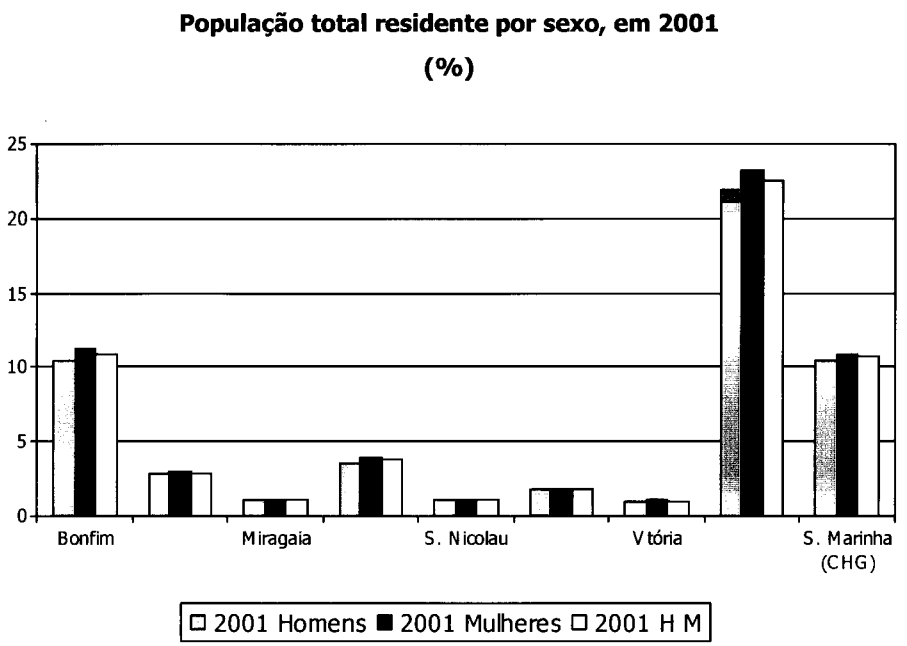
População total residente por sexo, em 1991, 2001 e taxas de variação absoluta e relativa

Freguesias	População residente												Taxa de Variação absoluta			Taxa Var. relativa		
	1991						2001											
	Homens		Mulheres		H M		Homens		Mulheres		H M		H	M	H M	H	M	H M
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	%	%	%	%	%	%
Bonfim	14963	10,8	19534	11,9	34497	11,4	12427	10,4	16151	11,3	28578	10,9	-16,9	-17,3	-17,2	-3,7	-5,0	-4,4
Massarelos	4177	3,0	5159	3,1	9336	3,1	3470	2,9	4286	3,0	7756	2,9	-16,9	-16,9	-16,9	-3,3	-3,2	-6,5
Miragaia	2200	1,6	2571	1,6	4771	1,6	1302	1,1	1508	1,1	2810	1,1	-40,8	-41,3	-41,1	-31,3	-31,3	-31,3
S. Ildefonso	6261	4,5	8170	5,0	14431	4,8	4316	3,6	5728	4,0	10044	3,8	-31,1	-29,9	-30,4	-20,0	-20,0	-15,4
S. Nicolau	1818	1,3	2139	1,3	3957	1,3	1334	1,1	1603	1,1	2937	1,1	-26,6	-25,1	-25,8	-15,4	-15,4	-15,4
Sé	3270	2,4	4073	2,5	7343	2,4	2151	1,8	2600	1,8	4751	1,8	-34,2	-36,2	-35,3	-25,0	-28,0	-25,0
Vitória	1802	1,3	2469	1,5	4271	1,4	1169	1,0	1551	1,1	2720	1,0	-35,1	-37,2	-424	-23,1	-26,7	-28,0
Subtotal (CHP)	34491	25,0	44115	26,8	78606	26,0	26169	21,9	33427	23,3	59596	22,6	-24,1	-24.2	-24,2	-12,4	-13,1	-13,1
Concelho do Porto	137914	100,0	164558	100,0	302472	100,0	119715	100,0	143416	100,0	263131	100,0	-13,9	-12,4	-13,0	-	-	-
S. Marinha (CHG)	15032	12,5	16475	12,9	31507	12,7	14492	10,4	16266	10,9	30758	10,7	-3,6	-1.3	-2,4	-16,8	-15,5	-15,7
Conc. de V. N. Gaia	120697	100,0	127868	100,0	248565	100,0	139808	100,0	148941	100,0	288749	100,0	10,5	13,4	12,0	-	-	-

ANEXO 4.11



ANEXO 4.12



ANEXO 4.9

População total residente por sexo, em 1981, 1991 e taxas de variação absoluta e relativa

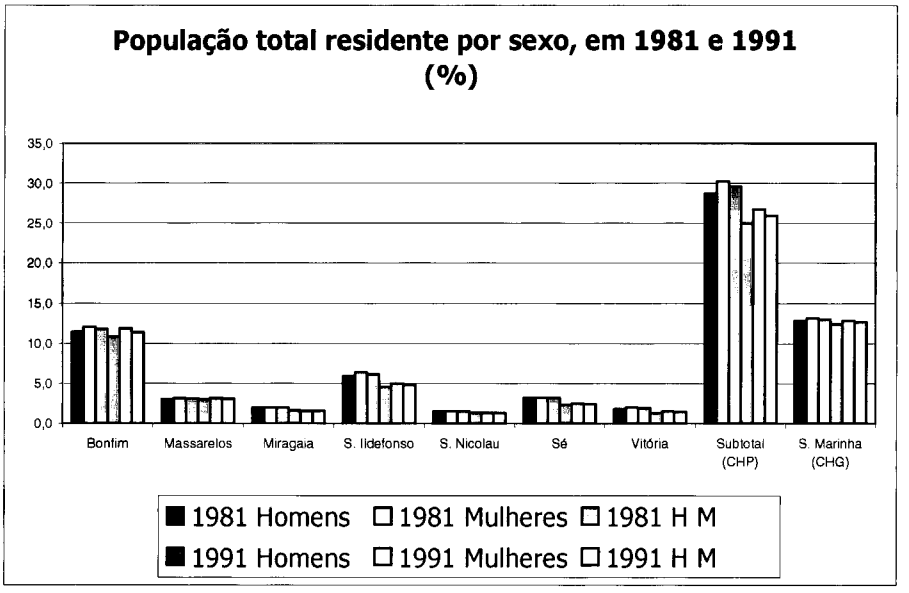
Freguesias	População residente												Taxa de Variação absoluta			Taxa Var. relativa		
	1981						1991											
	Homens		Mulheres		H M		Homens		Mulheres		H M		H	M	H M	H	M	H M
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	%	%	%	%	%	%
Bonfim	17039	11,4	21566	12,1	38605	11,8	14963	10,8	19534	11,9	34497	11,4	-12,2	-9,4	-10,6	-5,1	-1,8	-3,3
Massarelos	4471	3,0	5629	3,2	10100	3,1	4177	3,0	5159	3,1	9336	3,1	-6,6	-8,3	-7,6	0,9	-0,7	0,0
Miragaia	2982	2,0	3475	1,9	6457	2,0	2200	1,6	2571	1,6	4771	1,6	-26,2	-26,0	-26,1	-20,3	-19,8	-20,0
S. Ildefonso	8729	5,9	11416	6,4	20145	6,2	6261	4,5	8170	5,0	14431	4,8	-28,3	-28,4	-28,4	-22,5	-22,4	-22,5
S. Nicolau	2227	1,5	2613	1,5	4840	1,5	1818	1,3	2139	1,3	3957	1,3	-18,4	-18,1	-18,2	-11,8	-11,3	-11,5
Sé	4726	3,2	5757	3,2	10483	3,2	3270	2,4	4073	2,5	7343	2,4	-30,8	-29,3	-30,0	-25,3	-23,3	-24,2
Vitória	2642	1,8	3539	2,0	6181	1,9	1802	1,3	2469	1,5	4271	1,4	-31,8	-30,2	-30,9	-26,3	-24,4	-25,2
Subtotal (CHP)	42816	28,7	53995	30,3	96811	29,6	34491	25,0	44115	26,8	78606	26,0	-19,4	-18,3	-18,8	-13,0	-11,4	-12,1
Concelho do Porto	148990	100,0	178378	100,0	327368	100,0	137914	100,0	164558	100,0	302472	100,0	-7,4	-7,7	-7,6	0,0	0,0	0,0
S. Marinha (CHG)	14024	12,8	15435	13,2	29459	13,0	15032	12,5	16475	12,9	31507	12,7	7,2	6,7	7,0	-2,9	-2,3	-2,6
Conc. de V. N. Gaia	109312	100,0	117019	100,0	226331	100,0	120697	100,0	127868	100,0	248565	100,0	10,4	9,3	9,8	0,0	0,0	0,0

ANEXO 4.10

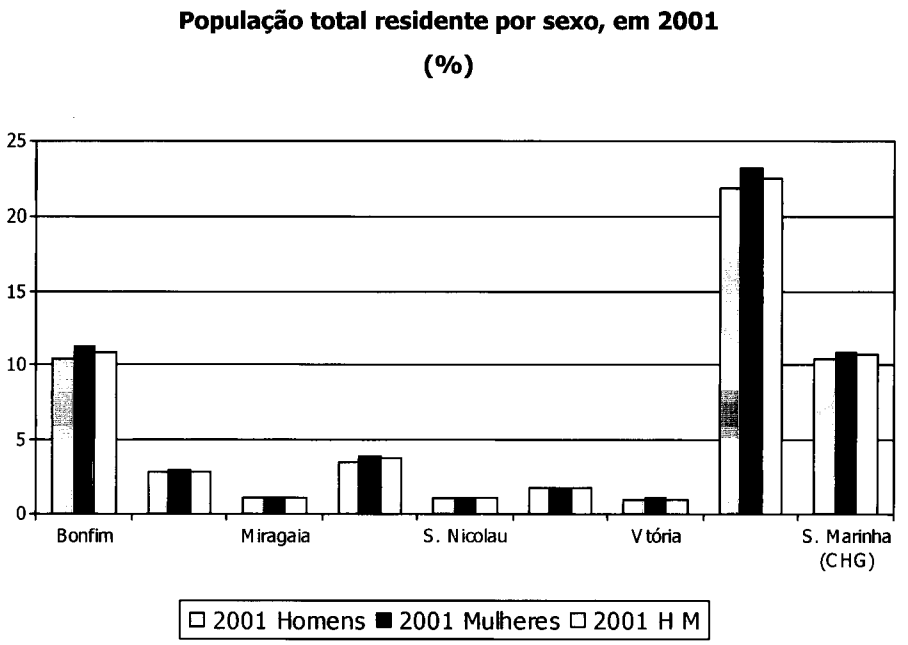
População total residente por sexo, em 1991, 2001 e taxas de variação absoluta e relativa

Freguesias	População residente												Taxa de Variação absoluta			Taxa Var. relativa		
	1991						2001											
	Homens		Mulheres		H M		Homens		Mulheres		H M		H	M	H M	H	M	H M
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	%	%	%	%	%	%
Bonfim	14963	10,8	19534	11,9	34497	11,4	12427	10,4	16151	11,3	28578	10,9	-16,9	-17,3	-17,2	-3,7	-5,0	-4,4
Massarelos	4177	3,0	5159	3,1	9336	3,1	3470	2,9	4286	3,0	7756	2,9	-16,9	-16,9	-16,9	-3,3	-3,2	-6,5
Miragaia	2200	1,6	2571	1,6	4771	1,6	1302	1,1	1508	1,1	2810	1,1	-40,8	-41,3	-41,1	-31,3	-31,3	-31,3
S. Ildefonso	6261	4,5	8170	5,0	14431	4,8	4316	3,6	5728	4,0	10044	3,8	-31,1	-29,9	-30,4	-20,0	-20,0	-15,4
S. Nicolau	1818	1,3	2139	1,3	3957	1,3	1334	1,1	1603	1,1	2937	1,1	-26,6	-25,1	-25,8	-15,4	-15,4	-15,4
Sé	3270	2,4	4073	2,5	7343	2,4	2151	1,8	2600	1,8	4751	1,8	-34,2	-36,2	-35,3	-25,0	-28,0	-25,0
Vitória	1802	1,3	2469	1,5	4271	1,4	1169	1,0	1551	1,1	2720	1,0	-35,1	-37,2	-424	-23,1	-26,7	-28,0
Subtotal (CHP)	34491	25,0	44115	26,8	78606	26,0	26169	21,9	33427	23,3	59596	22,6	-24,1	-24.2	-24,2	-12,4	-13,1	-13,1
Concelho do Porto	137914	100,0	164558	100,0	302472	100,0	119715	100,0	143416	100,0	263131	100,0	-13,9	-12,4	-13,0	-	-	-
S. Marinha (CHG)	15032	12,5	16475	12,9	31507	12,7	14492	10,4	16266	10,9	30758	10,7	-3,6	-1.3	-2,4	-16,8	-15,5	-15,7
Conc. de V. N. Gaia	120697	100,0	127868	100,0	248565	100,0	139808	100,0	148941	100,0	288749	100,0	10,5	13,4	12,0	-	-	-

ANEXO 4.11



ANEXO 4.12



ANEXO 4.13
População residente segundo o nível de instrução, em 1991

Freguesias	Nível de instrução																	
	Analfabetos com 10 ou mais anos						Ensino Primário						Ensino Preparatório					
	H		M		H M		H		M		H M		H		M		H M	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	170	7,8	1116	10,2	1286	9,8	4587	9,3	7292	11,0	11879	10,2	1715	10,1	1862	11,7	3577	10,9
Massarelos	59	2,7	320	2,9	379	2,9	1372	2,8	1916	2,9	3288	2,8	495	2,9	480	3,0	975	3,0
Miragaia	52	2,4	259	2,4	311	2,4	1026	2,1	1283	1,9	2309	2,0	322	1,9	250	1,6	572	1,7
S. Ildefonso	52	2,4	498	4,5	550	4,2	2200	4,4	3568	5,4	5768	5,0	703	4,2	721	4,5	1424	4,3
S. Nicolau	28	1,3	214	2,0	242	1,8	959	1,9	1145	1,7	2104	1,8	285	1,7	232	1,5	517	1,6
Sé	91	4,2	480	4,4	571	4,3	1691	3,4	2152	3,2	3843	3,3	475	2,8	424	2,7	899	2,7
Vitória	31	1,4	254	2,3	285	2,2	810	1,6	1200	1,8	2010	1,7	245	1,4	256	1,6	501	1,5
Subtotal (CHP)	483	22,1	3141	28,7	3624	27,6	12645	25,6	18556	27,9	31201	26,9	4240	25,1	4225	26,7	8465	25,8
C. do Porto	2182	100,0	10962	100,0	13144	100,0	49465	100,0	66516	100,0	115981	100,0	16925	100,0	15850	100,0	32775	100,0
S. Marinha (CHG)	250	7,1	1128	10,9	1378	9,9	5661	10,7	6923	11,8	12584	11,3	2094	11,5	1795	11,6	3889	11,6
C. V. N. Gaia	3506	100,0	10370	100,0	13876	100,0	53135	100,0	58591	100,0	111726	100,0	18156	100,0	15450	100,0	33606	100,0

Freguesias	Ensino Secundário						Outro Ensino						Taxa Analfabetização
	H		M		H M		H		M		H M		
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	%
Bonfim	4654	12,4	4998	13,1	9652	12,7	2959	13,5	3271	14,4	6230	13,9	4,1
Massarelos	1143	3,0	1327	3,5	2470	3,3	813	3,7	842	3,7	1655	3,7	4,5
Miragaia	454	1,2	430	1,1	884	1,2	193	0,9	178	0,8	371	0,8	7,3
S. Ildefonso	1969	5,2	2015	5,3	3984	5,3	959	4,4	964	4,2	1923	4,3	4,1
S. Nicolau	326	0,9	319	0,8	645	0,9	60	0,3	55	0,2	115	0,3	7,0
Sé	584	1,6	574	1,5	1158	1,5	121	0,6	129	0,6	250	0,6	8,8
Vitória	487	1,3	474	1,2	961	1,3	110	0,5	113	0,5	223	0,5	7,4
Subtotal (CHP)	9617	25,6	10137	26,5	19754	26,0	5215	23,7	5552	24,4	10767	24,1	-
C. do Porto	37589	100,0	38283	100,0	75872	100,0	21989	100,0	22771	100,0	44760	100,0	4,8
S. Marinha (CHG)	4262	15,8	3849	15,7	8111	15,7	1477	17,4	1603	17,9	3080	17,7	5,0
C. V. N. Gaia	27046	100,0	24526	100,0	51572	100,0	8491	100,0	8954	100,0	17445	100,0	6,4

ANEXO 4.14
População residente segundo o nível de instrução, em 2001

Freguesias	Nível de instrução																	
	Analfabetos com 10 ou mais anos						Primeiro Ciclo						Segundo Ciclo					
	H		M		H M		H		M		H M		H		M		H M	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	178	7,8	1024	11,1	1202	10,4	2990	9,1	4823	10,5	7813	9,9	1205	9,3	1353	10,5	2558	9,9
Massarelos	45	2,0	215	2,3	260	2,3	790	2,4	1198	2,6	1988	2,5	375	2,9	371	2,9	746	2,9
Miragaia	27	1,2	134	1,4	161	1,4	472	1,4	598	1,3	1070	1,4	176	1,4	150	1,2	326	1,3
S. Ildefonso	88	3,8	418	4,5	506	4,4	1129	3,5	1880	4,1	3009	3,8	469	3,6	512	4,0	981	3,8
S. Nicolau	27	1,2	185	2,0	212	1,8	518	1,6	747	1,6	1265	1,6	239	1,8	176	1,4	415	1,6
Sé	72	3,1	312	3,4	384	3,3	791	2,4	1104	2,4	1895	2,4	339	2,6	271	2,1	610	2,4
Vitória	21	0,9	164	1,8	185	1,6	434	1,3	706	1,5	1140	1,5	162	1,3	161	1,2	323	1,2
Subtotal (CHP)	431	18,8	2452	26,5	2910	25,2	7124	21,8	11056	24,1	18180	23,1	2965	22,8	2994	23,2	5959	23,0
C. do Porto	2287	100,0	9266	100,0	11553	100,0	32724	100,0	45812	100,0	78536	100,0	13011	100,0	12882	100,0	25893	100,0
S. Marinha (CHG)	257	6,8	981	9,8	1238	9,0	1309	9,3	8560	43,6	9869	9,9	1772	9,4	1688	10,0	3460	9,7
C. V. N. Gaia	3768	100,0	10043	100,0	13811	100,0	14085	100,0	19651	100,0	33736	100,0	18763	100,0	16814	100,0	35577	100,0

Freguesias	Terceiro Ciclo						Ensino Secundário						Ensino Médio					
	H		M		H M		H		M		H M		H		M		H M	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	1392	10,5	1621	11,7	3013	11,1	2667	11,7	2682	12,0	5349	11,9	324	13,6	356	14,8	680	14,2
Massarelos	345	2,6	402	3,0	747	2,8	631	2,8	707	3,2	1338	3,0	91	3,8	100	4,2	191	4,0
Miragaia	130	1,0	162	1,2	292	1,1	232	1,0	194	0,9	426	0,9	9	0,4	17	0,7	26	0,5
S. Ildefonso	536	4,0	643	4,6	1179	4,3	958	4,2	923	4,1	1881	4,2	102	4,3	132	5,5	234	4,9
S. Nicolau	220	1,7	184	1,3	404	1,5	199	0,9	184	0,8	383	0,8	5	0,2	3	0,1	8	0,2
Sé	297	2,2	290	2,1	587	2,2	394	1,7	310	1,4	704	1,6	23	1,0	10	0,4	33	0,7
Vitória	147	1,1	133	1,0	280	1,0	231	1,0	195	0,9	426	0,9	8	0,3	10	0,4	18	0,4
Subtotal (CHP)	3067	23,0	3435	24,8	6502	23,9	5312	23,3	5195	23,3	10507	23,3	562	23,7	628	26,1	1190	24,9
C. do Porto	13307	100,0	13845	100,0	27152	100,0	22832	100,0	22272	100,0	45104	100,0	2376	100,0	2404	100,0	4780	100,0
S. Marinha (CHG)	1831	10,6	1842	13,3	3673	11,1	3231	12,1	2884	11,7	6115	11,9	171	12,5	159	15,6	330	13,9
C. V. N. Gaia	17232	100,0	15758	100,0	32990	100,0	26697	100,0	24715	100,0	51412	100,0	1364	100,0	1017	100,0	2381	100,0

Freguesias	Ensino Superior						Taxa Analfabetização
	H		M		H M		
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	%
Bonfim	3020	11,4	3639	11,9	6659	11,7	4,5
Massarelos	979	6,0	1128	3,7	2107	3,7	3,6
Miragaia	198	0,7	180	0,6	378	0,7	6,2
S. Ildefonso	845	3,2	1004	3,3	1849	3,2	5,4
S. Nicolau	57	0,2	84	0,3	141	0,2	7,9
Sé	116	0,4	185	0,6	301	0,5	8,8
Vitória	100	0,4	111	0,4	211	0,4	7,3
Subtotal (CHP)	5315	20,1	6331	20,6	11646	20,4	-
C. do Porto	26408	100,0	30701	100,0	57109	100,0	4,8
S. Marinha (CHG)	1800	12,2	2260	12,3	4060	12,2	4,5
C. V. N. Gaia	14758	100,0	18434	100,0	33192	100,0	5,4

ANEXO 4.15

Condição perante o trabalho da população residente em 1991

Freguesias	Condição perante o trabalho																							
	Empregado						Desempregado						Estudante						Doméstico					
	H		M		H e M		H		M		H e M		H		M		H e M		H		M		H e M	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	7850	11,0	7384	11,9	15234	11,4	448	9,8	586	10,9	1034	10,4	1936	11,5	2322	12,9	4258	12,2	43	17,1	2186	11,1	2229	11,2
Massarelos	2323	3,2	2177	3,5	4500	3,4	138	3,0	150	2,8	288	2,9	487	2,9	599	3,3	1086	3,1	9	3,6	653	3,3	662	3,3
Miragaia	1175	1,6	920	1,5	2095	1,6	91	2,0	80	1,5	171	1,7	232	1,4	243	1,3	475	1,4	4	1,6	350	1,8	354	1,8
S. Ildefonso	3162	4,4	3031	4,9	6193	4,6	186	4,1	244	4,5	430	4,3	840	5,0	776	4,3	1616	4,6	13	5,2	928	4,7	941	4,7
S. Nicolau	898	1,3	734	1,2	1632	1,2	79	1,7	65	1,2	144	1,4	123	0,7	141	0,8	264	0,8	12	4,8	250	1,3	262	1,3
Sé	1574	2,2	1331	2,1	2905	2,2	141	3,1	154	2,9	295	3,0	260	1,5	256	1,4	516	1,5	8	3,2	389	2,0	397	2,0
Vitória	928	1,3	879	1,4	1807	1,4	101	2,2	103	1,9	204	2,1	186	1,1	161	0,9	347	1,0	2	0,8	252	1,3	254	1,3
Subtotal (CHP)	17910	25,0	16456	26,6	34366	25,7	1184	26,0	1382	25,7	2566	25,8	4064	24,1	4498	24,9	8562	24,5	91	36,3	5008	25,4	5099	25,5
C. do Porto	71685	100,0	61981	100,0	133666	100,0	4558	100,0	5385	100,0	9943	100,0	16829	100,0	18065	100,0	34894	100,0	251	100,0	19728	100,0	19979	100,0
S. Marinha (CHG)	8139	12,0	6419	13,4	14558	12,6	423	14,1	561	14,6	984	14,4	1636	13,9	1678	13,3	3314	13,6	23	10,9	1944	10,2	1967	10,2
C. V. N. Gaia	68013	100,0	47936	100,0	115949	100,0	2997	100,0	3852	100,0	6849	100,0	11733	100,0	12648	100,0	24381	100,0	211	100,0	19033	100,0	19244	100,0

Freguesias	Reformado						Incapacitado perante o Trabalho						Outra						Total					
	H		M		H e M		H		M		H e M		H		M		H e M		H		M		H e M	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	2328	12,2	4388	13,4	6716	13,0	107	10,6	166	13,1	273	12,0	401	8,4	695	10,2	1096	9,5	13116	11,1	17727	12,2	30843	11,7
Massarelos	516	2,7	830	2,5	1346	2,6	27	2,7	38	3,0	65	2,9	92	1,9	159	2,3	251	2,2	3592	3,0	4606	3,2	8198	3,1
Miragaia	348	1,8	604	1,8	952	1,8	6	0,6	7	0,6	13	0,6	56	1,2	57	0,8	113	1,0	1913	1,6	2261	1,5	4174	1,6
S. Ildefonso	1008	5,3	2031	6,2	3039	5,9	38	3,8	48	3,8	86	3,8	247	5,2	425	6,3	672	5,8	5497	4,6	7483	5,1	12980	4,9
S. Nicolau	292	1,5	550	1,7	842	1,6	12	1,2	12	0,9	24	1,1	66	1,4	76	1,1	142	1,2	1482	1,3	1828	1,3	3310	1,3
Sé	517	2,7	1077	3,3	1594	3,1	16	1,6	32	2,5	48	2,1	202	4,3	297	4,4	499	4,3	2718	2,3	3536	2,4	6254	2,4
Vitória	262	1,4	722	2,2	984	1,9	28	2,8	32	2,5	60	2,6	52	1,1	56	0,8	108	0,9	1559	1,3	2205	1,5	3764	1,4
Subtotal (CHP)	5271	27,6	10202	31,2	15473	29,9	234	23,2	335	26,4	569	25,0	1116	23,5	1765	26,0	2881	25,0	29877	25,3	39646	27,2	69523	26,3
C. do Porto	19116	100,0	32685	100,0	51801	100,0	1010	100,0	1267	100,0	2277	100,0	4752	100,0	6783	100,0	11535	100,0	118218	100,0	145893	100,0	264111	100,0
S. Marinha (CHG)	1720	14,2	2707	15,1	4427	14,7	202	11,0	325	13,7	527	12,5	477	12,2	677	12,1	1154	12,1	12622	12,5	14311	13,1	26933	12,8
C. V. N. Gaia	12110	100,0	17953	100,0	30063	100,0	1834	100,0	2369	100,0	4203	100,0	3913	100,0	5587	100,0	9500	100,0	100820	100,0	109380	100,0	210200	100,0

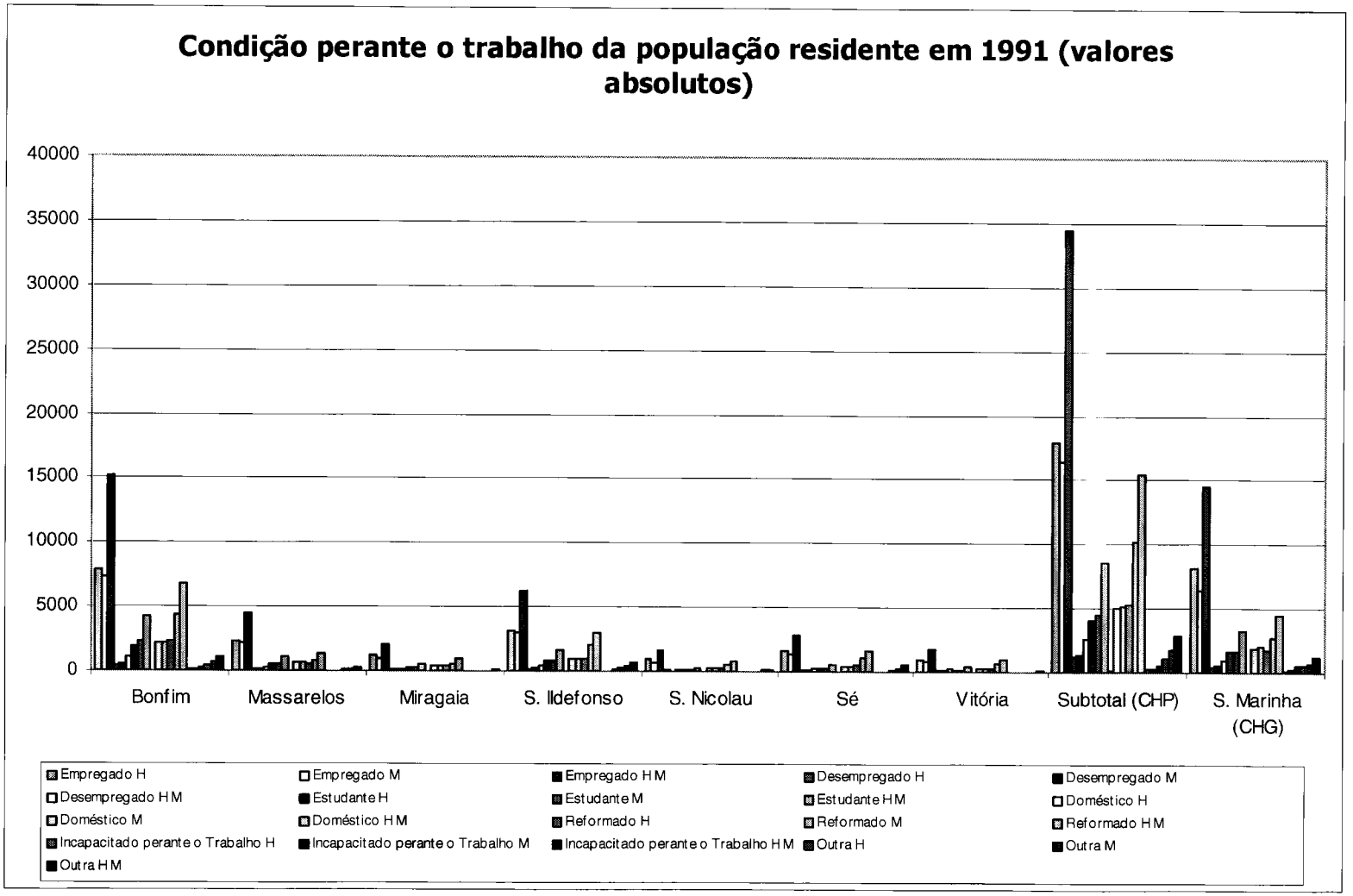
ANEXO 4.16

Condição perante o trabalho da população residente em 2001

Freguesias	Condição perante o trabalho																							
	Empregado						Desempregado						Estudante						Doméstico					
	H		M		H e M		H		M		H e M		H		M		H e M		H		M		H e M	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	6014	10,5	6240	11,1	12254	10,8	664	10,3	745	11,5	1409	10,9	1027	10,3	1185	11,1	2212	10,7	2	2,9	983	9,6	985	9,5
Massarelos	1766	3,1	1771	3,1	3537	2,2	183	2,8	224	3,5	407	3,1	309	3,1	373	3,5	682	3,3	5	0,7	231	2,3	236	2,3
Miragaia	562	1,0	567	1,0	1129	1,0	94	1,5	80	1,2	174	1,3	121	1,2	65	0,6	186	0,9	0	-	91	0,9	91	0,9
S. Ildefonso	1988	3,5	2040	3,6	4028	3,5	257	4,0	273	7,2	530	4,1	342	3,4	417	3,9	759	3,7	2	2,9	367	3,6	369	3,6
S. Nicolau	584	1,0	536	1,0	1120	1,0	130	2,0	107	1,7	237	1,8	72	0,7	75	0,7	147	0,7	1	1,4	102	1,0	103	1,0
Sé	930	1,6	820	1,5	1750	1,5	181	2,8	184	2,8	365	2,8	88	0,9	126	1,2	214	1,0	0	-	134	1,3	134	1,3
Vitória	507	0,9	460	0,8	967	0,9	73	1,1	72	1,1	145	1,1	68	0,7	88	0,8	156	0,8	0	-	95	0,9	95	0,9
Subtotal (CHP)	12351	21,5	12434	22,1	24785	21,8	1582	24,5	1688	26,0	3267	25,2	2027	20,4	2329	21,7	4356	21,1	10	14,3	2003	19,5	2013	19,5
C. do Porto	57323	100,0	56270	100,0	113593	100,0	6468	100,0	6483	100,0	12951	100,0	9945	100,0	10711	100,0	20656	100,0	70	100,0	10257	100,0	10327	100,0
S. Marinha (CHG)	7625	9,9	6821	10,8	14446	10,3	724	13,5	865	12,4	1589	12,9	905	10,8	972	10,5	1877	10,6	7	9,5	1188	8,1	1195	8,1
C. V. N. Gaia	76946	100,0	63135	100,0	140081	100,0	5382	100,0	6976	100,0	12358	100,0	8363	100,0	9295	100,0	17658	100,0	74	100,0	14634	100,0	14708	100,0

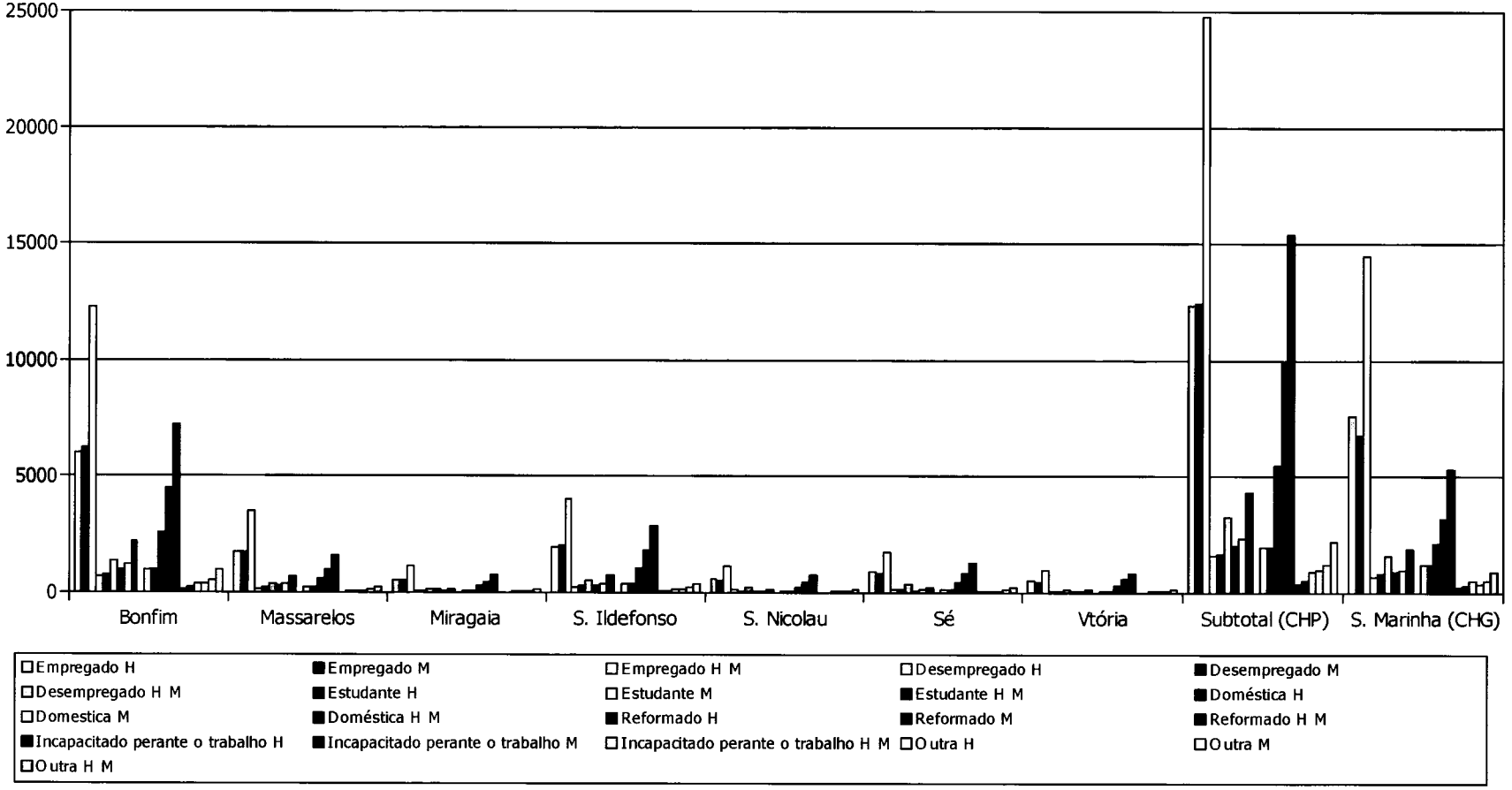
Freguesias	Reformado						Incapacitado perante o Trabalho						Outra						Total					
	H		M		H e M		H		M		H e M		H		M		H e M		H		M		H e M	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	2557	11,6	4460	12,5	7217	12,5	152	9,1	262	13,4	414	11,4	412	9,1	545	10,6	957	9,9	10828	10,6	14620	11,5	25448	11,1
Massarelos	612	2,8	1015	2,8	1627	2,8	32	1,9	60	3,1	92	2,5	92	2,0	161	3,1	253	2,6	2999	2,9	3835	3,0	6834	3,0
Miragaia	285	1,3	445	1,2	730	1,3	19	1,1	23	1,2	42	1,2	74	1,6	70	1,4	144	1,5	1155	1,1	1341	1,1	2496	1,1
S. Ildefonso	1036	4,7	1861	5,2	2897	5,0	65	3,9	110	5,6	175	4,8	149	3,3	219	4,3	368	3,8	3839	3,8	5287	4,2	9126	4,0
S. Nicolau	258	1,2	478	1,3	736	1,3	25	1,5	21	1,1	46	1,3	62	1,4	65	1,3	127	1,3	1132	1,1	1384	1,1	2516	1,1
Sé	463	2,1	818	2,3	1281	2,2	48	2,9	55	2,8	103	2,8	108	2,4	134	2,6	242	2,5	1818	1,8	2271	1,8	4089	1,8
Vitória	281	1,3	595	1,7	876	1,5	17	1,0	25	1,3	42	1,2	77	1,7	61	1,2	138	1,4	1023	1,0	1396	1,1	2419	1,1
Subtotal (CHP)	5492	25,0	9872	27,6	15364	26,6	358	21,4	556	28,5	914	25,2	974	21,6	1255	24,5	2229	23,1	22794	22,4	30134	23,8	52928	23,2
C. do Porto	21964	100,0	35793	100,0	57757	100,0	1672	100,0	1952	100,0	3624	100,0	4513	100,0	5126	100,0	9639	100,0	101955	100,0	126592	100,0	228547	100,0
S. Marinha (CHG)	2111	12,2	3223	13,7	5334	13,1	242	10,2	295	10,6	537	10,4	403	9,8	520	11,1	923	10,5	12017	10,5	13884	11,1	25901	10,8
C. V. N. Gaia	17302	100,0	23446	100,0	40748	100,0	2368	100,0	2774	100,0	5142	100,0	4130	100,0	4702	100,0	8832	100,0	114565	100,0	124962	100,0	239527	100,0

ANEXO 4.17


Condição perante o trabalho da população residente em 1991 (valores absolutos)
40000
35000
30000
25000
20000
15000
10000
5000
0
Bonfim
Massarelos
Miragaia
S. Ildefonso
S. Nicolau
Sé
Vitória
Subtotal (CHP)
S. Marinha (CHG)
Empregado H
Empregado M
Empregado H M
Desempregado H
Desempregado M
Desempregado H M
Estudante H
Estudante M
Estudante H M
Doméstico H
Doméstico M
Doméstico H M
Reformado H
Reformado M
Reformado H M
Incapacitado perante o Trabalho H
Incapacitado perante o Trabalho M
Incapacitado perante o Trabalho H M
Outra H
Outra M
Outra H M

ANEXO 4.18

Condição perante o trabalho da população residente em 2001 (valores absolutos)



ANEXO 4.19

Populações empregada e desempregada em 1991

Freguesias	População Empregada						População Desempregada																	
							À procura do 1º emprego						À procura de novo emprego						Total					
	H		M		H M		H		M		H M		H		M		H M		H		M		H M	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	7850	11,0	7384	11,9	15234	11,4	75	8,8	146	12,6	221	11,0	373	10,1	440	10,4	813	10,3	448	9,8	586	10,9	1034	10,4
Massarelos	2323	3,2	2177	3,5	4500	3,4	21	2,5	21	1,8	42	2,1	117	3,2	129	3,1	246	3,1	138	3,0	150	2,8	288	2,9
Miragaia	1175	1,6	920	1,5	2095	1,6	7	0,8	11	1,0	18	0,9	84	2,3	69	1,6	153	1,9	91	2,0	80	1,5	171	1,7
S. Ildefonso	3162	4,4	3031	4,9	6193	4,6	33	3,9	60	5,2	93	4,6	153	4,1	184	4,4	337	4,2	186	4,1	244	4,5	430	4,3
S. Nicolau	898	1,3	734	1,2	1632	1,2	15	1,8	14	1,2	29	1,4	64	1,7	51	1,2	115	1,5	79	1,7	65	1,2	144	1,4
Sé	1574	2,2	1331	2,1	2905	2,2	18	2,1	21	1,8	39	1,9	123	3,3	133	3,1	256	3,2	141	3,1	154	2,9	295	3,0
Vitória	928	1,3	879	1,4	1807	1,4	21	2,5	24	2,1	45	2,2	80	2,2	79	1,9	159	2,0	101	2,2	103	1,9	204	2,1
Subtotal (CHP)	17910	25,0	16456	26,6	34366	25,7	190	22,2	297	25,7	487	24,2	994	26,9	1085	25,7	2079	26,2	1184	26,0	1382	25,7	2566	25,8
C. do Porto	71685	100,0	61981	100,0	133666	100,0	856	100,0	1156	100,0	2012	100,0	3702	100,0	4229	100,0	7931	100,0	4558	100,0	5385	100,0	9943	100,0
S. Marinha (CHG)	8139	12,0	6419	13,4	14558	12,6	82	16,4	121	14,9	203	15,4	341	13,7	440	14,5	781	14,1	423	14,1	561	14,6	984	14,4
C. V. N. Gaia	68013	100,0	47936	100,0	115949	100,0	501	100,0	814	100,0	1315	100,0	2496	100,0	3038	100,0	5534	100,0	2997	100,0	3852	100,0	6849	100,0

ANEXO 4.20

Populações empregada e desempregada em 2001

Freguesias	População Empregada						População Desempregada																	
							À procura do 1º emprego						À procura de novo emprego						Total					
	H		M		H M		H		M		H M		H		M		H M		H		M		H M	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	6014	10,5	6240	11,1	12254	10,8	126	11,6	188	13,6	314	12,7	538	10,0	557	10,9	1095	10,5	664	10,3	745	11,5	1409	10,9
Massarelos	1766	3,1	1771	3,1	3537	2,2	28	2,6	41	3,0	69	2,8	155	2,9	183	3,6	338	3,2	183	2,8	224	3,5	407	3,1
Miragaia	562	1,0	567	1,0	1129	1,0	15	1,4	18	1,3	33	1,3	79	1,5	62	1,2	141	1,3	94	1,5	80	1,2	174	1,3
S. Ildefonso	1988	3,5	2040	3,6	4028	3,5	46	4,2	65	4,7	111	4,5	211	3,9	208	4,1	419	1,0	257	4,0	273	7,2	530	4,1
S. Nicolau	584	1,0	536	1,0	1120	1,0	15	1,4	17	1,2	32	1,3	115	2,1	90	1,8	205	2,0	130	2,0	107	1,7	237	1,8
Sé	930	1,6	820	1,5	1750	1,5	31	2,8	35	2,5	66	2,7	150	2,8	149	2,9	299	2,9	181	2,8	184	2,8	365	2,8
Vitória	507	0,9	460	0,8	967	0,9	11	1,0	8	0,6	19	0,8	62	1,2	64	1,3	126	1,2	73	1,1	72	1,1	145	1,1
Subtotal (CHP)	12351	21,5	12434	22,1	25085	22,1	272	25,0	372	26,8	644	26,0	1310	24,4	1313	25,8	2623	25,0	1582	24,5	1688	26,0	3267	25,2
C. do Porto	57323	100,0	56270	100,0	113593	100,0	1090	100,0	1387	100,0	2477	100,0	5378	100,0	5096	100,0	10474	100,0	6468	100,0	6483	100,0	12951	100,0
S. Marinha (CHG)	7625	9,9	6821	10,8	14446	10,3	112	13,0	125	10,3	237	11,4	612	13,5	740	12,8	1352	13,1	724	13,5	865	12,4	1589	12,9
C. V. N. Gaia	76946	100,0	63135	100,0	140081	100,0	859	100,0	1215	100,0	2074	100,0	4523	100,0	5761	100,0	10284	100,0	5382	100,0	6976	100,0	12358	100,0

ANEXO 4.21

População com ou sem actividade económica em 1991

Freguesias	População com actividade económica						População sem actividade económica						Total					
	H		M		H M		H		M		H M		H		M		H M	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	8301	10,9	7970	11,8	16271	11,3	4815	11,5	9757	12,4	14572	12,1	13116	11,1	17727	12,2	30843	11,7
Massarelos	2461	3,2	2327	3,5	4788	3,3	1131	2,7	2279	2,9	3410	2,8	3592	3,0	4606	3,2	8198	3,1
Miragaia	1267	1,7	1000	1,5	2267	1,6	646	1,5	1261	1,6	1907	1,6	1913	1,6	2261	1,5	4174	1,6
S. Ildefonso	3351	4,4	3275	4,9	6626	4,6	2146	5,1	4208	5,4	6354	5,3	5497	4,6	7483	5,1	12980	4,9
S. Nicolau	977	1,3	799	1,2	1776	1,2	505	1,2	1029	1,3	1534	1,3	1482	1,3	1828	1,3	3310	1,3
Sé	1715	2,2	1485	2,2	3200	2,2	1003	2,4	2051	2,6	3054	2,5	2718	2,3	3536	2,4	6254	2,4
Vitória	1029	1,3	982	1,5	2011	1,4	530	1,3	1223	1,6	1753	1,5	1559	1,3	2205	1,5	3764	1,4
Subtotal (CHP)	19101	25,0	17838	26,5	36939	25,7	10776	25,7	21808	27,8	32584	27,0	29877	25,3	39646	27,2	69523	26,3
C. do Porto	76260	100,0	67365	100,0	143625	100,0	41958	100,0	78528	100,0	120486	100,0	118218	100,0	145893	100,0	264111	100,0
S. Marinha (CHG)	8564	12,1	6980	13,5	15544	12,7	4058	13,6	7331	12,7	11389	13,0	12622	12,5	14311	13,1	26933	12,8
C. V. N. Gaia	71019	100,0	51790	100,0	122809	100,0	29801	100,0	57590	100,0	87391	100,0	100820	100,0	109380	100,0	210200	100,0

ANEXO 4.22

População com ou sem actividade económica em 2001

Freguesias	População com actividade económica (H M)						População sem actividade económica (H M)											
	Empregados		Desempregados		Total		Estudante		Doméstico		Reformado		Incapacitado		Outra		Total	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	15237	11,4	1034	10,4	16271	11,3	4258	12,2	2229	11,2	6716	13,0	273	12,0	1096	9,5	30843	11,7
Massarelos	4500	3,4	288	2,9	4788	3,3	1086	3,1	662	3,3	1346	2,6	65	2,9	251	2,2	8198	3,1
Miragaia	2096	1,6	171	1,7	2267	1,6	475	1,4	354	1,8	952	1,8	13	0,6	113	1,0	4174	1,6
S. Ildefonso	6196	4,6	430	4,3	6626	4,6	1616	4,6	941	4,7	3039	5,9	86	3,8	672	5,8	12980	4,9
S. Nicolau	1632	1,2	144	1,4	1776	1,2	264	0,8	262	1,3	842	1,6	24	1,1	142	1,2	3310	1,3
Sé	2905	2,2	295	3,0	3200	2,2	516	1,5	397	2,0	1594	3,1	48	2,1	499	4,3	6254	2,4
Vitória	1807	1,4	204	2,1	2011	1,4	347	1,0	254	1,3	984	1,9	60	2,6	108	0,9	3764	1,4
Subtotal (CHP)	34373	25,7	2566	25,8	36939	25,7	8562	24,5	5099	25,5	15473	29,9	569	25,0	2881	25,0	69523	26,3
C. do Porto	133682	100,0	9943	100,0	143625	100,0	34894	100,0	19979	100,0	51801	100,0	2277	100,0	11535	100,0	264111	100,0
S. Marinha (CHG)	14560	12,6	984	14,4	15544	12,7	3314	13,6	1967	10,2	4427	14,7	527	12,5	1154	12,1	26933	12,8
C. V. N. Gaia	115960	100,0	6849	100,0	122809	100,0	24381	100,0	19244	100,0	30063	100,0	4203	100,0	9500	100,0	210200	100,0

ANEXO 4.23

População com ou sem actividade económica segundo a condição perante o trabalho em 1991

Freguesias	População com actividade económica						População sem actividade económica						Total					
	H		M		H M		H		M		H M		H		M		H M	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	6678	10,5	6985	11,1	13663	10,8	5749	10,3	9166	11,4	14915	10,9	12427	10,4	16151	11,3	28578	10,9
Massarelos	1949	3,1	1995	3,2	3944	3,1	1521	2,7	2291	2,8	3812	2,8	3470	2,9	4286	3,0	7756	2,9
Miragaia	656	1,0	647	1,0	1303	1,0	646	1,6	861	1,1	1507	1,1	1302	1,1	1508	1,1	2810	1,1
S. Ildefonso	2245	3,5	2313	3,7	4558	3,6	2071	3,7	3415	4,2	5486	4,0	4316	3,6	5728	4,0	10044	3,8
S. Nicolau	714	1,1	643	1,0	1657	1,3	620	1,1	960	1,2	1580	1,2	1334	1,1	1603	1,1	2937	1,1
Sé	1111	1,7	1004	3,1	2115	1,7	1040	1,9	1596	2,0	2636	1,9	2151	1,8	2600	1,8	4751	1,8
Vitória	580	0,9	532	0,8	1112	0,9	589	1,1	1019	1,3	1608	1,2	1169	1,0	1551	1,1	2720	1,0
Subtotal (CHP)	13933	21,8	13819	22,0	28352	22,4	12236	21,9	17017	21,1	31544	15,8	26169	21,9	33427	23,3	59596	22,6
C. do Porto	63791	100,0	62753	100,0	126544	100,0	55924	100,0	80663	100,0	136587	100,0	119715	100,0	143416	100,0	263131	100,0
S. Marinha (CHG)	8349	10,1	7686	11,0	16035	10,5	6143	10,7	8580	10,9	14723	10,8	14492	10,4	16266	10,9	30758	10,7
C. V. N. Gaia	82328	100,0	70111	100,0	152439	100,0	57480	100,0	78830	100,0	136310	100,0	139808	100,0	148941	100,0	288749	100,0

ANEXO 4.24

População com ou sem actividade económica segundo a condição perante o trabalho em 2001

Freguesias	População com actividade económica (H M)						População sem actividade económica (H M)											
	Empregados		Desempregados		Total		Estudante		Doméstico		Reformado		Incapacitado		Outra		Total	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	12254	10,8	1409	10,9	13663	10,8	2212	10,7	985	9,5	7217	12,5	414	11,4	957	9,9	11785	11,6
Massarelos	3537	2,2	407	3,1	3944	3,1	682	3,3	236	2,3	1627	2,8	92	2,5	253	2,6	2890	2,8
Miragaia	1129	1,0	174	1,3	1303	1,0	186	0,9	91	0,9	730	1,3	42	1,2	144	1,5	1193	1,2
S. Ildefonso	4028	3,5	530	4,1	4558	3,6	759	3,7	369	3,6	2897	5,0	175	4,8	368	3,8	4568	4,5
S. Nicolau	1120	1,0	237	1,8	1657	1,3	147	0,7	103	1,0	736	1,3	46	1,3	127	1,3	1159	1,1
Sé	1750	1,5	365	2,8	2115	1,7	214	1,0	134	1,3	1281	2,2	103	2,8	242	2,5	1974	1,9
Vitória	967	0,9	145	1,1	1112	0,9	156	0,8	95	0,9	876	1,5	42	1,2	138	1,4	1037	1,0
Subtotal (CHP)	24785	21,8	3267	25,2	28352	22,4	4356	21,1	2013	19,5	15364	26,6	914	25,2	2229	23,1	24876	24,4
C. do Porto	113593	100,0	12951	100,0	126544	100,0	20656	100,0	10327	100,0	57757	100,0	3624	100,0	9639	100,0	102003	100,0
S. Marinha (CHG)	14446	10,3	1589	12,9	16035	10,5	1877	10,6	1195	8,1	5334	13,1	537	10,4	923	10,5	9866	11,3
C. V. N. Gaia	140081	100,0	12358	100,0	152439	100,0	17658	100,0	14708	100,0	40748	100,0	5142	100,0	8832	100,0	87088	100,0

ANEXO 4.25

População residente em 1991 por sector de actividade e sexo

Freguesias	Sectores de actividade																							
	Primário						Secundário						Terciário						Total					
	H		M		HM		H		M		HM		H		M		HM		H		M		HM	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	7	2,5	18	15,1	25	6,2	2273	9,1	1296	9,2	3569	9,1	5570	12,0	6070	12,7	11640	12,4	7850	11,0	7384	11,9	15234	11,4
Massarelos	9	3,2	5	4,2	14	3,5	765	3,1	468	3,3	1233	3,2	1549	3,3	1704	3,6	3253	3,5	2323	3,2	2177	3,5	4500	3,4
Miragaia	4	1,4	2	1,7	6	1,5	402	1,6	238	1,7	640	1,6	769	1,7	680	1,4	1449	1,5	1175	1,6	920	1,5	2095	1,6
S. Ildefonso	6	2,1	1	0,8	7	1,7	891	3,6	514	3,6	1405	3,6	2265	4,9	2516	5,3	4781	5,1	3162	4,4	3031	4,9	6193	4,6
S. Nicolau	2	0,7	1	0,8	3	0,7	301	1,2	162	1,1	463	1,2	595	1,3	571	1,2	1166	1,2	898	1,3	734	1,2	1632	1,2
Sé	5	1,8	2	1,7	7	1,7	482	1,9	306	2,2	788	2,0	1087	2,3	1023	2,1	2110	2,2	1574	2,2	1331	2,1	2905	2,2
Vitória	4	1,4	1	0,8	5	1,2	244	1,0	154	1,1	398	1,0	680	1,5	724	1,5	1404	1,5	928	1,3	879	1,4	1807	1,4
Subtotal (CHP)	37	13,0	30	25,2	67	16,6	5358	21,5	3138	22,2	8496	21,7	12515	27,0	13288	27,8	25803	27,4	17910	25,0	16456	26,6	34366	25,7
C. do Porto	285	100,0	119	100,0	404	100,0	24965	100,0	14132	100,0	39097	100,0	46435	100,0	47730	100,0	94165	100,0	71685	100,0	61981	100,0	133666	100,0
S. Marinha (CHG)	42	3,8	7	1,3	49	3,0	2959	8,3	1876	8,9	4835	8,5	5138	16,5	4536	17,2	9674	16,8	8139	12,0	6419	13,4	14558	12,6
C. V. N. Gaia	1091	100,0	520	100,0	1611	100,0	35757	100,0	20972	100,0	56729	100,0	31165	100,0	26444	100,0	57609	100,0	68013	100,0	47936	100,0	115949	100,0

ANEXO 4.26

População residente em 2001 por sector de actividade e sexo

Freguesias	Sectores de actividade																							
	Primário						Secundário						Terciário						Total					
	H		M		HM		H		M		HM		H		M		HM		H		M		HM	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Bonfim	27	9,5	7	5,2	34	8,1	1510	9,1	737	9,8	2247	9,3	4477	11,1	5496	11,3	9973	11,2	6014	10,5	6240	11,1	12254	10,8
Massarelos	9	3,2	4	2,9	13	3,1	507	3,1	229	3,0	736	3,1	1250	3,1	1538	3,2	2788	3,1	1766	3,1	1771	3,1	3537	2,2
Miragaia	3	1,1	3	2,2	6	1,4	193	1,2	74	1,0	267	1,1	366	0,9	490	1,0	856	1,0	562	1,0	567	1,0	1129	1,0
S. Ildefonso	8	2,8	5	3,6	13	3,1	489	3,0	253	3,4	742	3,1	1491	3,7	1782	3,7	3273	3,7	1988	3,5	2040	3,6	4028	3,5
S. Nicolau	2	0,7	3	2,2	5	1,2	175	1,1	71	0,9	246	1,0	407	1,0	462	1,0	869	1,0	584	1,0	536	1,0	1120	1,0
Sé	3	1,1	1	0,7	4	1,0	288	1,7	116	1,5	404	1,7	639	1,6	703	1,4	1342	1,5	930	1,6	820	1,5	1750	1,5
Vitória	9	3,2	0	-	9	2,1	133	0,8	53	0,7	186	0,8	365	0,9	407	0,8	772	0,9	507	0,9	460	0,8	967	0,9
Subtotal (CHP)	61	21,6	23	16,8	84	20,0	3295	19,9	1533	20,4	4828	20,0	8995	22,2	10878	22,4	19873	22,3	12351	21,5	12434	22,1	25085	22,1
C. do Porto	283	100,0	137	100,0	420	100,0	16567	100,0	7517	100,0	24084	100,0	40473	100,0	48616	100,0	89089	100,0	57323	100,0	56270	100,0	113593	100,0
S. Marinha (CHG)	34	5,1	16	4,3	50	4,8	2457	6,8	1160	6,2	3617	6,6	5134	12,8	5645	12,8	10779	12,8	7625	9,9	6821	10,8	14446	10,3
C. V. N. Gaia	661	100,0	373	100,0	1034	100,0	36035	100,0	18621	100,0	54656	100,0	40250	100,0	44141	100,0	84391	100,0	76946	100,0	63135	100,0	140081	100,0

ANEXO 5

ANEXO 5.1

Mapa das observações no Solar do Vinho do Porto

Dias da Semana	Horas de observação	Número de clientes			Semana de Observação
		HM	H	M	
2ª feira	18-20	11	8	3	1ª
3ª feira	20-22	14	9	5	
4ª feira	22-24	38	26	12	
5ª feira	14-16	2	2	0	
6ª feira	16-18	23	16	7	
Sábado	18-20	33	19	14	
Total		121	80	41	
2ª feira	16-18	12	8	4	2ª
3ª feira	18-20	20	11	9	
4ª feira	20-22	13	11	2	
5ª feira	22-24	25	18	7	
6ª feira	14-16	4	2	2	
Sábado	16-18	31	16	15	
Total		105	66	39	
2ª feira	22-24	29	15	14	3ª
3ª feira	14-16	8	4	4	
4ª feira	16-18	19	10	9	
5ª feira	18-20	21	14	7	
6ª feira	20-22	8	5	3	
Sábado	22-24	50	23	27	
Total		135	71	64	
2ª feira	14-16	7	2	5	4ª
3ª feira	16-18	8	4	4	
4ª feira	18-20	16	10	6	
5ª feira	20-22	18	10	8	
6ª feira	22-24	27	19	8	
Sábado	14-16	17	7	10	
Total		93	52	41	
2ª feira	20-22	15	8	7	5ª
3ª feira	22-24	26	15	11	
4ª feira	14-16	2	2	0	
5ª feira	16-18	16	8	8	
6ª feira	18-20	19	9	10	
Sábado	20-22	19	8	11	
Total		97	50	47	

Anexo 5.2

TIPOS ESTRUTURAIS DE FAMÍLIAS

2º LASLETT / HAMMEL (FONTE: Ana Nunes A)	2º LASLETT (Fonte: Mário L.B.)
1. Agregados domésticos (a. d.) sem núcleo familiar 1. a. d. de pessoas sós 2. a. d. de várias pessoas (sem estrutura conjugal)	Gr. I - "pessoas isoladas" Gr. II – "outras pessoas" - (pessoas sem laços de parentesco)
2. Agregados domésticos de famílias simples 3. casais sem filhos (sem outros) 4. casais com filhos (sem outros) 5. pai/mãe com filhos (sem outros)	Gr III – "famílias nucleares simples" – (sem parentes) = casais: * Sem filhos * Com filhos * Pessoas com filhos
3. Agregados domésticos de famílias complexas 6. a. d. de famílias simples alargadas (famílias simples a viver com outros parentes). São compostas por: *casais sem filhos (com outras pessoas) *casais com filhos (com outras pessoas) *pai/mãe com filhos (com outras pessoas) *avós com netos (com ou sem outras pessoas) 7. a. d. de famílias múltiplas (compostas por 2, 3 ou mais famílias simples). São compostas por: *famílias com 2 ou mais núcleos	Gr. IV – "Famílias nucleares alargadas" – (com parentes) = *casais com filhos e outros parentes * pessoas com filhos e outros parentes Gr. V – "famílias multinucleares" = (corresponde à totalidade das famílias multinucleares)

ANEXO 5.3

DIMENSÃO DA FAMÍLIA

Designação das categorias	Número de pessoas
1. Isolados – (1) 2. Famílias reduzidas – (2/4) 3. Famílias medianas – (5/6) 4. Famílias numerosos – (7 +)	1 pessoa 2/4 pessoas 5/6 pessoas 7 + pessoas

ANEXO 5.4

CATEGORIAS DOS TIPOS ESTRUTURAIS I e II

TIPO I DE AGREGADO DOMÉSTICO (7 categorias)	**TIPO II** DE AGREGADO DOMÉSTICO (3 categorias)
1. Pessoas sós 2. Várias pessoas (sem estrutura conjugal)	1. Sem núcleo familiar
3. Casais sem filhos (sem outros) 4. Casais com filhos (sem outros) 5. Pai/mãe com filhos (sem outros)	2. Famílias simples
6. Famílias simples alargadas (famílias simples a viver com outros parentes). São compostas por: *Casais sem filhos (com outras pessoas) *Casais com filhos (com outras pessoas) *Pai/mãe com filhos (com outras pessoas) *Avós com netos (com ou sem outras pessoas) 7. A. d. de famílias múltiplas (compostas por 2, 3 ou mais famílias simples). São compostas por: *Famílias com 2 ou mais núcleos	3. Famílias complexas

ANEXO 5.5

T4 – Nº Elementos do grupo doméstico (excluindo o inquirido)

Número de elementos	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
0	13,5%	27,7%	9,5%	13,1%	9,5%	10,0%
1	28,6%	32,3%	36,9%	25,0%	20,2%	30,0%
2	25,7%	24,6%	21,4%	36,9%	22,6%	21,7%
3	21,8%	10,8%	22,6%	10,7%	34,5%	30,0%
4	7,4%	3,1%	7,1%	8,3%	10,7%	6,7%
5	1,9%		2,4%	3,6%	2,4%	
6	,8%	1,5%		1,2%		1,7%
7						
8	,3%			1,2%		
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

ANEXO 5.6

T43 – Tipo II do Agregado doméstico

Tipo II do agregado doméstico	Estabelecimento					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Sem núcleo familiar	15,1%	29,2%	11,9%	13,1%	9,5%	15,0%
Famílias simples	77,5%	63,1%	88,1%	73,8%	79,8%	80,0%
Famílias complexas	7,4%	7,7%		13,1%	10,7%	5,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

ANEXO 5.7

Condição perante o trabalho do inquirido segundo a condição perante o trabalho do cônjuge/companheiro

Identificação da casa	Condição perante o trabalho do inquirido	Condição perante o trabalho do cônjuge/companheiro						Total
		Exerce profissão	Ocupa-se das tarefas do lar	Estudante	Incapacitado perante o trabalho	Desempregado	Reformado	
Valente	Exerce profissão	34.9%	16.3%			2.3%	11.6%	65.1%
	Incapacitado perante o trabalho		4.7%					4.7%
	Reformado	7.0%	14.0%				9.3%	30.2%
	Total	41.9%	34.9%			2.3%	20.9%	100.0%
Túnel	Exerce profissão	47.8%	17.4%		1.4%	1.4%	7.2%	75.4%
	Incapacitado perante o trabalho	2.9%					2.9%	5.8%
	Desempregado	4.3%						4.3%
	Reformado	1.4%	4.3%				8.7%	14.5%
	Total	56.5%	21.7%		1.4%	1.4%	18.8%	100.0%
Jaime	Exerce profissão	58.3%	11.7%			1.7%	5.0%	76.7%
	Incapacitado perante o trabalho					1.7%		1.7%
	Reformado	5.0%	1.7%	1.7%			13.3%	21.7%
	Total	63.3%	13.3%	1.7%		3.3%	18.3%	100.0%
Soraya	Exerce profissão	57.3%	8.0%		1.3%	2.7%	2.7%	72.0%
	Ocupa-se das tarefas do lar	1.3%						1.3%
	Desempregado	5.3%				1.3%		6.7%
	Reformado	6.7%	1.3%				12.0%	20.0%
	Total	70.7%	9.3%		1.3%	4.0%	14.7%	100.0%
Solar	Exerce profissão	73.1%	11.5%					84.6%
	Ocupa-se das tarefas do lar	3.8%						3.8%
	Reformado		3.8%				7.7%	11.5%
	Total	76.9%	15.4%				7.7%	100.0%

ANEXO 5.8

Condição perante o trabalho da Mãe segundo a condição perante o trabalho do Pai

Identificação da casa	Condição perante o trabalho Mãe	Condição perante o trabalho Pai						Total
		Exerce profissão	Incapacitado perante o trabalho	Desempregado	Reformado	Não sabe	Não responde	
Valente	Exerce profissão	10.8%			3.1%	1.5%	1.5%	16.9%
	Ocupa-se das tarefas do lar	20.0%			6.2%	6.2%	6.2%	38.5%
	Reformado	1.5%			18.5%	1.5%	6.2%	27.7%
	Não sabe					9.2%		9.2%
	Não responde						7.7%	7.7%
	Total	32.3%			27.7%	18.5%	21.5%	100.0%
Túnel	Exerce profissão	8.3%			2.4%		1.2%	11.9%
	Ocupa-se das tarefas do lar	16.7%			4.8%		2.4%	23.8%
	Incapacitado perante o trabalho			1.2%				1.2%
	Reformado	6.0%			40.5%		1.2%	47.6%
	Não sabe					3.6%		3.6%
	Não responde						11.9%	11.9%
	Total	31.0%		1.2%	47.6%	3.6%	16.7%	100.0%
Jaime	Exerce profissão	35.7%	1.2%		1.2%			38.1%
	Ocupa-se das tarefas do lar	17.9%	1.2%		7.1%			26.2%
	Reformado	14.3%	1.2%		16.7%	2.4%		34.5%
	Não sabe					1.2%		1.2%
	Total	67.9%	3.6%		25.0%	3.6%		100.0%
Soraya	Exerce profissão	32.1%			2.4%			34.5%
	Ocupa-se das tarefas do lar	8.3%		1.2%	8.3%	1.2%		19.0%
	Incapacitado perante o trabalho	1.2%	1.2%		3.6%			6.0%
	Reformado	7.1%			31.0%	1.2%		39.3%
	Não sabe					1.2%		1.2%
	Total	48.8%	1.2%	1.2%	45.2%	3.6%		100.0%
Solar	Exerce profissão	30.0%			3.3%			33.3%
	Ocupa-se das tarefas do lar	21.7%			18.3%	1.7%		41.7%
	Desempregado	1.7%						1.7%
	Reformado	3.3%			20.0%			23.3%
	Total	56.7%			41.7%	1.7%		100.0%

ANEXO 5.9
(Suporte de análise para o Gráfico 1)

Homals

Eigenvalues

Dimension	Eigenvalue
1	.493
2	.408

Discrimination Measures

	Dimension	
	1	2
Identificação da casa	.486	.228
Estado civil	.489	.617
Grupos etários	.731	.489
Nível de escolaridade próprio	.608	.292
Condição perante o trabalho do inquirido	.582	.418
Tipo II de agregado doméstico	.062	.406

Quantifications

Identificação da casa

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Valente	65	.691	-.464
Túnel	84	.280	.458
Jaime	84	.106	.069
Soraya	84	.168	.410
Solar	60	-1.539	-.815
Missing	0		

Estado civil

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Sol	80	-1.125	-.779
C/UF	257	.160	.487
Div/Sep	24	.636	-.955
Viú	16	2.043	-2.515
Missing	0		

Grupos etários

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
18-25	28	-2.237	-1.397
26-35	63	-.657	.007
36-45	99	-.060	.581
46-55	94	.168	.476
56-65 anos	51	.679	-.163
> 65	42	1.395	-1.326
Missing	0		

Nível de escolaridade próprio

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
nsIne	8	1.815	-2.183
slesge	13	1.039	-1.244
1° c	157	.552	.202
2° c	66	-.027	.498
3° C	54	-.214	.249
ES	38	-1.410	-.597
CM	0	.000	.000
CS	35	-1.343	-.593
Mest	0	.000	.000
Dout	0	.000	.000
Missing	6		

Condição perante o trabalho do inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	2
EP	276	-.209	.332
OTLar	0	.000	.000
Est	11	-2.955	-2.123
IncpT	11	.818	.060
PPE	0	.000	.000
Des	15	.349	.034
Ref	61	1.294	-1.128
SMO	0	.000	.000
Missing	3		

Tipo II de agregado doméstico

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	2
SNF	57	.584	-1.510
FS	292	-.100	.264
FC	28	-.178	.307
Missing	0		

Anexo 5.10 (Suporte de análise para o Gráfico 2)
HOMALS

Eigenvalues

Dimension	Eigenvalue
1	,766
2	,556

Discrimination Measures

	Dimension	
	1	2
Identificação da casa	1,064	,444
Grupo de profissão do inquirido	,875	1,027
Grupo de profissão do cônjuge	,378	,415
Grupo de profissão da Mãe	,500	,123
Grupo de profissão do Pai	1,011	,771

Quantifications

Identificação da casa

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Valente	65	,676	-1,449
Túnel	84	,417	,217
Jaime	84	,274	,269
Soraya	84	,334	,475
Solar	60	-2,384	-,181
Missing	0		

Grupo de profissão do inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Quadros superiores e dirigentes	14	-2,358	-,155
Especialistas das profissões intelectuais e científicas	24	-2,386	-,280
Técnicos e profissionais de nível intermédio do ensino	0	,000	,000
Outros técnicos e profissionais de nível intermédio	35	-1,043	,288
Pessoal administrativo com chefia ou similar	10	-,127	,327
Outro pessoal administrativo	25	,390	,249
Pessoal dos serviços e vendedores com chefia ou similar	17	,436	,559
Outro pessoal dos serviços e vendedores	50	,370	,192
Trabalhadores qualificados da agricultura e pesca com chefia	1	,919	-9,517
Outros trabalhadores qualificados da agricultura e pesca	4	,906	-8,267
Operários e artífices com chefia ou similar	26	,512	,127
Outros operários e artífices	110	,574	-,160
Operadores e trabalhadores de montagem com chefia e similar	3	,327	,714
Outros operadores e trabalhadores de montagem	23	,610	,220
Não qualificados dos serviços e comércio com chefia	0	,000	,000
Outros trabalhadores não qualificados dos serviços/comércio	12	,544	,115
Trabalhadores não qualificados da agricultura e pesca	0	,000	,000
Outros trabalhadores não qualificados	9	,636	-,510
Missing	14		

Grupo de profissão do cônjuge

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Quadros superiores e dirigentes	2	-3,826	-,516
Especialistas das profissões intelectuais e científicas	11	-2,294	-,077
Técnicos e profissionais de nível intermédio do ensino	4	-1,298	,171
Outros técnicos e profissionais de nível intermédio	13	-,656	-,100
Pessoal administrativo com chefia ou similar	4	,083	,694
Outro pessoal administrativo	21	,203	,255
Pessoal dos serviços e vendedores com chefia ou similar	8	-,116	,202
Outro pessoal dos serviços e vendedores	59	,341	,315
Trabalhadores qualificados da agricultura e pesca com chefia	0	,000	,000
Outros trabalhadores qualificados da agricultura e pesca	1	1,017	-11,958
Operários e artífices com chefia ou similar	5	,384	,474
Outros operários e artífices	42	,645	,016
Operadores e trabalhadores de montagem com chefia e similar	1	,529	,642
Outros operadores e trabalhadores de montagem	7	,612	,473
Não qualificados dos serviços e comércio com chefia	0	,000	,000
Outros trabalhadores não qualificados dos serviços/comércio	42	,557	,043
Trabalhadores não qualificados da agricultura e pesca	0	,000	,000
Outros trabalhadores não qualificados	0	,000	,000
Missing	157		

Grupo de profissão da Mãe

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Quadros superiores e dirigentes	3	-3,476	-,300
Especialistas das profissões intelectuais e científicas	8	-1,740	-,445
Técnicos e profissionais de nível intermédio do ensino	8	-2,322	-,098
Outros técnicos e profissionais de nível intermédio	5	-2,552	-,195
Pessoal administrativo com chefia ou similar	1	-,246	,689
Outro pessoal administrativo	17	-,780	,205
Pessoal dos serviços e vendedores com chefia ou similar	15	-,365	,310
Outro pessoal dos serviços e vendedores	23	,213	,288
Trabalhadores qualificados da agricultura e pesca com chefia	16	,564	,702
Outros trabalhadores qualificados da agricultura e pesca	3	,633	-2,857
Operários e artífices com chefia ou similar	12	-,132	,262
Outros operários e artífices	43	,466	,372
Operadores e trabalhadores de montagem com chefia e similar	0	,000	,000
Outros operadores e trabalhadores de montagem	1	-2,102	-,134
Não qualificados dos serviços e comércio com chefia	1	,831	,150
Outros trabalhadores não qualificados dos serviços/comércio	51	,572	,053
Trabalhadores não qualificados da agricultura e pesca	1	,849	,378
Outros trabalhadores não qualificados	6	,219	-,124
Missing	163		

Grupo de profissão do Pai

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Quadros superiores e dirigentes	22	-3,147	-,309
Especialistas das profissões intelectuais e científicas	19	-2,223	-,155
Técnicos e profissionais de nível intermédio do ensino	0	,000	,000
Outros técnicos e profissionais de nível intermédio	24	-,810	,311
Pessoal administrativo com chefia ou similar	4	-,281	,281
Outro pessoal administrativo	18	-,128	,323
Pessoal dos serviços e vendedores com chefia ou similar	11	,159	,537
Outro pessoal dos serviços e vendedores	27	,383	,234
Trabalhadores qualificados da agricultura e pesca com chefia	19	,441	,577
Outros trabalhadores qualificados da agricultura e pesca	11	,515	-4,911
Operários e artífices com chefia ou similar	35	,288	-,044
Outros operários e artífices	91	,528	,168
Operadores e trabalhadores de montagem com chefia e similar	5	-,321	-,422
Outros operadores e trabalhadores de montagem	25	,106	,273
Não qualificados dos serviços e comércio com chefia	2	,802	,134
Outros trabalhadores não qualificados dos serviços/comércio	12	,645	-,360
Trabalhadores não qualificados da agricultura e pesca	2	,827	,271
Outros trabalhadores não qualificados	18	,559	,137
Missing	32		

ANEXO 5.11

TIPOLOGIA CLASSIFICATÓRIA DAS CLASSES E FRACÇÕES DE CLASSES

CLASSES	CLASSES E FRACÇÕES DE CLASSES (Considerando a pluriactividade	
	Sigla	Significado
Burguesia (B)	BEP	Burguesia Empresarial e Proprietária
	BD	Burguesia Dirigente
	BP	Burguesia Profissional
	BDP	Burguesia Dirigente e Profissional
Pequena Burguesia (PB)	PBIC	Pequena Burguesia Intelectual e Científica
	PBTEI	Pequena Burguesia Técnica e de Enquadramento Intermédio
	PBIP	
	PBA	Pequena Burguesia Independente e Proprietária
	PBPA	Pequena Burguesia Agrícola
	PBAP	Pequena Burguesia Proprietária e Assalariada
	PBE	Pequena Burguesia Agrícola Pluriactiva
	PBEP	Pequena Burguesia de Execução
		Pequena Burguesia de Execução Pluriactiva
Operariado (O)	OI	Operariado Industrial
	OA	Operariado Agrícola
	OIA	Operariado Industrial e Agrícola
	OP	Operariado Pluriactivo

ANEXO 5.12

MATRIZ DE CONSTRUÇÃO DE LUGARES DE CLASSE

SITUAÇÃO NA PROFISSÃO / GRUPOS DE PROFISSÕES	PATRÕES	ISOLADOS*	ASSALARIADOS
1. QUADROS SUPERIORES DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, DIRIGENTES E QUADROS SUPERIORES DE EMPRESA	BEP	BP	BD
2. ESPECIALISTAS DAS PROFISSÕES INTELECTUAIS E CIENTÍFICAS	BEP	BP	PBIC
3. TÉCNICOS E PROFISSIONAIS DE NÍVEL INTERMÉDIO			
3.3	BEP	BP	PBIC
Outros			PBTEI
4. PROFISSIONAL ADMINISTRATIVO E SIMILARES			
Gestores, inspectores, chefes, encarregados e similares	BEP	PBIP	PBTEI
Outros			PBE
5. PESSOAL DOS SERVIÇOS E VENDEDORES			
Ecónomos, governantas, chefes e similares	BEP	PBIP	PBTEI
Outros			PBE
6. AGRICULTORES E TRABALHADORES QUALIFICADOS DA AGRICULTURA E PESCAS			
Mestres e similares	BEP	PBA	PBTEI
Outros			OA
7. OPERÁRIOS, ARTÍFICES E TRABALHADORES SIMILARES			
Chefes, mestres, encarregados, e similares			PBTEI
Outros	BEP	PBIP	OI
8. OPERADORES DE INSTALAÇÕES E MÁQUINAS E TABALHADORES DA MONTAGEM			
Chefes, mestres, encarregados, e similares	BEP	PBIP	PBTEI
Outros			OI
9. TRABALHADORES NÃO QUALIFICADOS			
9.1.Encarregados, chefes e similares	BEP	PBIP	PBTEI
Outros de 9.1		PBIP	PBE
9.2		PBA	OA
9.3		PBIP	OI

NOTA: Esta matriz tem por base a *Classificação Nacional das Profissões*, versão 1994, Instituto do

ANEXO 3.2.3

MATRIZ DE CONSTRUÇÃO DOS LUGARES DE CLASSE DE FAMÍLIA/CLASSE DE ORIGEM

M \ H	BEP	BD	BP	BDP	PBIC	PBTEI	PBE	PBIP	PBA	PBAP	PBPA	PBEP	OI	OA	OP	OIA
BEP	BEP	BEP	BEP	BEP	BEP	BEP	BEP	BEP	BEP	BEP	BEP	BEP	BEP	BEP	BEP	BEP
BD	BEP	BD	BDP	BDP	BD	BD	BD	BD	BD	BD	BD	BD	BD	BD	BD	BD
BP	BEP	BDP	BP	BDP	BP	BP	BP	BP	BP	BP	BP	BP	BP	BP	BP	BP
BDP	BEP	BDP	BDP	BDP	BDP	BDP	BDP	BDP	BDP	BDP	BDP	BDP	BDP	BDP	BDP	BDP
PBIC	BEP	BD	BP	BDP	PBIC	PBIC	PBIC	PBPA	PBAP	PBAP	PBPA	PBIC	PBIC	PBIC	PBIC	PBIC
PBTEI	BEP	BD	BP	BDP	PBIC	PBTEI	PBTEI	PBPA	PBAP	PBAP	PBPA	PBTEI	PBTEI	PBTEI	PBTEI	PBTEI
PBE	BEP	BD	BP	BDP	PBIC	PBTEI	PBE	PBPA	PBAP	PBAP	PBPA	PBEP	OP	OP	OP	OP
PBIP	BEP	BD	BP	BDP	PBPA	PBPA	PBPA	PBIP	PBAP	PBAP	PBPA	PBPA	PBPA	PBPA	PBPA	PBPA
PBA	BEP	BD	BP	BDP	PBAP	PBAP	PBAP	PBAP	PBA	PBAP	PBAP	PBAP	PBAP	PBAP	PBAP	PBAP
PBAP	BEP	BD	BP	BDP	PBAP	PBAP	PBAP	PBAP	PBAP	PBAP	PBAP	PBAP	PBAP	PBAP	PBAP	PBAP
PBPA	BEP	BD	BP	BDP	PBPA	PBPA	PBPA	PBPA	PBAP	PBPA	PBPA	PBPA	PBPA	PBPA	PBPA	PBPA
PBEP	BEP	BD	BP	BDP	PBIC	PBTEI	PBEP	PBPA	PBAP	PBAP	PBPA	PBEP	OP	OP	OP	OP
OI	BEP	BD	BP	BDP	PBIC	PBTEI	PBEP	PBPA	PBAP	PBAP	PBPA	PBEP	OI	OIA	OP	OIA
OA	BEP	BD	BP	BDP	PBIC	PBTEI	PBEP	PBPA	PBAP	PBAP	PBPA	PBEP	OIA	OA	OP	OIA
OP	BEP	BD	BP	BDP	PBIC	PBTEI	PBEP	PBPA	PBAP	PBAP	PBPA	PBEP	OP	OP	OP	OIA
OIA	BEP	BD	BP	BDP	PBIC	PBTEI	PBEP	PBPA	PBAP	PBAP	PBPA	PBEP	OIA	OIA	OP	OIA

LEGENDA:

	Lugar de classe simples
	Lugar de classe composto

NOTA:A classe de família é determinada da seguinte forma: se *Ego* é casado considera-se *Ego* e cônjuge; se *Ego* é solteiro ou separado, mas activo considera-se apenas *Ego*; se *Ego* é solteiro ou separado mas não activo, considera-se pai e mãe de *Ego*.

ANEXO 5.14
(Suporte de análise ao Gráfico 3)
Homals

Eigenvalues

Dimension	Eigenvalue
1	.709
2	.533

Discrimination Measures

	Dimension	
	1	2
Identificação da casa	.823	.089
Lugar de classe individual do inquirido	.937	.954
Grupo de profissão do inquirido	.793	.727
Situação na profissão 2 do Inquirido	.208	.846
Nível de escolaridade próprio	.784	.050

Quantifications

Identificação da casa

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Valente	65	.612	.137
Túnel	84	.400	.107
Jaime	84	.237	.144
Soraya	84	.233	-.540
Solar	60	-2.095	.296
Missing	0		

Lugar de classe individual do inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
BEP	16	-2.586	.546
BD	8	-1.689	.833
BP	17	-1.330	-1.455
PBIC	17	-2.581	.550
PBTEI	53	-.420	-.135
PBIP	33	.301	-2.800
PBA	0	.000	.000
PBE	85	.372	.291
OI	142	.628	.539
OA	0	.000	.000
11	0	.000	.000
PBPA	0	.000	.000
Missing	6		

Grupo de profissão do inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
QSD	14	-2.284	.721
EPIC	24	-2.371	-.018
TPNIE	0	.000	.000
OTPNI	35	-.757	-.371
PACCS	10	-.099	-.261
OPA	25	.371	.289
PSVCS	17	.291	-2.924
OPSV	50	.385	.303
TQAPC	0	.000	.000
OTQAP	0	.000	.000
OAC	26	.054	-1.595
OOA	110	.624	.539
OTMC	0	.000	.000
OOTM	23	.634	.485
NQSCC	0	.000	.000
ONQSC	12	.468	-.377
NQAP	0	.000	.000
OTNQ	9	.642	.652
Missing	22		

Situação na profissão 2 do Inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
P	10	-2.592	.529
I	49	-.214	-2.377
A	304	.172	.360
Missing	14		

Nível de escolaridade próprio

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
nsIne	8	.765	.962
slesge	13	.595	.640
1° c	157	.507	-.103
2° c	66	.393	-.112
3° C	54	.042	-.098
ES	38	-1.190	.086
CM	0	.000	.000
CS	35	-2.279	.286
Mest	0	.000	.000
Dout	0	.000	.000
Missing	6		

ANEXO 5.15
(Suporte de análise ao Gráfico 4)
Homals

Eigenvalues

Dimension	Eigenvalue
1	.709
2	.533

Discrimination Measures

	Dimension	
	1	2
Identificação da casa	.823	.089
Lugar de classe individual do inquirido	.937	.954
Grupo de profissão do inquirido	.793	.727
Situação na profissão 2 do Inquirido	.208	.846
Nível de escolaridade próprio	.784	.050

Quantifications

Identificação da casa

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Valente	65	.612	.137
Túnel	84	.400	.107
Jaime	84	.237	.144
Soraya	84	.233	-.540
Solar	60	-2.095	.296
Missing	0		

Lugar de classe individual do inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
BEP	16	-2.586	.546
BD	8	-1.689	.833
BP	17	-1.330	-1.455
PBIC	17	-2.581	.550
PBTEI	53	-.420	-.135
PBIP	33	.301	-2.800
PBA	0	.000	.000
PBE	85	.372	.291
OI	142	.628	.539
OA	0	.000	.000
11	0	.000	.000
PBPA	0	.000	.000
Missing	6		

Grupo de profissão do inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
QSD	14	-2.284	.721
EPIC	24	-2.371	-.018
TPNIE	0	.000	.000
OTPNI	35	-.757	-.371
PACCS	10	-.099	-.261
OPA	25	.371	.289
PSVCS	17	.291	-2.924
OPSV	50	.385	.303
TQAPC	0	.000	.000
OTQAP	0	.000	.000
OAC	26	.054	-1.595
OOA	110	.624	.539
OTMC	0	.000	.000
OOTM	23	.634	.485
NQSCC	0	.000	.000
ONQSC	12	.468	-.377
NQAP	0	.000	.000
OTNQ	9	.642	.652
Missing	22		

Situação na profissão 2 do Inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
P	10	-2.592	.529
I	49	-.214	-2.377
A	304	.172	.360
Missing	14		

Nível de escolaridade próprio

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
nsIne	8	.765	.962
slesge	13	.595	.640
1° c	157	.507	-.103
2° c	66	.393	-.112
3° C	54	.042	-.098
ES	38	-1.190	.086
CM	0	.000	.000
CS	35	-2.279	.286
Mest	0	.000	.000
Dout	0	.000	.000
Missing	6		

ANEXO 6

ANEXO 6.1 - motivo de frequência do estabelecimento (2ª opção)

	2º motivo de frequência do estabelecimento					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Encontrar-se/estar com amigos ou conhecidos	18,0%	26,2%	11,9%	13,1%	25,0%	15,0%
Conhecer pessoas novas	,5%	1,5%	1,2%			
Conversar com alguém que apareça	3,4%	9,2%	8,3%			
Estar com colegas de profissão	1,3%		3,6%		1,2%	1,7%
Tratar de assuntos profissionais/de trabalho	,5%	1,5%	1,2%			
Namorar	,3%			1,2%		
Beber vinho corrente	4,5%	9,2%	7,1%	6,0%		
Beber vinho do Porto	13,8%	1,5%	1,2%	13,1%	19,0%	38,3%
Beber um copo (outras bebidas)	9,3%	12,3%	28,6%	3,6%		
Comer/lanchar	13,3%	21,5%	19,0%	20,2%	3,6%	
Tomar café	3,7%	4,6%	7,1%		6,0%	
Sair de casa	1,1%	1,5%		1,2%	2,4%	
Frequentar um estabelecimento habitual	3,2%	6,2%	7,1%		2,4%	
Frequentar um estabelecimento diferente dos habituais	2,1%					13,3%
Frequentar um estabelecimento requintado	2,4%					15,0%
Outro	6,9%	1,5%		9,5%	10,7%	13,3%
Não responde	15,6%	3,1%	3,6%	32,1%	29,8%	3,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

ANEXO 6.2
(Suporte de análise para o Gráfico 8.1)
Homals

Eigenvalues

Dimension	Eigenvalue
1	.554
2	.367

Discrimination Measures

	Dimension	
	1	2
Identificação da casa	.698	.677
Atitude do inquirido	.474	.497
Frequência de visita ao estabelecimento	.735	.525
Cliente assíduo	.362	.022
Lugar de classe individual do inquirido	.500	.115

Quantifications

Identificação da casa

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Valente	65	.599	.760
Túnel	84	.666	.842
Jaime	84	-.247	-.259
Soraya	84	.368	-1.333
Solar	60	-1.761	.233
Missing	0		

Atitude do inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
NJN	58	.063	.725
JCPA	142	-.822	-.156
JMP	26	.290	-1.448
JMPCR	75	.477	-.687
NJMP	76	.911	.916
Missing	0		

Frequência de visita ao estabelecimento

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
av	50	-1.515	.389
1xm	36	-1.113	.190
2/3xm	32	-.707	.285
fs	50	.257	-1.764
2/3xs	44	.657	.724
1xs	33	-.154	-.229
td	5	.309	.199
d	127	.785	.219
Missing	0		

Cliente assíduo

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
N	133	-.807	.202
S	242	.453	-.110
Missing	2		

Lugar de classe individual do inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
BEP	16	-1.254	.130
BD	8	-.910	.441
BP	17	-.746	-.899
PBIC	17	-2.333	.605
PBTEI	53	-.459	-.327
PBIP	33	.645	-.516
PBA	0	.000	.000
PBE	85	.386	.277
OI	142	.347	.063
OA	0	.000	.000
11	0	.000	.000
PBPA	0	.000	.000
Missing	6		

ANEXO 6.3
(Suporte de análise para o Gráfico 8.2)
Homals

Eigenvalues

Dimension	Eigenvalue
1	.358
2	.233

Discrimination Measures

	Dimension	
	1	2
Identificação da casa	[illegible]	[illegible]
Tempo de frequência do estabelecimento	.130	[illegible]
Cliente assíduo	.090	.196
Lugar de classe individual do inquirido	[illegible]	.097
Grupos etários	[illegible]	.227
Vinho corrente	.224	.012
Vinho do Porto	[illegible]	.111
Cerveja	.121	[illegible]

Quantifications

Identificação da casa

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Valente	65	.917	-.286
Túnel	84	.605	-.557
Jaime	84	.195	-.075
Soraya	84	-.196	1.035
Solar	60	-1.841	-.252
Missing	0		

Tempo de frequência do estabelecimento

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
<1	48	-.309	-1.532
1-2	39	-.432	-.796
3-5	62	-.446	.266
6-10	80	.121	.090
10-15	41	.337	.543
15-20	21	-.194	1.186
>20	86	.461	.394
Missing	0		

Cliente assíduo

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
N	133	-.399	-.600
S	242	.229	.328
Missing	2		

Lugar de classe individual do inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
BEP	16	-1.603	.076
BD	8	-1.218	.521
BP	17	-.903	.425
PBIC	17	-2.033	-1.001
PBTEI	53	-.541	.134
PBIP	33	.475	.422
PBA	0	.000	.000
PBE	85	.277	.138
OI	142	.519	-.200
OA	0	.000	.000
11	0	.000	.000
PBPA	0	.000	.000
Missing	6		

Grupos etários

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
18-25	28	-1.855	-.681
26-35	63	-.376	-.773
36-45	99	.153	.121
46-55	94	.127	.026
56-65	51	.500	.426
>65	42	.543	.755
Missing	0		

Vinho corrente

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
vcN	287	-.266	-.061
vcS	90	.845	.196
Missing	0		

Vinho do Porto

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
vpN	240	.594	-.251
vpS	137	-1.043	.441
Missing	0		

Cerveja

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
cerN	289	-.193	.333
cerS	88	.631	-1.091
Missing	0		

ANEXO 6.4
(Suporte de análise para o Gráfico 8.3)
Homals

Eigenvalues

Dimension	Eigenvalue
1	.365
2	.210

Discrimination Measures

	Dimension	
	1	2
Identificação da casa	.750	.177
Frequência de visita ao estabelecimento	.532	.129
Cliente assíduo	.217	.050
Lugar de classe individual do inquirido	.465	.116
Grupos etários	.298	.087
Existência de amigos no estabelecimento	.451	.016
VC - Rodadas de copos	.190	.491
VC - Beber à saúde de alguém	.164	.509
VP - Rodadas de copos	.134	.296
VP - Beber à saúde de alguém	.025	.439
VP - Observar, agitar, cheirar, provar	.671	.086
VP - Comparação entre vinhos	.450	.120

Quantifications

Identificação da casa

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Valente	65	.586	-.369
Túnel	84	.345	.599
Jaime	84	.099	.017
Soraya	84	.520	.146
Solar	60	-1.992	-.659
Missing	0		

Frequência de visita ao estabelecimento

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
av	50	-1.300	-.078
1xm	36	-.950	-.717
2/3xm	32	-.575	.465
fs	50	.493	.362
2/3xs	44	.385	.222
1xs	33	-.203	.115
td	5	.094	1.371
d	127	.645	-.183
Missing	0		

Cliente assíduo

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
N	133	-.625	.306
S	242	.351	-.160
Missing	2		

Lugar de classe individual do inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
BEP	16	-1.630	-1.054
BD	8	-1.072	-.851
BP	17	-.550	-.375
PBIC	17	-2.032	-.747
PBTEI	53	-.386	-.019
PBIP	33	.518	.344
PBA	0	.000	.000
PBE	85	.324	.109
OI	142	.398	.151
OA	0	.000	.000
11	0	.000	.000
PBPA	0	.000	.000
Missing	6		

Grupos etários

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
18-25	28	-1.796	-.415
26-35	63	-.289	-.556
36-45	99	.247	.098
46-55	94	.192	.185
56-65	51	.319	.220
>65	42	.222	.212
Missing	0		

Existência de amigos no estabelecimento

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
N	160	-.779	.133
S	211	.588	-.123
Missing	6		

VC - Rodadas de copos

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
VCrcN	313	-.198	.318
VCrcS	64	.964	-1.548
Missing	0		

VC - Beber à saúde de alguém

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
VCbsaN	328	-.158	.277
VCbsaS	49	1.046	-1.845
Missing	0		

VP - Rodadas de copos

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
VPrcN	293	-.197	.293
VPrcS	84	.683	-1.018
Missing	0		

VP - Beber à saúde de alguém

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
VPbsaN	314	-.071	.298
VPbsaS	63	.350	-1.478
Missing	0		

VP - Observar, agitar, cheirar, provar

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
VPoacpN	325	.327	.119
VPoacpS	52	-2.049	-.734
Missing	0		

VP - Comparação entre vinhos

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
VPcvN	346	.200	.105
VPcvS	31	-2.241	-1.154
Missing	0		

Anexo 6.5 - Importância do consumo e idade em que começou o gosto por vinho corrente

Casa	Importância do consumo do vinho corrente	Altura da vida em que começou a gostar de vinho corrente: Até 10 anos %	Entre 10 e 17 anos %	Entre 18 e 25 anos %	Entre 26 e 60 anos %	Mais de 60 anos %	Não se lembra %	Não responde %	Total %
Valente	Não	7,7%	38,5%	46,2%				7,7%	100,0%
	Sim	15,4%	38,5%	41,0%	2,6%		2,6%		100,0%
	Não tem opinião definida		50,0%	50,0%					100,0%
Túnel	Não	7,4%	22,2%	70,4%					100,0%
	Sim	4,3%	55,3%	34,0%	2,1%		2,1%	2,1%	100,0%
	Não tem opinião definida	14,3%	57,1%	28,6%					100,0%
Jaime	Não	15,0%	30,0%	35,0%	10,0%		5,0%	5,0%	100,0%
	Sim	19,1%	42,6%	31,9%	4,3%		2,1%		100,0%
	Não tem opinião definida	12,5%	12,5%	25,0%			50,0%		100,0%
Soraya	Não	11,1%	44,4%	27,8%	5,6%		5,6%	5,6%	100,0%
	Sim	10,4%	39,6%	43,8%	4,2%		2,1%		100,0%
	Não tem opinião definida	9,1%	45,5%	36,4%				9,1%	100,0%
Solar	Não		33,3%	53,3%				13,3%	100,0%
	Sim		25,0%	62,5%	12,5%				100,0%
	Não tem opinião definida			100,0%					100,0%

ANEXO 6.6 - Importância do consumo e idade em que começou o gosto por Vinho do Porto

Casa	Importância do consumo do Vinho do Porto	Altura da vida em que começou a gostar de Vinho do Porto							
		Até 10 anos	Entre 10 e 17 anos	Entre 18 e 25 anos	Entre 26 e 60 anos	Mais de 60 anos	Não se lembra	Não responde	Total
		%	%	%	%	%	%	%	%
Valente	Não	15,0%	25,0%	45,0%	10,0%		5,0%		100,0%
	Sim	15,2%	48,5%	33,3%	3,0%				100,0%
	Não tem opinião definida		50,0%	50,0%					100,0%
Túnel	Não	7,7%	42,3%	50,0%					100,0%
	Sim	2,3%	60,5%	34,9%	2,3%				100,0%
	Não tem opinião definida	16,7%	50,0%	33,3%					100,0%
Jaime	Não	11,4%	40,0%	25,7%	14,3%		2,9%	5,7%	100,0%
	Sim	13,3%	20,0%	46,7%	3,3%		6,7%	10,0%	100,0%
	Não tem opinião definida	6,7%	33,3%	33,3%			26,7%		100,0%
Soraya	Não	7,5%	32,5%	40,0%	15,0%		2,5%	2,5%	100,0%
	Sim	10,0%	30,0%	43,3%	13,3%			3,3%	100,0%
	Não tem opinião definida	7,7%	53,8%	15,4%	15,4%			7,7%	100,0%
Solar	Não		47,4%	42,1%	10,5%				100,0%
	Sim		51,4%	43,2%	2,7%			2,7%	100,0%
	Não tem opinião definida		50,0%	25,0%	25,0%				100,0%

ANEXO 6.7 – Importância do consumo e idade de iniciação ao consumo de vinho corrente

Casa	Importância do consumo do vinho corrente	Altura da vida em que começou a beber vinho corrente								
		Até 10 anos	Entre 10 e 17 anos	Entre 18 e 25 anos	Entre 26 e 60 anos	Mais de 60 anos	Gosta mas não bebe	Não se lembra	Não responde	Total
		%	%	%	%	%	%	%	%	%
Valente	Não	7,7%	38,5%	53,8%						100,0%
	Sim	15,4%	38,5%	41,0%	2,6%			2,6%		100,0%
	Não tem opinião definida		50,0%	50,0%						100,0%
Túnel	Não	7,4%	33,3%	59,3%						100,0%
	Sim	10,6%	46,8%	34,0%	4,3%			2,1%	2,1%	100,0%
	Não tem opinião definida	28,6%	42,9%	28,6%						100,0%
Jaime	Não	15,0%	30,0%	35,0%	10,0%		5,0%	5,0%		100,0%
	Sim	19,1%	42,6%	31,9%	4,3%			2,1%		100,0%
	Não tem opinião definida	12,5%	12,5%	25,0%				50,0%		100,0%
Soraya	Não	11,1%	50,0%	27,8%	5,6%			5,6%		100,0%
	Sim	8,3%	41,7%	43,8%	4,2%			2,1%		100,0%
	Não tem opinião definida	9,1%	45,5%	36,4%			9,1%			100,0%
Solar	Não		40,0%	60,0%						100,0%
	Sim		31,3%	56,3%	12,5%					100,0%
	Não tem opinião definida		50,0%	50,0%						100,0%

ANEXO 6.8 – Importância do consumo e idade de iniciação ao consumo de Vinho do Porto

Casa	Importância do consumo do Vinho do Porto	Altura da vida em que começou a beber Vinho do Porto								
		Até 10 anos	Entre 10 e 17 anos	Entre 18 e 25 anos	Entre 26 e 60 anos	Mais de 60 anos	Gosta mas não bebe	Não se lembra	Não responde	Total
		%	%	%	%	%	%	%	%	%
Valente	Não	10,0%	30,0%	40,0%	15,0%			5,0%		100,0%
	Sim	9,1%	39,4%	48,5%	3,0%					100,0%
	Não tem opinião definida		37,5%	62,5%						100,0%
Túnel	Não	7,7%	26,9%	61,5%	3,8%					100,0%
	Sim		53,5%	41,9%	4,7%					100,0%
	Não tem opinião definida	16,7%	50,0%	33,3%						100,0%
Jaime	Não	8,6%	40,0%	28,6%	14,3%		5,7%	2,9%		100,0%
	Sim	13,3%	20,0%	46,7%	3,3%		10,0%	6,7%		100,0%
	Não tem opinião definida	6,7%	33,3%	33,3%				26,7%		100,0%
Soraya	Não	7,5%	32,5%	40,0%	15,0%		2,5%	2,5%		100,0%
	Sim	10,0%	30,0%	43,3%	13,3%		3,3%			100,0%
	Não tem opinião definida	7,7%	46,2%	23,1%	15,4%				7,7%	100,0%
Solar	Não		36,8%	52,6%	10,5%					100,0%
	Sim		37,8%	51,4%	8,1%				2,7%	100,0%
	Não tem opinião definida		25,0%	50,0%	25,0%					100,0%

ANEXO 6.9 - Nível de consumo do vinho corrente nos diversos locais

A - NÃO SE CONSOME

	Consumo NULO de vinho corrente					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	67,4%	64,6%	70,2%	70,2%	67,9%	61,7%
bares	65,8%	61,5%	71,4%	71,4%	64,3%	56,7%
botequins/boteques	14,1%	29,2%	10,7%	15,5%	10,7%	5,0%
tascos/tabernas						
residências, casas de familiares/amigos/colegas	,8%			1,2%	1,2%	1,7%

B – CONSOME MODERADAMENTE

	Consumo MODERADO de vinho corrente					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	20,2%	20,0%	7,1%	22,6%	27,4%	25,0%
bares	14,9%	16,9%	9,5%	13,1%	10,7%	28,3%
botequins/boteques	51,5%	55,4%	69,0%	48,8%	47,6%	31,7%
tascos/tabernas	30,2%	61,5%	70,2%	7,1%	3,6%	10,0%
residências, casas de familiares/amigos/colegas	80,1%	86,2%	89,3%	72,6%	76,2%	76,7%

C – CONSOME EXAGERADAMENTE

	Consumo EXAGERADO de vinho corrente					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	2,7%			6,0%		8,3%
bares	5,0%	1,5%		6,0%	6,0%	13,3%
botequins/boteques	16,2%	3,1%	4,8%	16,7%	10,7%	53,3%
tascos/tabernas	66,0%	32,3%	28,6%	90,5%	90,5%	86,7%
residências, casas de familiares/amigos/colegas	10,3%	6,2%	9,5%	13,1%	4,8%	20,0%

D - NÃO SABE

	Consumo de vinho corrente					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	9,0%	10,8%	22,6%	1,2%	4,8%	5,0%
bares	13,5%	15,4%	19,0%	9,5%	19,0%	1,7%
botequins/boteques	17,5%	7,7%	15,5%	19,0%	31,0%	10,0%
tascos/tabernas	2,9%	1,5%	1,2%	2,4%	6,0%	3,3%
residências, casas de familiares/amigos/colegas	7,7%	3,1%	1,2%	13,1%	16,7%	1,7%

	Consumo de vinho corrente					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	,8%	4,6%				
bares	,8%	4,6%				
botequins/boteques	,8%	4,6%				
tascos/tabernas	,8%	4,6%				
residências, casas de familiares/amigos/colegas	1,1%	4,6%			1,2%	

ANEXO 6.10 - Nível de consumo do vinho do Porto nos diversos locais

A - NÃO SE CONSOME

	Consumo NULO de vinho do Porto					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	37,9%	13,8%	10,7%	47,6%	46,4%	76,7%
bares	31,0%	15,4%	4,8%	51,2%	45,2%	36,7%
botequins/boteques	13,8%	10,8%	1,2%	7,1%	8,3%	51,7%
tascos/tabernas	16,2%	3,1%	2,4%	7,1%	9,5%	71,7%
residências, casas de familiares/amigos/colegas	2,4%	3,1%	,0%	4,8%	2,4%	1,7%

B – CONSOME MODERADAMENTE

	Consumo MODERADO de vinho do Porto					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	55,7%	73,8%	84,5%	46,4%	46,4%	21,7%
bares	54,4%	63,1%	88,1%	32,1%	31,0%	61,7%
botequins/boteques	61,8%	72,3%	89,3%	56,0%	50,0%	36,7%
tascos/tabernas	41,1%	81,5%	79,8%	11,9%	16,7%	18,3%
residências, casas de familiares/amigos/colegas	82,8%	84,6%	96,4%	69,0%	73,8%	93,3%

C – CONSOME EXAGERADAMENTE

	Consumo EXAGERADO de vinho do Porto					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	2,1%	1,5%		4,8%	3,6%	
bares	3,7%	6,2%		7,1%	3,6%	1,7%
botequins/boteques	8,5%	4,6%	2,4%	17,9%	10,7%	5,0%
tascos/tabernas	39,0%	7,7%	17,9%	78,6%	67,9%	6,7%
residências, casas de familiares/amigos/colegas	5,8%	1,5%	3,6%	13,1%	6,0%	3,3%

D - NÃO SABE

	Consumo de vinho do Porto					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	3,4%	6,2%	4,8%	1,2%	3,6%	1,7%
bares	10,1%	10,8%	7,1%	9,5%	20,2%	
botequins/boteques	15,1%	7,7%	7,1%	19,0%	31,0%	6,7%
tascos/tabernas	2,9%	3,1%		2,4%	6,0%	3,3%
residências, casas de familiares/amigos/colegas	8,0%	6,2%		13,1%	16,7%	1,7%

	Consumo de vinho do Porto					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	,8%	4,6%				
bares	,8%	4,6%				
botequins/boteques	,8%	4,6%				
tascos/tabernas	,8%	4,6%				
residências, casas de familiares/amigos/colegas	1,1%	4,6%			1,2%	

ANEXO 6.11 – Nível de consumo de cerveja nos diversos locais

A - NÃO SE CONSOME

	Consumo NULO de cerveja					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	,5%				1,2%	1,7%
bares	,3%	1,5%				
botequins/boteques	1,3%	1,5%	2,4%	1,2%		1,7%
tascos/tabernas	6,1%	1,5%		13,1%	11,9%	1,7%
residências, casas de familiares/amigos/colegas	4,0%	12,3%	1,2%	1,2%	2,4%	5,0%

B – CONSOME MODERADAMENTE

	Consumo MODERADO de cerveja					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	45,1%	60,0%	85,7%	20,2%	26,2%	33,3%
bares	30,8%	46,2%	70,2%	13,1%	15,5%	5,0%
botequins/boteques	56,5%	73,8%	89,3%	50,0%	39,3%	25,0%
tascos/tabernas	53,1%	76,9%	85,7%	36,9%	40,5%	21,7%
residências, casas de familiares/amigos/colegas	78,5%	73,8%	94,0%	72,6%	71,4%	80,0%

C – CONSOME EXAGERADAMENTE

	Consumo EXAGERADO de cerveja					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	52,3%	33,8%	14,3%	78,6%	69,0%	65,0%
bares	61,0%	43,1%	29,8%	77,4%	65,5%	95,0%
botequins/boteques	27,1%	13,8%	2,4%	29,8%	29,8%	68,3%
tascos/tabernas	37,7%	15,4%	14,3%	47,6%	41,7%	75,0%
residências, casas de familiares/amigos/colegas	8,8%	4,6%	3,6%	13,1%	8,3%	15,0%

D - NÃO SABE

	Consumo de cerveja					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	1,3%	1,5%		1,2%	3,6%	
bares	7,2%	4,6%		9,5%	19,0%	
botequins/boteques	14,3%	6,2%	6,0%	19,0%	31,0%	5,0%
tascos/tabernas	2,4%	1,5%		2,4%	6,0%	1,7%
residências, casas de familiares/amigos/colegas	7,7%	4,6%	1,2%	13,1%	16,7%	

	Consumo de cerveja					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
cafés	,8%	4,6%				
bares	,8%	4,6%				
botequins/boteques	,8%	4,6%				
tascos/tabernas	,8%	4,6%				
residências, casas de familiares/amigos/colegas	1,1%	4,6%			1,2%	

ANEXO 6.12
(Suporte de análise ao Gráfico 8.4)

Homals

Eigenvalues

Dimension	Eigenvalue
1	.370
2	.219

Discrimination Measures

	Dimension	
	1	2
Identificação da casa	.640	.851
Frequência de visita ao estabelecimento	.572	.268
Tempo de permanência no estabelecimento	.292	.055
Lugar de classe individual do inquirido	.449	.286
Grupos etários	.221	.093
Consumo moderado de vinho corrente no estabelecimento	.603	.456
Consumo moderado de vinho do Porto no estabelecimento	.001	.136
Tipo de consumo de vinho corrente nos botequins/boteques	.382	.007
Tipo de consumo de vinho corrente nos tascos/tabernas	.594	.187
Tipo de consumo de vinho do Porto nos cafés	.325	.085
Tipo de consumo de vinho do Porto nos bares	.157	.185
Tipo de consumo de vinho do Porto nos botequins/boteques	.351	.210
Tipo de consumo de vinho do Porto nos tascos/tabernas	.619	.553
Tipo de consumo de cerveja nos cafés	.266	.213
Tipo de consumo de cerveja nos bares	.401	.099
Tipo de consumo de cerveja nos botequins/boteques	.405	.017
Tipo de consumo de cerveja nos tascos/tabernas	.377	.082

Quantifications

Identificação da casa

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
Valente	65	.836	-.242
Túnel	84	1.049	-.632
Jaime	84	-.334	.897
Soraya	84	-.120	1.087
Solar	60	-1.674	-1.393
Missing	0		

Frequência de visita ao estabelecimento

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
av	50	-.893	-.712
1xm	36	-.884	-.461
2/3xm	32	-.378	.171
fs	50	-.176	1.136
2/3xs	44	.692	-.077
1xs	33	-.142	-.069
td	5	.995	-.538
d	127	.556	.098
Missing	0		

Tempo de permanência no estabelecimento

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
<15m	63	.739	-.042
15-30m	89	.578	.033
30-60m	91	-.301	.173
1-2h	81	-.682	-.341
2-3h	20	-.026	.648
Missing	33		

Lugar de classe individual do inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Category Quantifications Dimension 2
BEP	16	-1.324	-1.006
BD	8	-.769	-.614
BP	17	-.779	.218
PBIC	17	-1.776	-1.739
PBTEI	53	-.660	.142
PBIP	33	.454	.556
PBA	0	.000	.000
PBE	85	.337	.147
OI	142	.465	.167
Missing	6		

Grupos etários

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Category Quantifications Dimension 2
18-25	28	-1.362	-.941
26-35	63	-.458	-.065
36-45	99	.257	.096
46-55	94	.220	.112
56-65	51	.215	.149
>65	42	.329	.406
Missing	0		

Consumo moderado de vinho corrente no estabelecimento

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Category Quantifications Dimension 2
VCn	21	-.396	1.487
VCs	260	.464	.162
CVnsv	60	-1.674	-1.393
Missing	36		

Consumo moderado de vinho do Porto no estabelecimento

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	2
VPn	62	.058	.816
VPs	267	-.025	-.192
VPnsv	0	.000	.000
Missing	48		

Tipo de consumo de vinho corrente nos botequins/boteques

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	2
VCncBo	53	.166	.021
VCcmBo	194	.343	-.032
VCceBo	61	-1.284	-.196
Missing	69		

Tipo de consumo de vinho corrente nos tascos/tabernas

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	2
VCncT	0	.000	.000
VCcmT	114	.934	-.624
VCceT	249	-.429	.324
Missing	14		

Tipo de consumo de vinho do Porto nos cafés

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	2
VPncC	143	-.726	.073
VPcmC	210	.472	-.057
VPceC	8	-.491	1.959
Missing	16		

Tipo de consumo de vinho do Porto nos bares

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
VPncB	117	-.580	.384
VPcmB	205	.288	-.370
VPceB	14	-.451	1.323
Missing	41		

Tipo de consumo de vinho do Porto nos botequins/boteques

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
VPncBo	52	-1.235	-.820
VPcmBo	233	.385	-.084
VPceBo	32	-.761	1.151
Missing	60		

Tipo de consumo de vinho do Porto nos tascos/tabernas

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
VPncT	61	-1.324	-.989
VPcmT	155	.723	-.416
VPceT	147	-.229	.911
Missing	14		

Tipo de consumo de cerveja nos cafés

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
CncC	2	-1.351	.801
CcmC	170	.552	-.478
CceC	197	-.477	.452
Missing	8		

Tipo de consumo de cerveja nos bares

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
CncB	1	1.205	-1.014
CcmB	116	.907	-.496
CceB	230	-.486	.183
Missing	30		

Tipo de consumo de cerveja nos botequins/boteques

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
CncBo	5	.364	-.432
CcmBo	213	.475	-.151
CceBo	102	-1.009	.074
Missing	57		

Tipo de consumo de cerveja nos tascos/tabernas

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
CncT	23	-.483	.945
CcmT	200	.557	-.183
CceT	142	-.724	.159
Missing	12		

ANEXO 6.13 - Locais mais adequados ao consumo do vinho corrente (2ª Opção)

	2º local mais adequado ao consumo de vinho corrente					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Local de habitação	9,6%	5,1%	6,3%	13,4%	7,8%	16,4%
Em casa de familiares	32,2%	32,2%	64,6%	17,9%	25,5%	9,1%
Em casa de amigos/colegas	4,8%			10,4%	3,9%	10,9%
Bares	1,0%			1,5%	3,9%	
Cafés	,6%			3,0%		
Tabernas	7,7%	16,9%	5,1%	3,0%	2,0%	12,7%
Tascos/tasquinhas	14,1%	28,8%	1,3%	17,9%	5,9%	20,0%
Casa de pasto	6,4%	6,8%	3,8%	4,5%	9,8%	9,1%
Botequim/botequ ue	1,0%			3,0%	2,0%	
Restaurantes	21,9%	10,2%	19,0%	25,4%	39,2%	18,2%
Clubes						
Não tem opinião definida	,6%					3,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

ANEXO 6.14 – Locais mais adequados ao consumo do vinho do Porto (2ª Opção)

	2º local mais adequado ao consumo de vinho do Porto					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Local de habitação	11,8%	11,7%	6,7%	12,7%	11,8%	17,5%
Em casa de familiares	35,3%	50,0%	56,0%	22,2%	25,5%	15,8%
Em casa de amigos/colegas	6,9%	1,7%	1,3%	11,1%	5,9%	15,8%
Bares	3,6%			3,2%	11,8%	5,3%
Bares de luxo	10,1%	1,7%	1,3%	17,5%	9,8%	22,8%
Cafés	2,0%	1,7%		3,2%	5,9%	
Tabernas	9,5%	11,7%	8,0%	12,7%	15,7%	
Tascos/tasquinhas	7,2%	11,7%	10,7%	7,9%	3,9%	
Casa de pasto	2,9%	5,0%	4,0%	1,6%	3,9%	
Botequim/botequ ue	,3%					1,8%
Restaurantes	6,5%	3,3%	9,3%	4,8%	5,9%	8,8%
Clubes	3,3%	1,7%	2,7%	3,2%		8,8%
Não tem opinião definida	,7%					3,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

ANEXO 6.15
(Suporte de análise ao Gráfico 8.5)
Homals

Eigenvalues

Dimension	Eigenvalue
1	.405
2	.213

Discrimination Measures

	Dimension	
	1	2
Identificação da casa	.634	.336
1° motivo de atracção de clientes às tabernas	.351	.485
2° motivo de atracção de clientes às tabernas	.138	.436
Frequência de visita ao estabelecimento	.603	.230
Existência de amigos no estabelecimento	.522	.013
Lugar de classe individual do inquirido	.413	.137
Grupos etários	.365	.089
Tempo de frequência do estabelecimento	.248	.179
Cliente assíduo	.372	.007

Quantifications

Identificação da casa

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Valente	65	.438	.655
Túnel	84	.361	.679
Jaime	84	-.114	-.101
Soraya	84	.638	-.730
Solar	60	-1.733	-.488
Missing	0		

1° motivo de atracção de clientes às tabernas

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
G	140	.398	.688
VB	65	-1.014	-.194
HHF	18	.025	-.204
PE	38	-.640	.599
PC	100	.456	-.992
FS	14	-.705	-.320
Missing	2		

2° motivo de atracção de clientes às tabernas

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
G	83	.394	-.893
VB	60	.003	-.094
HHF	29	-.549	.879
PE	47	-.751	-.136
PC	121	.072	.698
FS	34	.301	-.692
Missing	3		

Frequência de visita ao estabelecimento

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
av	50	-1.416	-.046
1xm	36	-1.083	-.048
2/3xm	32	-.362	-.213
fs	50	.659	-.848
2/3xs	44	.342	.567
1xs	33	-.218	-.601
td	5	-.348	1.344
d	127	.639	.331
Missing	0		

Existência de amigos no estabelecimento

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
N	160	-.834	.116
S	211	.636	-.117
Missing	6		

Lugar de classe individual do inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
BEP	16	-1.293	-.639
BD	8	-1.089	-.687
BP	17	-.522	-.083
PBIC	17	-2.063	-.227
PBTEI	53	-.361	-.529
PBIP	33	.579	-.322
PBA	0	.000	.000
PBE	85	.305	.068
OI	142	.341	.389
Missing	6		

Grupos etários

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
18-25	28	-1.785	-.444
26-35	63	-.584	.324
36-45	99	.287	.112
46-55	94	.231	-.369
56-65	51	.413	-.029
>65	42	.344	.423
Missing	0		

Tempo de frequência do estabelecimento

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
<1	48	-1.003	.716
1-2	39	-.485	.344
3-5	62	-.215	-.649
6-10	80	.151	.156
10-15	41	.529	.209
15-20	21	.265	-.480
>20	86	.463	-.209
Missing	0		

Cliente assíduo

	Marginal Frequency	Category Quantifications Dimension 1	Dimension 2
N	133	-.823	.121
S	242	.455	-.054
Missing	2		

ANEXO 6.16 - Incitamento familiar ao consumo de Vinho do Porto e idade em que começou o gosto pela bebida

Casa	Incitamento familiar ao consumo de Vinho do Porto	Altura da vida em que começou a gostar de Vinho do Porto							
		Até 10 anos	Entre 10 e 17 anos	Entre 18 e 25 anos	Entre 26 e 60 anos	Mais de 60 anos	Não se lembra	Não responde	Total
		%	%	%	%	%	%	%	%
Valente	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	19,4%	32,3%	41,9%	6,5%				100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	6,7%	50,0%	36,7%	3,3%		3,3%		100,0%
	Não sabe								
	Não responde								
Túnel	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	12,5%	62,5%	25,0%					100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	3,4%	50,8%	44,1%	1,7%				100,0%
	Não sabe								
	Não responde								
Jaime	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	13,3%	20,0%	40,0%	6,7%		6,7%	13,3%	100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	10,8%	33,8%	33,8%	7,7%		9,2%	4,6%	100,0%
	Não sabe								
	Não responde								
Soraya	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	15,8%	42,1%	36,8%	5,3%				100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	6,3%	32,8%	37,5%	17,2%		1,6%	4,7%	100,0%
	Não sabe								
	Não responde								
Solar	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho		59,3%	33,3%	7,4%				100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho		43,8%	50,0%	3,1%			3,1%	100,0%
	Não sabe								
	Não responde				100,0%				100,0%

ANEXO 6.17 - Incitamento familiar ao consumo de Vinho do Porto e idade de iniciação ao consumo da bebida

		Altura da vida em que começou a beber Vinho do Porto								
		Até 10 anos	Entre 10 e 17 anos	Entre 18 e 25 anos	Entre 26 e 60 anos	Mais de 60 anos	Gosta mas não bebe	Não se lembra	Não responde	Total
Casa	Incitamento familiar ao consumo de Vinho do Porto	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Valente	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	9,7%	35,5%	48,4%	6,5%					100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	6,7%	36,7%	46,7%	6,7%			3,3%		100,0%
	Não sabe									
	Não responde									
Túnel	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	12,5%	50,0%	37,5%						100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	1,7%	42,4%	50,8%	5,1%					100,0%
	Não sabe									
	Não responde									
Jaime	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	13,3%	20,0%	40,0%	6,7%		13,3%	6,7%		100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	9,2%	33,8%	35,4%	7,7%		4,6%	9,2%		100,0%
	Não sabe									
	Não responde									
Soraya	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho	15,8%	42,1%	36,8%	5,3%					100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho	6,3%	31,3%	39,1%	17,2%		3,1%	1,6%	1,6%	100,0%
	Não sabe									
	Não responde									
Solar	Incitamento familiar à ingestão moderada de vinho		40,7%	48,1%	11,1%					100,0%
	Não deve existir incitamento familiar à ingestão de vinho		34,4%	56,3%	6,3%				3,1%	100,0%
	Não sabe									
	Não responde				100,0%					100,0%

ANEXO 6.18 - Posição social das pessoas que frequentam os diversos locais

Nível BAIXO

	Posição social das pessoas que frequentam os diversos locais					
	% respostas assinaladas					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Tabernas	15,1%	7,7%	3,6%	13,1%	20,2%	35,0%
Tascas	14,3%	3,1%	2,4%	17,9%	28,6%	18,3%
Casas de pasto	9,8%	3,1%	2,4%	9,5%	19,0%	15,0%
Botequim/boteque	5,0%	1,5%	2,4%	4,8%	6,0%	11,7%
Bares	,5%				1,2%	1,7%
Bares de luxo						
Cafés	1,9%	1,5%		2,4%	3,6%	1,7%

Nível – 2

	Posição social das pessoas que frequentam os diversos locais					
	% respostas assinaladas					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Tabernas	34,7%	41,5%	50,0%	26,2%	19,0%	40,0%
Tascas	42,7%	40,0%	51,2%	47,6%	36,9%	35,0%
Casas de pasto	27,3%	36,9%	46,4%	17,9%	15,5%	20,0%
Botequim/boteque	22,8%	33,8%	41,7%	6,0%	10,7%	25,0%
Bares	1,6%	1,5%	1,2%		3,6%	1,7%
Bares de luxo	,5%	1,5%			1,2%	
Cafés	3,7%	3,1%		3,6%	4,8%	8,3%

Nível – 3

	Posição social das pessoas que frequentam os diversos locais					
	% respostas assinaladas					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Tabernas	34,5%	24,6%	40,5%	44,0%	39,3%	16,7%
Tascas	28,6%	27,7%	41,7%	20,2%	21,4%	33,3%
Casas de pasto	45,1%	27,7%	42,9%	54,8%	51,2%	45,0%
Botequim/boteque	33,7%	26,2%	42,9%	36,9%	25,0%	36,7%
Bares	14,1%	21,5%	19,0%	6,0%	13,1%	11,7%
Bares de luxo	1,1%	1,5%	1,2%	1,2%		1,7%
Cafés	45,1%	53,8%	79,8%	25,0%	38,1%	25,0%

Nível – 4

	Posição social das pessoas que frequentam os diversos locais					
	% respostas assinaladas					
	Global	**Valente**	**Túnel**	**Jaime**	**Soraya**	**Solar**
Tabernas	6,4%	4,6%		10,7%	10,7%	5,0%
Tascas	4,8%	6,2%		7,1%	4,8%	6,7%
Casas de pasto	6,6%	6,2%	1,2%	8,3%	6,0%	13,3%
Botequim/boteque	15,4%	9,2%	2,4%	25,0%	23,8%	15,0%
Bares	53,3%	44,6%	54,8%	63,1%	47,6%	55,0%
Bares de luxo	7,4%	10,8%	11,9%	6,0%	4,8%	3,3%
Cafés	31,8%	9,2%	1,2%	53,6%	47,6%	46,7%

Nível – 5

	Posição social das pessoas que frequentam os diversos locais					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Tabernas	1,1%			2,4%	2,4%	
Tascas	1,9%	1,5%		2,4%	2,4%	3,3%
Casas de pasto	3,2%	1,5%	1,2%	6,0%	3,6%	3,3%
Botequim/boteque	6,4%	1,5%		10,7%	14,3%	3,3%
Bares	14,3%	3,1%	10,7%	14,3%	20,2%	23,3%
Bares de luxo	35,0%	47,7%	57,1%	19,0%	16,7%	38,3%
Cafés	4,0%			10,7%	3,6%	5,0%

Nível – ALTO

	Posição social das pessoas que frequentam os diversos locais					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Tabernas	1,6%			3,6%	3,6%	
Tascas	1,6%			3,6%	3,6%	
Casas de pasto	1,3%	1,5%		3,6%	1,2%	
Botequim/boteque	2,1%	3,1%		6,0%		1,7%
Bares	5,3%	3,1%		11,9%	7,1%	3,3%
Bares de luxo	48,0%	16,9%	20,2%	72,6%	71,4%	53,3%
Cafés	1,9%	1,5%		4,8%	1,2%	1,7%

NÃO SABE

	Posição social das pessoas que frequentam os diversos locais					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Tabernas	5,8%	18,5%	6,0%		4,8%	1,7%
Tascas	5,3%	18,5%	4,8%	1,2%	2,4%	1,7%
Casas de pasto	5,8%	20,0%	6,0%		3,6%	1,7%
Botequim/boteque	13,8%	21,5%	10,7%	10,7%	20,2%	5,0%
Bares	9,8%	21,5%	14,3%	4,8%	7,1%	1,7%
Bares de luxo	7,4%	20,0%	9,5%	1,2%	6,0%	1,7%
Cafés	10,1%	27,7%	17,9%		1,2%	6,7%

NÃO RESPONDE

	Posição social das pessoas que frequentam os diversos locais					
	% respostas assinaladas					
	Global	Valente	Túnel	Jaime	Soraya	Solar
Tabernas	,8%	3,1%				1,7%
Tascas	,8%	3,1%				1,7%
Casas de pasto	,8%	3,1%				1,7%
Botequim/boteque	,8%	3,1%				1,7%
Bares	1,1%	4,6%				1,7%
Bares de luxo	,5%	1,5%				1,7%
Cafés	1,6%	3,1%	1,2%			5,0%

ANEXO 6.19
(Suporte de análise para o Gráfico 8.6)
Homals

Eigenvalues

Dimension	Eigenvalue
1	.613
2	.374

Discrimination Measures

	Dimension	
	1	2
Identificação da casa	.754	.021
Lugar de classe individual do inquirido	.795	.928
Lugar de classe de família	.792	.920
Grupos etários	.244	.138
Posição social atribuída pelo inquirido a si próprio	.581	.213
Classe atribuída a si próprio	.512	.028

Quantifications

Identificação da casa

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Valente	65	.686	.148
Túnel	84	.510	.032
Jaime	84	.186	.075
Soraya	84	.159	-.244
Solar	60	-1.944	.117
Missing	0		

Lugar de classe individual do inquirido

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
BEP	16	-2.160	3.958
BD	8	-1.615	.134
BP	17	-1.123	-1.237
PBIC	17	-2.416	-1.729
PBTEI	53	-.447	-.339
PBIP	33	.302	-.172
PBA	0	.000	.000
PBE	85	.289	-.254
OI	142	.666	.243
Missing	6		

Lugar de classe de família

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
BEP	17	-2.179	3.774
BD	8	-1.615	.134
BP	19	-1.077	-1.343
PBIC	20	-2.151	-1.568
PBTEI	58	-.338	-.339
PBIP	16	.399	-.332
PBA	0	.000	.000
PBE	60	.353	-.228
OI	84	.720	.317
OA	0	.000	.000
BDP	0	.000	.000
PBPA	27	.176	.059
PBAP	0	.000	.000
PBEP	12	.565	-.079
OIA	0	.000	.000
OP	53	.580	.136
Missing	3		

Grupos etários

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
18-25	28	-1.356	.613
26-35	63	-.454	-.646
36-45	99	.041	.205
46-55	94	.165	-.127
56-65	51	.400	.004
>65	42	.630	.478
Missing	0		

Posição social atribuída pelo inquirido a si próprio

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Bx	12	.681	.059
2	52	.717	.225
3	192	.398	-.079
4	76	-.958	-.313
5	21	-1.868	-.243
Alto	12	-1.056	2.373
Missing	12		

Classe atribuída a si próprio

	Marginal Frequency	Category Quantifications	
		Dimension	
		1	2
Ncl	8	.528	.057
Ctr/p	171	.571	.119
Cm	163	-.207	-.149
Cma	28	-2.137	-.395
Missing	7		

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livros

ACCARDO, Alain e CORCUFF, Philippe, *La Sociologie de Bourdieu. Textes Choisis et Commentés*. Bordeaux, Le Mascaret, 1986.

ALMEIDA, João Ferreira de, *Classes Sociais nos Campos*, Lisboa, Edições do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 1986.

ALMEIDA, João Ferreira de, e PINTO, José Madureira (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Afrontamento, 1986

ALMEIDA, Miguel Vale de, *Senhores de Si. Uma Interpretação Antropológica da Masculinidade*, Lisboa, Editora Fim de Século, 2000.

ALONSO, Rafael Feito, *Estructura Social Contemporânea. Las Clases Sociales en los Países Industrializados*, México/España, Siglo Veintiuno de España Editores, S. A., 1997.

ALVES, António Monteiro e LOURENÇO, Fernando de Sousa, *Aspectos Recentes da Evolução do Mercado do Vinho em Portugal*, Oeiras, Fundação Calouste Gulbenkian. Centro de Estudos de Economia Agrária, 1972.

ALVES, António Monteiro, *O Mercado do Vinho em Portugal - análise econométrica*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian. Centro de Estudos de Economia Agrária, 1965.

ALVES, Dário Moreira de Castro, *Era Porto e Entardecia. De Absinto a Zurrapa. Dicionário de Vinhos e Bebidas Alcoólicas em Geral na Obra de Eça de Queiroz.*, Lisboa, Pandora Edições, 1994.

ALVES, Jorge Fernandes e TORRES, José Lima, *Douro e Leixões. A Vida Portuária sob o Signo dos Bilhetes Postais,* Porto, Asa, 2002.

AMÂNCIO, Lígia, *Masculino e Feminino - a Construção Social da Diferença*, Porto, Afrontamento, 1994.

AMARAL, J. Duarte, *O Grande Livro do Vinho*, Temas e Debates, Lda. e Autor por licença editorial de Círculo de Leitores, 1995.

AMARAL, José Braga, *Mostos*, Braga, Editora Correio do Minho/SM, 1994.

AMMARILIO, Vasco de, *Oração ao Vinho. Paródia da «Oração á Luz» de Guerra Junqueiro,* Vianna, Typ. Editora d'André J. Pereira & Filho, 1904.

ANDRADE, Pedro de, Beber, *Poder e Saber. Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas*, Vol. I, Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Tese de Doutoramento, doc. policopiado, 2001-2002.

ANSART, Pierre, *Les Sociologies Contemporaines*, Paris, Éditions du Seuil, 1990.

ARON, Raymond, *As Etapas do Pensamento Sociológico*, São Paulo, Livraria Martins Fontes Editora Lta, 1982.

BANDEIRA, Mário Leston, *Demografia e Modernidade. Família e Transição demográfica em Portugal*, Imprensa Nacional Casa da Moeda, 1996.

BARDIN, Laurence, *Análise de Conteúdo*, Lisboa, Edições 70, 1991.

BARRETO, António (Org.), *A Situação Social em Portugal (1960-1995)* Vol. I e II, Lisboa, Instituto De Ciências Sociais/Universidade de Lisboa, 1996.

BAUDRILLARD, Jean, *A Sociedade de Consumo*, Lisboa, Edições 70, 1981.

BELL, David e VALENTINE, Gill, *Consuming Geographies – we are where we eat*, Londres, Routledge, 1997.

BELL, Judith, *Como Realizar um Projecto de Investigação*, Lisboa, Gradiva, 1997.

BERGER, Peter e LUCKMANN, Thomas, *A Construção Social da Realidade. Um livro sobre sociologia do conhecimento*, Lisboa, Dinalivro, 1999.

BERGER, Peter, *Perspectivas Sociológicas. Uma visão humanística*, Petrópolis, Editora Vozes, 1983.

BIDARD, Claire, *L'Amitié. Um Lien Social*, Paris, Éditions la Découverte, 1997.

BONNEWITZ, Patrice, *Primeiras Lições sobre a Sociologia de P.* Bourdieu, Petrópolis, Editora Vozes, 2003.

BOUDON, Raymond, *Os Métodos em Sociologia*, Lisboa, Edições Rolin, s.d.

BOURDIEU, Piere, *Esboço de Uma Teoria da Prática Precedido de Três Estudos de Etnologia Cabila,* Oeiras, Celta, 2002.

BOURDIEU, Pierre e Wacquant, Loïc, *Réponses. Pour une Anthropologie réflexive,* Paris, Éditions du Seuil, 1992.

BOURDIEU, Pierre, *A Dominação Simbólica*, Oeiras, Celta, 1999.

BOURDIEU, Pierre, *La Distinction - Critique Sociale du Jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.

BOURDIEU, Pierre, *La Reproduction*, Paris, Ed. Minuit, 1970.

BOURDIEU, Pierre, *Le Sens Pratique*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1980.

BOURDIEU, Pierre, *Meditações Pascalianas*, Oeiras, Celta Editora, 1998.

BOURDIEU, Pierre, *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel, 1989.

BOURDIEU, Pierre, *Questions de Sociologie*, Paris, Les Éditions de Minuit, 2002.

BOURDIEU, Pierre, *Razões Práticas. Sobre a teoria da acção*, Oeiras, Celta Editora, 2001.

BOURDIEU, Pierre, *Sobre a Televisão*, Oeiras, Celta, 2002.

BRITO, C. Melo, *Estrutura e Dinâmica do Sector do Vinho do Porto*, Porto, Instituto do Vinho do Porto em colaboração com GEHVID, 1997.

BURGESS, Robert G., *A Pesquisa de Terreno. Uma Introdução*, Oeiras, Celta, 1997.

CAMPENHOUDT, Luc van, *Introdução à Análise dos Fenómenos Sociais*, Lisboa, Gradiva, 2003.

CARVALHO, Helena, *Análise Multivariada de Dados Qualitativos. Utilização da HOMALS com o SPSS*, Lisboa, Sílabo, 2004.

CARVALHO, Manuel, *Guia do Douro e do Vinho do Porto*, Porto, Afrontamento, 1995.

CASANOVA, José Luís, () – *Estudantes Universitários: Composição Social, Representações e Valores*, Lisboa, Instituto de Ci~encia Sociais/Instituto da Juventude, 1993, pp. 31-39.

CONNERTON, Paul, *Como as Sociedades Recordam,* Oeiras, Celta, 1993.

CORCUFF, Philippe, *As Novas Sociologias*, Sintra, Editora VRAL, 1997.

COSTA, A. L. Pinto da, *Alto Douro Terra de Vinho e de Gente*, Lisboa, Cosmos, 1997, 415p.

COSTA, António Firmino da, *Sociedade de Bairro*, Oeiras, Celta, 1999.

COSTA, J. Almeida e Melo, A. Sampaio e, *Dicionário da Língua Portuguesa*, Porto, Porto Editora.

DEMARTIS, Lucia, *Compêndio de Sociologia*, Lisboa, Edições 70, 2002.

DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. (Editors), *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage Publications, 1994.

DOISE, W. e al, *Représentations Sociales et analyses de données*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1992.

DREW, Paul e WOOTON, Anthony (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, Cambridge, Polity Press, 1988.

DUBOIS, Bernard, *Compreender o Consumidor*, Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1993.

DURKHEIM, Emile, *As Regras do Método Sociológico*, Lisboa, Presença, 1980.

FERNANDES, António Teixeira, *O Social em Construção*, Porto, Figueirinhas, 1983.

FERNANDES, António Teixeira, *Para uma Sociologia da Cultura*, Porto, Campo das Letras, 1999.

FERRÃO, João, *A Demografia Portuguesa*, Cadernos do Público, 1996.

FIGUEIREDO, Isabel Lousada Soares (coord.), *Estudo do Consumidor Português de Vinhos*, Porto, Universidade Católica Portuguesa – Escola Superior de Biotecnologia, 2003.

FLANDRIN, Jean-Louis e MONTANARI, Massimo (dir.), *História da Alimentação*, Lisboa, Terramar, 2001

FODDY, William, *Como Perguntar. Teoria e Prática da Construção de Perguntas em Entrevistas e Questionários*, Oeiras, Celta, 1996.

FONSECA, A. Moreira da, GALHANO, A., PIMENTEL, E. Serpa, ROSAS, J. R.-P., *O Vinho do Porto - Notas sobre a sua História, Produção e Tecnologia*, Porto, Instituto do Vinho do Porto, 1991.

FORNEL, Michel de, OGIEN, Albert e QUERE, Louis (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, Paris, Éditions La Découverte, 2001.

GARFINKEL, Harold, *Studies in Ethnomethodology*, New Jersey, Prentice-Hall, 1967.

GAUTIER, Jean-François, *Histoire du Vin*, Paris, PUF, 1992.

GHIGLIONE, Rodolphe e MATALON, Benjamin, *O Inquérito. Teoria e Prática*, Oeiras, Celta, 1993.

GOFFMAN, Erving, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, Lisboa, Relógio D' Água, 1993.

GOFFMAN, Erving, *Frame Analysis. An essay on the organization of experience*, New York, Harper & Row, 1974.

GOFFMAN, Erving, *La Mise en Scène de La Vie Quotidienne. Les relations en public*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1973.

GOFFMAN, Erving, *Les Rites d' Interaction*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1974.

GOFFMAN, Erving, *Os Momentos e os seus Homens*, Lisboa, Relógio d'Água, 1999.

GOODY, Jack, *Cozinha, Culinária e Classes*, Oeiras, Celta Editora, 1998.

GRIMBLY, Shone, *Encyclopedia of the Ancient World*, Londres, Fitzroy Deanborn Publishers, 2000.

GUERRA, Paula, *A Cidade na Encruzilhada do Urbano – Algumas modalidades de relação e um estudo de caso acerca do processo de recomposição espacial e social do tecido urbano portuense da década de 90,* Porto, Faculdade de letras da Universidade do Porto, 2002, doc. Policopiado.

GUIMARÃES, J. A. Gonçalves e GUIMARÃES, Susana, *Prontuário Histórico do Vinho do Porto*, Vila Nova de Gaia, Gabinete de História e Arqueologia de Vila Nova de Gaia, 2001.

GUIMARÃES, Manuel, *À mesa com a História*, Sintra, Colares Editora, 2001, s/p.

GURVITCH, Georges, *A Vocação Actual da Sociologia*, Vol.I, Lisboa, Edições Cosmos.

GURWITSCH, Aron, *Studies in Phenomenology and Psychology*, Evanston, Northwestern University Press, 1966.

HABERMAS, Jurgen, *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, Rio de Janeiro, Edições Tempo Brasileiro, 1984.

HALL, Stuart (1997) – *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London/Thousand Oaks/New Delhi, The Open University, Sage Publications.

HEMARDINQUER, J.-J. (org.), *Pour une Histoire de l'Alimentation*, Paris, Cahiers des Annales 28, Librairie Armand Colin, 1970.

HERPIN, Nicolas, *A Sociologia Americana. Escolas, problemáticas e práticas*, Porto, Edições Afrontamento, 1982.

HOGGART, Richard, *As Utilizações da Cultura*, Vol. I e II, Lisboa, Presença, 1973 e 1975.

HUSSERL, Edmund, *The Idea of Phenomenology*, The Hague, Martinus Nijhoff, 1964.

HUSSERL, Edmund, *The Paris Lectures*, The Hague, Martinus Nijhoff, 1964.

IBÁÑEZ, Jesús, *Por una Sociología de la Vida Cotidiana*, México/Espana, Siglo Veintiuno Editores, 1994.

Instituto da Vinha e do Vinho, *Vinhos e Aguardentes de Portugal*, Anuário 2000/2001, Instituto da Vinha e do Vinho, Lisboa, 2001.

JAVEAU, Claude, *Lições de Sociologia*, Oeiras, Celta, 1998.

JODELET, Denise (org.), *Les Représentations Sociales*, Paris, PUF, 1989.

KIDDER, Louise H. (Org.), *Métodos de Pesquisa nas Relações Sociais. Delineamentos de Pesquisa*, Volumes 1, 2 e 3 São Paulo, Editora Pedagógica e Universitária, 1987.

KNORR-CERTINA, Karin e CICOUREL, Aaron. V. (eds.), *Advances in Social Theory and Methodology. Towards an integration of micro and macro-sociologies*, Londres, Routledge & Kegan Paul, 1981.

LAHIRE, Bernard, (Dir), *Le Travail Sociologique de Pierre Bourdieu. Dettes et Critiques*, Paris, La Découverte/Poche, 2001.

LAHIRE, Bernard, *Portaits Sociologiques*, Paris, Nathan, 2002.

LECOUTY, C., *Le Porto*, Paris, Éditions Robert Laffont, 1989.

LEMERT, Charles e BRANAMAN, Ann (eds.), *The Goffman Reader*, Malden, Blackwell Publishers, 1997.

LESSARD-HERBERT, Michelle, GOYETTE, Gabrile e BOUTIN, Gérald, *Investigação-qualitatia. Fundamentos e Práticas*, Lisboa, Instituto Piaget, 1994.

LEVI-STRAUSS, Claude, *L'Origine des Manières de Table*, Paris, Plon, 1968.

LEVI-STRAUSS, Claude, *Le Cru et le Cuit*, Paris, Plon, 1964.

LIMA, José Joaquim da Costa, *Le Vin de Pôrto*, Porto, Edition de L'Instituto do Vinho do Porto, 1937.

LIVINGSTON, Eric, *Making Sense of Ethnomethodology*, London, Routledge & Kegan Paul, 1987.

LOPES, João Miguel Teixeira, *A cidade e a Cultura*, Porto, Afrontamento, 2000.

LOPES, Teresa da Silva, *Internacionalização e concentração no Vinho do Porto, 1945-1995*, Cadernos da Revista *Douro* – Estudos e Documentos, ICEP, Iinvestimentos, Comércio e Turismo de Portugal, *1998*.

LUCKMANN, Thomas (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, New York, Penguin Books, 1978.

MAGALHÃES, Dulce, *Classes Sociais e Trajectórias Intergeracionais*, Provas de Capacidade Científica, Porto, Faculdade de Letras, 1994.

MAGALHÃES, Dulce, *Diferenciações Sociais entre Práticas Alimentares*, Relatório de uma aula prática de Sociologia da Estratificação e das Classes Sociais, Provas de Aptidão Pedagógica, Porto, Faculdade de Letras, 1994.

MAIA, Samuel, *Elogio do Vinho*, Lisboa, Livraria Bertrand, 1932.

MAISONNEUVE, Jean, *Os Rituais*, Porto, Rés Editora, s.d.

MARTINS, Acúrcio, *Rota dos Vinhos,* Matosinhos, Contemporânea, 2001.

MARTINS, Conceição Andrade, *Memória do Vinho do Porto,* Lisboa, Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 1990.

MARTINS, João Paulo, *Tudo sobre o Vinho do Porto. Os Sabores e as Histórias,* Lisboa, Publicações Dom Quixote, 2000.

MEAD, George Herbert, *Mind, Self and Society*, Chicago, University of Chicago Press, 1934.

MÉDALE, Claude e Pereira, Gaspar Martins, *Memória de Pedra*, Porto, Afrontamento, 2000.

MENNELL, S., MURCOTT, A., OTTERLOO, A. H., *The Sociology of Food -Eating, Diet and Culture*, London-Newbury Park-New Delhi, Sage Publications, 1992.

MERLEAU-PONTY, Maurice, *La Structure du Comportement*, Paris, Presses Universitaires de France, 1977.

MOREIRA, M. Raquel G., *Alimentação e Práticas Alimentares - Uma abordagem Sociológica*, Dissertação de Mestrado apresentada no Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa, 1994.

MOREIRA, Vital, *Nas origens da Casa do Douro, Cadernos da Revista DOURO – Estudos e Documentos,* nº 1, Santa Maria da Feira, GEHVID – Grupo de Estudos de História da Viticultura Duriense e do Vinho do Porto/Casa do Douro, 1996.

MOREIRA, Vital, *O Governo de Baco. A Organização Institucional do Vinho do Porto*, porto, Afrontamento, 1998.

MOSCOVICI, S., *Notes towards a description of Social Representations*, European Journal of Social Phsychologie, vol. 18, 1992.

MOURÃO, R., *A Propósito da Garrafa e do Copo de Vidro na História do Vinho do Porto*, Porto, Livraria Fernando Machado, 1946.

MUCCHIELLI, Roger, *O Questionário na Pesquisa Psicossocial*, São Paulo, Martins Fontes, 1979.

NATANSON, Maurice (ed.), *Essays in Phenomenology*, The Hague, Martinus Nijhoff, 1966.

NIERENBERG, Gerard I., e Calero, Henry H., *Como Observar as Pessoas*, Lisboa, Edição Livros do Brasil, s.d.

OLIVEIRA, Dr. Águedo de ,*O Vinho do Pôrto nos Tempos Clássicos*, Lisboa, Livraria Portugália, 1941.

ORTIZ, Renato (Org.), *Pierre Bourdieu*, São Paulo, Ática, 1983.

PACHECO, Helder, *Rostos da Gente*, Caminho, 1987.

PACHECO, Helder, *Porto*, Lisboa, Editorial Presença, 1984.

PACHECO, Helder, *Tradições Populares do Porto*, Lisboa, Presença, 1985.

PAIS, José Machado, *A Prostituição e a Lisboa Boémia do século XIX aos inícios do século XX*, Lisboa, Editorial Querco, 1985.

PAIS, José Machado, *Sociologia da Vida Quotidiana*, Lisboa, ICS, 2002.

PAIVA, Maria Adelaide da Silva, *D. Antónia Adelaide Ferreira*, Conferência realizada na exposição histórica do vinho de Porto, Lisboa, Livraria Sá da costa, 1931.

PEREIRA, Gaspar Martins (coord.), *Autour du Porto*, ICEP - Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, 1997.

PEREIRA, Gaspar Martins e ALMEIDA, João Nicolau de, (Org.), *Porto Vintage*, Porto, Instituto do Vinho do Porto/Campo das Letras – Editores, AS, 1999.

PEREIRA, Gaspar Martins e BARROS, Amândio Morais, *Memória do Rio. Para uma história da Navegação no Douro*, Porto, Afrontamento, 2000.

PEREIRA, Gaspar Martins e NICOLAU, Maria Luísa de Almeida de Olazabal, *Dona Antónia,* Grupo - BPI/Sogrape/A.A. Ferreira, Portugal 1996.

PEREIRA, Gaspar Martins, *O Douro e o Vinho do Porto. De Pombal a João Franco,* Porto, Afrontamento, 1991.

PEREIRA, Virgílio Borges, *Classes Sociais e «Modalidaes de Estilização da Vida na Cidade do Porto – Classes e culturas de classe das famílias portuenses*, Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, doc. Policopiado, 2002.

PEREIRA, Virgílio Borges, *Os Vincados Padrões do Tecido Social*, Porto, Afrontamento, 1999.

PERETZ, Henri, *Métodos em Sociologia*, Lisboa, Temas e Debates Actividades Editoriais, Ldª, 2000.

PERFEITO, João do Carmo Valente, *Arte de Beber o Vinho do Pôrto*, Porto, Instituto do Vinho do Porto, 1935.

PERFEITO, João do Carmo Valente, *Let's Talk about Port*, Porto, an Edition of the Instituto do Vinho do Porto, 1948.

PERFEITO, João do Carmo Valente, *O Vinho do Porto... esse desconhecido!*, Porto, Suplemento ao caderno nº 76 (Abril 1946) do Instituto do Vinho do Porto, 1946.

PERFEITO, Valente e BRUNET Raymond, *Le Porto et la Bonne Chère*, Porto, Édition de L'Instituto do Vinho do Pôrto, 1938.

PEYNAUD, Émile e BLOUIN, Jacques, *O Gosto do Vinho*, Lisboa-Porto, Litexta Editora Lda., 1997.

PHILLIPS, Estelle M. e PUGH, D. S., *Como Preparar um Mestrado ou Doutoramento. Um Manual Prático para Estudantes e seus Orientadores*, Mem-Martins, Lyon Multimédia Edições, 1998.

PINHEIRO, J. M. Monarca (org.), *O Elogio do Vinho*, Vega, 1995.

PINTO, José Madureira, *A Investigação nas Ciências Sociais*, Lisboa, Presença, 1989.

PINTO, José Madureira, *Ideologias: Inventário dum Conceito*, Lisboa, Presença/Gabinete de Investigações Sociais, 1978.

PINTO, José Madureira, *Propostas para o Ensino das Ciências Sociais*, Porto, Edições Afrontamento, 1994.

PINTO, M., Ideologias: Inventário Crítico dum Conceito, Lisboa, Presença/GIS, 1978.

QUERE, Louis (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, Paris, Éditions La Découverte, 2001.

QUIVY, Raymond e CAMPENHOUDT, Luc Van, *Manual de Investigação em Ciências* Sociais, Lisboa, Gradiva, 1992.

REAL, Mauro Côrte, *O Ritual do Vinho*, Porto Alegre, Age Editora, 1993.

REGO, Pedro Castro, *A Vitivinicultura Portuguesa face ao Actual Contexto Comunitário*, Lisboa, Ministério da Agricultura, Pescas e Alimentação, Secretariado Agrícola Para as Relações Europeias, Doc. Trab. Nº 2/87, Agosto 1987.

REIS, António (coordenação), *Portugal, 20 anos de Democracia*, s. l., Círculo de Leitores, 1994.

REIS, Rogério, *Roteiro do Vinho do Porto. Riqueza Vinícola e Panorâmica*, Barcelona, Espanha, Editorial Escudo de oro, S.A., 1986.

RITZER, George (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, Malden, Blackwell Publishers, 2000.

RITZER, George, *The MacDonaldization of Society*, Los Angels, Sage Publications, 1999.

SANTOS, Boaventura de Sousa, *Introdução a uma Ciência Pós-Moderna*, Porto, Edições Afrontamento, 1998.

SANTOS, Norberto Pinto dos, *A Sociedade de Consumo e os Espaços Vividos pelas Famílias. A Dualidade dos Espaços, a Turbulência dos Percursos e a*

Identidade Social, Lisboa, Edições Colibri e Centro de Estudos Geográficos de Coimbra, 2001.

SANTOS, Sérgio de Paula, *Os Caminhos de Baco - (mistérios e realidades do vinho)*, São Paulo, T. A. Queiroz, Editor, 1984.

SARTI, Raffaella, *Casa e Família: habitar, comer e vestir na Europa Moderna*, Lisboa, Editorial Estampa, 2001.

SCHÜTZ, Alfred, *The Phenomenology of the Social World*, Evanston, Northwestern University Press, 1967.

SCHÜTZ, Alfred, *The Structures of the Life-World*, Evaston, Northwestern University Press, 1973.

SHUSTERMAN, Richard (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999.

SILVA, Augusto Santos, *Tempos Cruzados: um Estudo Interpretativo da Cultura* Popular, Porto, Afrontamento, 1993.

SIMÕES, Nuno, *Os Vinhos do Porto e a Defesa Internacional da sua Marca*, Coimbra, Imprensa da Universidade, 1932.

SOUSA, Fernando de e PEREIRA, Gaspar Martins, *Alto Douro. Douro Superior*, Lisboa, Presença, 1988.

TEMUDO, Ana Padrão (Coord.), *O Vinho do Porto na Margem Certa – Mostra Documental,* Vila Nova de Gaia, Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2000.

TOLSON, Andrew, *Os Limites da masculinidade*, Lisboa, Assírio e Alvim, 1983.

TORGA, Miguel, *Vindima*, Lisboa, Dom Quixote, 2000.

VALAGÃO, Maria M., *Práticas Alimentares numa Sociedade em Mudança*, Dissertação de Doutoramento, Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências e Tecnologia, 1990.

VIEGAS, José Manuel Leite e COSTA, António Firmino (Org.), *Portugal, que Modernidade?*, Oeiras, Celta, 1998.

WEBER, Max, *Conceitos Sociológicos Fundamentais*, Lisboa, Edições 70, 1997.

WEBER, Max, *Economia y Sociedad*, Mexico, Fondo de Cultura Economica, 1944.

WEBER, Max, *Oeuvres Politiques*, Paris, Alvin Michel, 2004.

Max Weber, *Sociologie des Religions*, Paris, Gallimard, 2000.

WITTGENSTEIN, Ludwig, *Philosophical Investigations*, Oxford, Basil Blackwell, 1963.

Artigos

ADLER, Patrícia A. e ADLER, Peter, "Observational techniques", *in* Denzin, Norman K. e Lincoln, Yvonnas S. (Editors), *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage Publications, 1994, pp. 377-392.

AGUIAR, B., "O Alto Douro Vinhateiro é Património Mundial da UNESCO!", *O Tripeiro*, Ano XXI, nº 3, Março de 2002, p. 67-69.

AGUIAR, F. B., "Douro: um vinhedo histórico, um vinho universal", in PEREIRA, G. M. (coord.), *Autour du Porto*, ICEP - Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, 1997, pp. 64-83.

ALMEIDA, Ana Nunes de e al, "Relações familiares: mudanças e diversidade", in José Manuel Leite Vargas, COSTA, António Firmino (Org.), *Portugal, que Modernidade?*, Oeiras, Celta, 1998, pp. 45-78.

ALMEIDA, João Ferreira de, COSTA, António Firmino e MACHADO, Fernando Luís, "Recomposição socioprofissional e novos protagonismos", in António Reis (coordenação), *Portugal, 20 anos de Democracia*, s. l., Círculo de Leitores, 1994, pp. 307-330.

ALMEIDA, João Ferreira de, COSTA, António Firmino e MACHADO, Fernando Luís, "Estudantes e amigos - trajectórias de Classe e redes de sociabilidade", *Análise Social*, nº 105-106, 1990, pp. 193-221.

ALMEIDA, João Ferreira de, COSTA, António Firmino e MACHADO, Fernando Luís, "Famílias, estudantes e universidade", in *Sociologia Problemas e Práticas*, nº 4, 1988, Lisboa, Maio, pp.11-44.

ALMEIDA, João Ferreira de, e PINTO, José Madureira, "Da teoria à investigação empírica. Problemas metodológicos gerais", in ALMEIDA, João Ferreira de, e PINTO, José Madureira (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Afrontamento, 1986, pp. 55-78.

ALMEIDA, João Nicolau de, "As castas do Douro", in *Vinho do Porto e os vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, pp. 110-133.

ALMEIDA, João Nicolau de, "Este Vintage vem do Douro", in PEREIRA, Gaspar Martins e ALMEIDA, João Nicolau de, (Org.), *Porto Vintage*, Porto, Instituto do Vinho do Porto/Campo das Letras – Editores, AS, 1999, pp. 73-89.

ANDRADE, Pedro de, "A taberna mediática, local reticular de negociações sociais e sociológicas", in *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 33, 1991, pp. 265-286.

ANDRADE, Pedro de, "A negociação do visível: as visibilidades sociais enquanto objecto teórico ilustrativo da sociologia interdimensional e mediadora –I", *Atalaia*, Lisboa, Edições Colibri (1/2), 1995, pp. 73-93.

ANDRADE, Pedro de, "O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico", *Povos Culturas*, Lisboa (3), 1988, pp. 223-263.

ANDRADE, Pedro de, "Taverne, pouvoirs et négociations sociales", in *Atalaia*, Lisboa, Edições Colibri, (1/2), 1995, pp. 165-177.

ARAÚJO, Henrique C.G., "Dar, receber e retribuir - um rito de entronização na história recente do Vinho do Porto", in *Sociologia - Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, pp. 159-169.

ARAÚJO, Henrique Costa Gomes de, "Aprendem os pais com os filhos? - Interdição por prodigalidade na História do Vinho do Porto", in JORGE, Vitor Oliveira e ITÚRRA, Raúl (coords.), *Recuperar o Espanto: o olhar da Antropologia,* Porto, Afrontamento, 1997.

BARRETO, António, "Douro: rio, terra e gentes", in PEREIRA, Gaspar Martins, (coord.), *Autour du Porto*, ICEP - Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, 1997, pp.42-63.

BASTO, A. de Magalhães, "Um Porto-Inglaterra Há quase 100 anos", in *O Tripeiro do Porto,* pelo Porto, V Série, Porto, ano XI, 1955-56, nº 4, Agosto 1955.

BERGER, Peter, "The problem of multiple realities", in LUCKMANN, Thomas (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, New York, Penguin Books, 1978, pp. 343-367.

BIDARD, Claire, "Sociabilités: quelques variables", in *Revue Française de Sociologie*, XXIX-4, Paris, 1988, pp. 621-648.

BOURDIEU, Pierre, "*Habitus*, code et codification", in *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Paris, Éditions Minuit, nº 64, 1986, pp. 40-44.

BOUVERESSE, Jacques, "Rules, Dispositions and the *Habitus*" in Shusterman, Richard (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, pp. 45-63.

BRITO, J. P. de, "A taberna: lugar e revelador da aldeia", in O'NEILL, B. J e BRITO, J. P de (org.), *Lugares de Aqui*, Actas do Seminário "Terrenos Portugueses", Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1991, pp. 167-199.

BUTLER, Judith, "Performativity's Social Magic", in SHUSTERMAN, Richard (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, pp. 113-128.

CARDOSO, A. M. de Barros, "Os ingleses e o vinho do Porto (1745-1756)", in *Os Vinhos Licorosos e a História*, Seminário Internacional 19 a 24 de Abril de 1998, Centro de Estudos de História do Atlântico, Secretaria Regional do Turismo e Cultura, Funchal, 1998, pp. 267-284.

CARDOSO, Carlos de Sá, "A taberna", in *Política de Amanhã*, Lisboa, Editora Marítimo-Colonial, Lda., 1945, pp. 98-100.

CARDOSO, Manuel, "Portugal Perdeu um Milhão de Pipas de Vinho", in Jornal Expresso, 28.04.01.

CARLA, Telmo, "A reflexividade e a objectivação do olhar sociológico na investigação etnográfica", *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 55, 1999, pp. 5-36.

CARVALHO, João, "O Alto Douro Vinhateiro. Uma obra-prima colectiva a caminho da UNESCO", in *O Tripeiro*, Ano 18, nº 9, Setembro 1999, pp. 263-266.

CASANOVA, José Luís, "Uma avaliação conceptual do *habitus*", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 18, 1995, pp. 45-68.

CASANOVA, José Luís,"A «Teoria da Prática» - uma prática menos teorizada?", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 17, 1995, pp. 61-73.

CAVALLO, Pina Boggi e IANNACCONE, Antonio, "Représentations Sociales et construction des connaissances, in *Papers on Social Representations, Textes sur les Représentations Sociales, Textos sobre Representaciones Sociales, Arbeiten uber Soziale Reprasentationen - Threads of Discussion (continuing "ongoing productions on social representations"),* Paris, European Laboratory of Social Psychology and Maison des Sciences de l'Homme, vol. 2 (3), 1993.

CEFAÏ, Daniel e DEPRAZ, Nathalie, "De la méthode phénoménologique dans la démarche ethnométhodologique. Garfinkel à la lumière de Husserl et Schütz", in Fornel, Michel de, Ogien, Albert e Queré, Louis (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, Paris, Éditions La Découverte, 2001, pp. 99-119.

CLARISSE, René, "L'apéritif: un rituel social", in *Cahiers Internationaux de Sociologie*, Volume LXXX, Presses Universitaires de France, 1986, pp. 53-61.

CLAUDIAN, Jean e SERVILLE, Yvonne, "Aspects de l'evolution récente du comportement alimentaire en France: composition des repas et 'urbanisation'", in HEMARDINQUER, J.-J. (org.), *Pour une Histoire de l'Alimentation*, Paris, Cahiers des Annales 28, Librairie Armand Colin, 1970, pp. 174-187.

CORDEIRO, Graça Índias, "Sociabilidade e Associativismo Popular em Lisboa: Alguns Elementos para a Identificação de um Terreno Urbano" in "Colóquio Viver n(a) Cidade", Lisboa, LNEC/CET, 1990.

CORRIGAN, Peter, "Theoretical approaches to consumption", in *The Sociology of Consumption*, London, Sage Publications, 1997.

COSTA, António Firmino da, "A pesquisa de terreno em sociologia", in ALMEIDA, João Ferreira de e PINTO, José Madureira (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Afrontamento, 1986, pp. 129-148.

COSTA, António Firmino da, "Alfama: entreposto de mobilidade social", in *Cadernos de ciências Sociais* nº 2, 1984, pp. 3-35.

COSTA, Firmino da, CASANOVA, José Luís, "Classes sociais", in *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 19, 1996, pp. 191-195.

COSTA, Firmino da, MAURITTI, Rosário, MARTINS, Susana da Cruz, MACHADO, Fenando Luís e ALMEIDA, João Ferreira de, "Classes Sociais na Europa", in *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 34, 2000, pp.9-43.

COSTALAT-FOUNEAU, Anne-Marie, "Représentation sociale, représentation de soi, une question épistemologique", in *Papers on Social Representations, Textes sur les Représentations Sociales, Textos sobre Representaciones Sociales, Arbeiten uber Soziale Reprasentationen - Threads of Discussion,* Paris, European Laboratory of Social Psychology and Maison des Sciences de l'Homme, vol. 4 (1), 1995.

CRUZ, Braga da, "Alto Douro Vinhateiro Património da Humanidade", in *O Tripeiro,* Ano XXI, nº 3, Março de 2002, p. 67-69.

DIAS, Geraldo J. A. C., "O vinho alegra o coração do Homem - O apreço do vinho na Bíblia", in *Douro, Estudos e Documentos - Actas do I Encontro Internacional «História da Vinha e do Vinho no Vale do Douro»,* Ano 2, nº 3, Porto, GEHVID, Porto, 1997.

DOISE, W, et PALMONARI, A., *L'Étude des Représentations Sociales,* Paris, Delachaux et Niestlé, 1986.

DOUGLAS, Mary, "Deciphering a meal", in GEERTZ, C. (org.), *Myth, Symbol and Culture*, Nova Iorque, Sage, 1971.

ESTANQUE, Elísio e MENDES, José Manuel, "Análise de classes e mobilidade social em Portugal: um breve balanço crítico", in Revista Crítica de Ciências Sociais nº 52/53, 1999, pp. 173-198.

ESTEVES, António Joaquim e PINTO, José Madureira, "O envelhecimento na área metropolitana do Porto", In *Estatísticas e Estudos Regionais nº 14,* Instituto Nacional de Estatística, Direcção Regional do Norte – Portugal, Maio/Agosto, 1997.

ESTEVES, António Joaquim, "Mitos, ritos e símbolos: a escola, o trabalho e a cultura nacional", in *Cadernos de Ciências Sociais,* nºs 19-20, 1999.

FABIANI, jean-Louis, "L'expérimentation improbable. Remarques sur la sociologie française dans ses rapports avec l'ethnométhodologie", in FORNEL, michel de, OGIEN, Albert e queré, Louis (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une Sociologie Radicale*, Paris, Éditions La Découverte, 2001, pp. 278-295.

FARIA, Natália, "Ronda pelas tascas do Porto. Sai mais um copo", in O Comércio do Porto, Suplemento, 2000, 8 de Outubro.

FERREIRA, Armando Gomes, "Dois célebres botequins de uma desaparecida rua", in *O Tripeiro do Porto,* pelo Porto, V Série, Porto, ano X, 1954-55, nº 5, Setembro 1954.

FERNANDES, António Teixeira, "A mudança cultural na sociedade moderna", in *Revista da Faculdade de Letras*, Série de Filosofia, nºs 5-6, 2ª série, Universidade do Porto, 1988-1989, pp. 1-17.

FERNANDES, António Teixeira, (1992) – "Imaginário colectivo: simbolização e ritualização", in *Rurália, Revista de Ruralidade,* II, arouca, pp. 13-19.

FERNANDES, António Teixeira, "Alguns desafios teórico-metodológicos", *in Sociologia, Revista da Faculdade e Letras* nº 6, pp. 193-212.

FERNANDES, António Teixeira, "As sociedades e a qualidade de vida: tendências actuais", in FERNANDES, António Teixeira, *Poder Autárquico e Poder Regional*, Porto, Brasília, 1997.

FERNANDES, António Teixeira, "Desigualdades e representações sociais", in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras*, nº 10, 2000, pp. 203-214.

FERNANDES, António Teixeira, "Espaço social e suas representações", in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras*, nº 2, 1992, pp. 61-99.

FERNANDES, António Teixeira, "Ritualização da comensalidade". In *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras do Porto,* nº7, 1997, pp. 7-30.

FERRÃO, João, "Evolução e estrutura regional das classes sociais em Portugal (1960-70), in *Finisterra*, XVII, nº 34, Lisboa, 1982, pp. 223-265.

FERRÃO, João, "Recomposição social e estruturas regionais de classes (1970-81), in *Análise Social*, vol. XXI (87-88-89), 1985, pp. 565-604.

FILIPE, António et al, "Os estilos dos vinhos", in *Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira – Publicações S. A., 1990, pp. 166-183.

FILIPE, António, "Organização institucional", in *Vinho do Porto e os vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, pp. 186-199.

FINE, Gary Alan e MANNING, Philip, "Erving Goffman", in RITZER, George (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, Malden, Blackwell Publishers, 2000, pp. 457-485.

FLANDRIN, Jean-Louis, "A alimentação campesina em economia de subsistência", in FLANDRIN, Jean-Louis e MONTANARI, Massimo (dir.), *História da Alimentação*, Lisboa, Terramar, 2001, pp. 185-211.

FRANCO, José Maria Soares, "A vinificação", in *Vinho do Porto e os vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, pp. 136-163.

FRANCO, José Maria Soares, "O homem e o Porto Vintage", in PEREIRA, Gaspar Martins e ALMEIDA, João Nicolau de, (Org.), *Porto Vintage*, Porto, Instituto do Vinho do Porto/Campo das Letras – Editores, AS, 1999, pp. 111-117.

FREIRE, João, "Problemas técnico-metodológicos em inquéritos sociológicos: a propósito de questões de valores e orienteções dos sujeitos em matéria sócio-económica", *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 55, 1999, pp. 37-51.

GARFINKEL, Harold, "L'ethnométhodologie et le legs oublié de Durkheim", in FORNEL, Michel de, OGIEN, Albert e QUERE, Louis (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, Paris, Éditions La Découverte, 2001, pp. 439-444.

GARFINKEL, Harold, "Le programme de l' ethnométhodologie", in FORNEL, Michel de, OGIEN, Albert e QUERE, Louis (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, Paris, Éditions La Découverte, 2001, pp. 31-55.

GIDDENS, Anthony, "Goffman as a systematic social theorist", in DREW, Paul e WOOTON, Anthony (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, Cambridge, Polity Press, 1988, pp. 250-279.

GRIECO, Allen J., "Alimentação e classes sociais no fim da Idade Média e no Renascimento", in FLANDRIN, Jean-Louis e MONTANARI, Massimo (dir.), *História da Alimentação*, Lisboa, Terramar, 2001, pp. 83-93.

GRIGNON, Claude et GRIGNON, Christiane, "Pratiques alimentaires et classes sociales", in *Enciclopedia Universalis*, 1983, pp.376-381.

GRIGNON, Claude et GRIGNON, Christiane, "Styles d'alimentation et goûts populaires", in *Revue Française de Sociologie*, XXI, 1980, pp. 531-569.

GRIGNON, Claude et GRIGNON, Christiane, "Les en quêtes sur la consommation et la sociologie des goûts", in *Revue Economique*, nº 1, 1988, pp. 15-31.

GRIZE, Jean-Blaise, "Logique naturelle et représentations sociales", in *Papers on Social Representations, Textes sur les Représentations Sociales, Textos sobre Representaciones Sociales, Arbeiten uber Soziale Reprasentationen - Threads of Discussion (continuing "ongoing productions on social representations"),* Paris, European Laboratory of Social Psychology and Maison des Sciences de l'Homme, vol. 2 (3), 1993.

GUICHARD, François, "A linguagem do rótulo. o vinho entre o dito e o não dito", *Os Vinhos Licorosos e a História*, Seminário Internacional 19 a 24 de Abril de 1998, Centro de Estudos de História do Atlântico, Secretaria Regional do Turismo e Cultura, Funchal, 1998, pp. 71-79.

GUICHARD, François, "Le dit et le nom-dit du vin. Le langage des étiquettes", in Annales de Géographie, nº 614-615, 2000, pp. 364-380.

GUICHARD, François, "Le vignoble portugais et la Communauté économique européenne", in *Méditerranée*, nº3, Aix-eu-Provence, 1988.

GUICHARD, François, "La vigne et le vin au Portugal", in *L'Information Géographique,* 1980, 44, Paris, Masson, 1980.

GUICHARD, François, "Les vins généreux portugais hier et aujourd'hui: images et réalités" in Hommage à Alain Huetz de Lemps, *Des Vignobles et des Vins à Travers le Monde*, Bordeaux, Presses Universitaires de Bordeaux, 1996.

GUICHARD, François, "O Porto no séc XX: a afirmação metropolitana e os seus desafios", in RAMOS, Oliveira, *História do Porto*, Porto, Porto Editora, 1994, pp. 522-637.

GUICHARD, François, "O vinho do Porto e mais alguns: gestão da imagem", *Douro, Estudos e Documentos* Vol. 1(3), Instituto do Vinho do Porto, Universidade do Porto, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, 1997, pp. 145-157.

GUICHARD, François, "Porto: um vinho, uma cidade", in Pereira, G. M. (coord.), *Autour du Porto*, ICEP - Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, 1997, pp.20-41.

GUIMARÃES, Claudio C. D'Oliveira, "Onde vos falo de um velho «café» citadino", in *O Tripeiro do Porto,* pelo Porto, V Série, Porto, ano XII, 1956-57, nº 6, Outubro 1956.

GUMARAENS, Bruce Duncan, "Porto Vintage", in PEREIRA, Gaspar Martins e ALMEIDA, João Nicolau de, (Org.), *Porto Vintage*, Porto, Instituto do Vinho do Porto/Campo das Letras – Editores, AS, 1999, pp. 93-107.

GURWITSCH, Aron, "The last work of Edmund Husserl", in *Studies in Phenomenology and Psychology*, Evanston, Northwestern University Press, 1966, pp. 397-447.

GURWITSCH, Aron, "The phenomenological and the psychological approach to consciousness", in *Studies in Phenomenology and Psychology*, Evanston, Northwestern University Press, 1966, pp. 89-106.

GURWITSCH, Aron, "The problem of existence in constitutive phenomenology", in *Studies in Phenomenology and Psychology*, Evanston, Northwestern University Press, 1966, pp. 116-123.

HOLZNER, Burkart, "The construction of social actors: an essay on social identities", in LUCKMANN, Thomas (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, New York, Penguin Books, 1978, pp. 291-310.

J. F. A. e PEREIRA, Gaspar Martins, "O Alto douro e o vinho do Porto", in *O Tripeiro*, Ano 16, nº 11/12, Nov/Dez 1997, pp. 351-359.

JAVEAUX, Claude, "Les symboles de la banalisation", *Cahiers Internationaux de Sociologie*, 30, (75), 1983, pp. 343-353.

KENDON, Adam, "Goffman's approach to face-to-face interaction", in DREW, Paul e WOOTON, Anthony (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, Cambridge, Polity Press, 1988, pp. 14-40.

LIMA, Pedro, DORES, António Pedro, COSTA, António Firmino, "Classificações de profissões nos Censos 91", in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 10, 1991, pp. 43-66.

LOPES, João Teixeira, "Bourdieu: uma socilogia para o século XXI?", in *Educação, Sociedade e Culturas, Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da* Educação nº 19, 2003, pp. 171-180.

LOPES, João Teixeira, "Itinerário teórico em torno da produção dos fenómenos simbólicos", in *Sociologia – Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, n.º 10, 2000, pp. 27-78.

LOPES, João Teixeira, "Sociabilidade e Consumos Culturais: Contributos para uma Socilogia da Fruição Cultural", in *Sociologia – Revista da Faculdade de Letras do Porto*, nº 8, 1998, pp. 179-188.

MAÇARICO, Luís Filipe, "Subsídios para uma reflexão antropológica. Patrimónios e identidades nos jogos populares de raiz tradicional", in *Elo Associativo*, n.º 25, Junho de 2002.

MACHADO, Fernando Luís e COSTA, A. Firmino da, "Processos de uma modernidade inacabada. Mudanças estruturais e mobilidade social", in VIEGAS, José e COSTA, A. Firmino da, (Org.), *Portugal que Modernidade?*, Celta, Oeiras, 1998, 17-44.

MACHADO, Fernando Luís e COSTA, António Firmino, ALMEIDA, João Ferreira de, "Identidades e Orientações dos estudantes – classes, convergências, especificidades", in *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 27-28, 1989, pp. 189-208.

MAGALHÃES, Dulce Maria, "A taberna: usos do espaço e do tempo", in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras*, nº 6, 1996, pp. 213-229.

MAGALHÃES, Dulce Maria, "Consumos e sociabilidades na taberna. Estudo preliminar de um caso", in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras*, nº 11, 2001, pp. 107-119.

MAGALHÃES, Dulce, "Representações do vinho e sociabilidades contextualizadas", in *Douro – Estudos & Documentos*, Ano 7, nº 13, 2002, pp. 101-112.

MAGALHÃES, Dulce, "Vinhos: práticas, elogios, cultos e representações em questão na sociedade portuguesa", in *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 32, 2000, pp. 9-21.

MAGALHÃES, Nuno, "A cultura da vinha na região do Douro", in *Vinho do Porto e os vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, pp. 80-107.

MAGALHÃES, Nuno, "A Região", in *O Vinho do Porto e os vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, pp. 12-35.

MAGALHÃES, Vasco, "Os estilos dos vinhos", in *Vinho do Porto e os vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, pp. 166-183.

MALPIQUE, Cruz, "«Sol engarrafado» Da arte de o provar, beber e chorar por mais", in *O Tripeiro do Porto,* pelo Porto, V Série, Porto, ano XIV, 1958-59, nº 8, Dezembro 1958.

MALPIQUE, Cruz, "Os ingleses e o vinho do Porto", in *O Tripeiro do Porto,* pelo Porto, V Série, Porto, ano XIV, 1958-59, nº 5, Setembro 1958.

MALPIQUE, Cruz, "Terra mater do Vinho do Porto", in *O Tripeiro do Porto,* pelo Porto, V Série, Porto, ano XV, 1958-59, nº 1, Maio 1959.

MARGOLIS, Joseph, "Pierre Bourdieu: *Habitus* and the Logic of Practice", in Shusterman, Richard (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, pp. 64-83.

MATOS, Cristina, "Para uma sociologia económica do consumo", in FERREIRA, J. M. Carvalho et al (orgs.), *Entre a Economia e a Sociologia*, Oeiras, Celta, 1996.

MENDES, José Manuel e SEIXAS, Ana Maria, "Escola, desigualdades sociais e democracia: as classes sociais e a questão educativa em Pierre Bourdieu", in *Educação, Sociedade e Culturas, Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da* Educação nº 19, 2003, pp. 103-129.

MONTEIRO, Paulo Filipe, "Os usos das artes na era da diferenciação socail: críticas e alternativas a Pierre Bourdieu", in *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 12/13, Janeiro 1991, pp. 117-141.

MOTA, Isabel Gomes, "O Douro, a gastronomia e o vinho", in *Vinho do Porto e os vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, pp. 202-213.

NUNES, Sedas, e MIRANDA, David, "A composição social da população portuguesa: alguns aspectos e implicações", in *Análise Social*, VII (nº 27-28), Lisboa, GIS, 1969, p. 333-377.

OGIEN, Ruwen, "L' idiot de Garfinkel", in FORNEL, Michel de, OGIEN, Albert e QUERE, Louis (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, Paris, Éditions La Découverte, 2001, pp. 57-74.

PACHECO, Helder (coord.), "Os vinhos finos - uma Quinta no Castelo", in *Porto: Do Nome Portugal,* Lisboa, SIG - Sociedade Industrial Gráfica Lda, Edição sob o Alto Patrocínio do Governo Civil do Porto, 1992.

PAIS, José Machado, "Nas rotas do quotidiano", in *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 37, 1993, pp. 105-115.

PAIS, José Machado, "Paradigmas sociológicos na análise da vida quotidiana", in *Análise Social*, nº 90, 1986, pp. 7-57.

PAIS, José Machado, "Lazeres e sociabilidades juvenis - um ensaio de análise etnográfica", *Análise Social*, nº 108-109, 1990, pp. 591-645.

PARADEISE, Catherine, "Sociabilité et culture de classe", in *Revue Française se Sociologie*, vol.XXI, Paris, 1980, pp. 571-597.

PARKURST, S. "Produção de identidades no Alto Douro", *Douro, Estudos e Documentos* Vol. 1(3) , Instituto do Vinho do Porto, Universidade do Porto, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, 1997, pp. 183-191.

PEDROCCO, Giorgio, "A indústria alimentar e as técnicas de conservação FLANDRIN, Jean-Louis e MONTANARI, Massimo (dir.), *História da Alimentação*, Lisboa, Terramar, 2001, pp. 345-358.

PEIXOTO, Fernando, "Do Douro para o mundo", in PEREIRA, Gaspar Martins (coord.), *Autour du Porto*, ICEP - Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, 1997, pp. 84-95.

PEREIRA, Gaspar Martins, "A evolução das técnicas vitivinícolas no Douro oitocentista", in *Os Vinhos Licorosos e a História*, Seminário Internacional 19 a 24 de Abril de 1998, Centro de Estudos de História do Atlântico, Secretaria Regional do Turismo e Cultura, Funchal, pp. 225-237.

PEREIRA, Gaspar Martins, "A região do vinho do Porto - origem e evolução de uma demarcação pioneira", in *Douro, Estudos e Documentos 1*, Instituto do Vinho do Porto, Universidade do Porto, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, 1996.

PEREIRA, Gaspar Martins, "Um cálice de Porto", in PEREIRA, Gaspar Martins, (coord.), *Autour du Porto*, ICEP - Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, 1997, pp. 132-137.

PEREIRA, Gaspar Martins, "Apresentação", in PEREIRA, Gaspar Martins (coord.), (1997) - *Autour du Porto*, ICEP - Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, pp. 42-63.

PEREIRA, Gaspar Martins, "Origem e evolução de um grande vinho", in PEREIRA, Gaspar Martins e ALMEIDA, João Nicolau de, (Org.), *Porto Vintage*,

Porto, Instituto do Vinho do Porto/Campo das Letras – Editores, AS, 1999, pp. 13-69.

PEREIRA, Gaspar Martins, "Um vinhedo milenar, um vinho universal", in *Vinho do Porto e os vinhos do Douro - Enciclopédia dos Vinhos de Portugal*, Lisboa, Chaves Ferreira Publicações, AS, 1998, pp. 38-77.

PEREIRA, Virgílio Borges, "Café com quê?! – Uma análise sobre práticas semi-públicas de sociabilidade em espaços/tempos «intermediários» da Baixa portuense", in *Sociologia – Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, nº 5, 1995, pp. 151-176.

PERFEITO, J. C. Valente, "O vinho do Porto cartaz de Portugal", Tese apresentada ao I Congresso Nacional de Turismo, V Secção, Lisboa, 1936.

PEYER, Hans Conrad, "Os princípios da hospedagem na Europa", in FLANDRIN, Jean-Louis e MONTANARI, Massimo (dir.), *História da Alimentação*, Lisboa, Terramar, 2001, pp. 57-65.

PINHO, Arnaldo de, "Símbolo e mito, mediações da cultura", in *Rurália, Revista de Ruralidade,* II, Arouca, 1992, pp: 41-47.

PINTO, José Madureira, "Flexibilidade, segurança e identidades sócio-profissionais", *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Outubro de 1999, pp. 5-37.

PINTO, José Madureira, "Uma reflexão sobre políticas culturais", in *Dinâmicas Culturais, Cidadania e Desenvolvimento Local*, Actas de Encontro de Vila do Conde, Lisboa, Associação Portuguesa de Sociologia, 1994, pp. 767-792.

PINTO, Louis, "Le consommateur: agent économique et acteur politique", in *Revue Française de Sociologie*, XXXI, 1990, pp. 179-198.

PINTO, Louis, "Theory in Practice", in Shusterman, Richard (ed.), *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1999, pp. 94-112.

RAWLS, Anne, "Harold Garfinkel", in RITZER, George (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, Malden, Blackwell Publishers, 2000, pp. 545-576.

RODRIGUES, Walter, "Urbanidade e novos estilos de vida", *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 12, 1992, pp. 91-107.

ROGERS, Mary, "Alfred Schütz", in RITZER, George (ed.), *The Blackwell Companion To Major Social Theorists*, Malden, Blackwell Publishers, 2000, pp. 367-387.

ROSEIRA, Luís, "A recuperação de uma tradição: os produtores-engarrafadores de vinho do Porto", in *Douro, Estudos e Documentos - Actas do I Encontro Internacional «História da Vinha e do Vinho no Vale do Douro»,* Ano 2, nº 3, Porto, GEHVID, Porto, 1997.

RUBIM, Antônio Albino Canelas, BENTZ, Ione Maria Ghislene, PINTO, Milton José, (Org.), *Comunicação e Sociabilidade nas Culturas contemporâneas*, Petrópolis, Vozes, 1999.

SÁ, Celso Pereira de, "Sur les relations entre représentations sociales, pratiques socio-culturelles et comportement", in *Papers on Social Representations, Textes sur les Représentations Sociales, Textos sobre Representaciones Sociales, Arbeiten uber Soziale Reprasentationen - Threads of Discussion (continuing "ongoing productions on social representations"),* Paris, European Laboratory of Social Psychology and Maison des Sciences de l'Homme, vol. 3 (1), 1994.

SCHÜTZ, Alfred, "Phenomenology and the social sciences", in LUCKMANN, Thomas (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, New York, Penguin Books, 1978, pp. 119-141.

SCHÜTZ, Alfred, "Some structures of the life-world", in LUCKMANN, Thomas (ed.), *Phenomenology and Sociology. Selected readings*, New York, Penguin Books, 1978, pp. 257-274.

SERÉN, M. C., "Porto, Património Mundial – a cidade, o tempo e o modo", in PEREIRA, Gaspar Martins (coord.), *Autour du Porto*, ICEP - Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, 1997, pp. 97-131.

SILVA, F. Ribeiro da e CARDOSO, A.M. Barros, "O comércio de vinhos do Douro com o Brasil ao longo do século XVIII", in *Douro, Estudos e Documentos 1*, Instituto do Vinho do Porto, Universidade do Porto, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, 1996.

STRONG, P. M., "Minor courtesies and macro structures", in DREW, Paul e WOOTON, Anthony (eds.), *Erving Goffman. Exploring the interaction order*, Cambridge, Polity Press, 1988, pp. 228-249.

SYMINGTON, Paul, "Vinho do Porto Vintage", in PEREIRA, Gaspar Martins e ALMEIDA, João Nicolau de, (Org.), *Porto Vintage*, Porto, Instituto do Vinho do Porto/Campo das Letras – Editores, AS, 1999, pp. 121-125.

TODD, William J. , *Port - How to by, serve, store and drink it*, London, By Butler and Tanner, Lda, s.d.

VALA, Jorge, "A análise de conteúdo", in ALMEIDA, João Ferreira de e PINTO, José Madureira (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Afrontamento, 1986, pp. 101-128.

VALA, Jorge, "As representações sociais no quadro dos paradigmas e metáforas da psicologia social", in *Análise Social* nº 123-124, 1993.

VALA, Jorge, "Representações sociais - para uma psicologia social do pensamento social", in VALA, Joege; MONTEIRO, Maria Benedita (coord.), *Psicologia Social*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 1993.

VALA, Jorge, "Representações sociais e percepções intergrupais", *Análise Social*, Vol. XXXII (140), 1997, pp. 7-29.

VALA, Jorge, "Sobre as representações sociais - para uma epistemologia do senso comum", in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 4, 1986.

VALADE, Bernard, "Cultura", in R. Boudon, *Tratado de Sociologia*, Porto, Asa, 1995.

WATSON, Rodney, "Continuité et transformation de l'ethnométhodologie", in FORNEL, Michel de, OGIEN, Albert e QUERE, Louis (dirs.), *L'Ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, Paris, Éditions La Découverte, 2001, pp. 17-29.

Documentos Electrónicos

AAVV, *História do Vinho*, in http://www.petiscos.com/bebidas/index.

GUERRA Susana, *O Vinho na Cultura Portuguesa*, in http://www.uni.pt/homepages/docentes/delfim/CulturaPort/SusanaGuerra9601177 e AAVV, *História do Vinho*, in http://www.petiscos.com/bebidas/index.

http://www.canaltur.com.br/hotel_historico.htm#romanas.

http://www.gastronomias.com/cronicas/escolha.html.

http://www.ine.pt/imp/f780P4P1.csv e http://www.ine.pt/imp/fG8PKE0V.csv.

MERCATURA, *A História do Vinho*, in http://www.e-mercatura.net/html/pt

MOREIRA, Raquel, "Práticas alimentares e turismo: estudo de caso realizado no concelho de Sintra", in *III CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA, Práticas e Processos de Mudança*, Lisboa, Fevereiro de 1996, Oeiras, Celta Editora, 2000, CD-ROM.

SILVA, Luísa Ferreira da, VIEIRA, Cristina e SOARES, Beatriz, "Práticas e lógicas quotidianas da alimentação", in *IV Congresso Português de Sociologia*, Coimbra, APS, 2000, Cd-Rom.

ESTATÍSTICAS

INE, XII Recenseamento Geral da População, 1981
INE, XIII Recenseamento Geral da População, 1991
INE, XIV Recenseamento Geral da População, 2001