



**SOCIEDADE  
CRISE E RECONFIGURAÇÕES**

# **VII CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA**

**19 a 22 Junho 2012**

**Universidade do Porto - Faculdade de Letras - Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação**

---

ÁREA TEMÁTICA: Família e Género

---

“SOCIABILIDADES MASCULINAS NA TABERNA-CAFÉ”

---

VILLA-LOBOS, Maria José

Doutora em Sociologia das Classes e dos Movimentos Sociais

Centro Novas Oportunidades – Escola Secundária Luís de Freitas Branco

[mjose.vilalobos@eslfb.pt](mailto:mjose.vilalobos@eslfb.pt)

---



#### Resumo

A comunicação baseia-se na investigação efectuada para a dissertação de Doutoramento em Sociologia das Classes e dos Movimentos Sociais (ISCTE,2009). O objeto de estudo incide nos estabelecimentos de venda e consumo de bebidas que designámos por *tabernas-café* situadas no concelho de Montemor-o-Novo, e enquadra-se em duas áreas de estudo: a de género e a de estratificação social. O estudo de caso incide em 138 estabelecimentos sobre os quais utilizámos técnicas de observação direta e indireta e construímos tipologias. A investigação incidiu nos estabelecimentos, gerentes e clientes, tendo sido para isso, criadas fichas de caracterização. Situamos a *taberna-café* como *quadro de interação* (Costa,1999), inserido num espaço/tempo de lazer intermediário entre o trabalho e a família, marcado por sociabilidades semi-públicas, configurações e diversas formas de apropriação. Como nota conclusiva constatámos que, se é verdade que a taberna passou muitas vezes a café, administrativamente, por transformações físicas, de clientela, de consumo, ou apenas na representação que os seus gerentes possuem dela, por efeito da massificação, globalização e textualização da sociedade, também é verdadeiro que o café se *tabernizou* incorporando consumos, práticas, funções e sociabilidades características das *tabernas*.

#### Abstract

This investigation was developed in a Ph.D. in Sociology of Classes and Social Movements (ISCTE, 2009). The study object is the establishments of sell and drink consumption that we assigned for “*taberna-café*” located in Montemor-o-Novo, in Alto Alentejo, and it concerns gender and social stratification areas. The case study includes 138 establishments (total universe of this type of establishments in Montemor-o-Novo). We used direct and indirect observation techniques and construct typologies. We deepened the analysis to the customers in a sample of 4 different types of “*taberna-café*”. The inquiry included the establishments, managers and customers, and we build characterization files. We point out the “*taberna-café*” as an interaction frame (Costa, A. F.), inserted in a space/time of intermediate leisure between the work and the family, marked with half-public sociabilities, configurations and diverse forms of appropriation, which crosses the permanence and the change, the tradition and the modernity. As a conclusive note, we noticed that, if it is truth that the tavern changed many times to a “*café*”, administratively, with physical characteristics, customers and consumption changes, or in the representations that the managers have from it, from effect of globalization, also is true that the “*café*” became often with characteristics of the tavern, incorporating consumptions, roles, functions and sociabilities.

Palavras-chave: género; sociabilidades; masculinidades; taberna; café

Keywords: gender; sociability's, male studies; tavern



## 1. Quadro de referências teóricas

O locus de análise da investigação (2000 – 2008) centra-se no estudo dos estabelecimentos de venda e consumo de bebidas que designámos por tabernas-café, situadas no concelho de Montemor-o-Novo. Mergulhando no quotidiano, cruzamo-nos com os estudos de género e de classes e estratificação social.

Seguimos o conceito de quotidiano enunciado por Pais, (2002, p.33) considerando-o “*como uma rota do conhecimento. Quer isto dizer que o quotidiano não é uma parcela isolável do social. Com efeito, o quotidiano não pode ser caçado a laço quando cavalga diante de nós na exacta medida em que o quotidiano é o laço que nos permite «levantar caça» no real social, dando nós de inteligibilidade ao social*”. Preocupamo-nos com o uso que os agentes fazem e refazem dos seus tempos, ao se apropriarem do lugar taberna/café, desenvolvendo práticas, sociabilidades e representações. Vide o estudo dos estabelecimentos de bebidas efectuado por Andrade (2001).

### 1.1. A taberna/café como quadro de interacção

A taberna/café é analisada enquanto lugar inserido num dado contexto, gerando práticas sociais entre os agentes, das quais destacamos a incidência do género e da classe social, que se traduzem num quadro de interacção mais vasto. Seguimos o conceito de quadro de interacção definido por António Firmino da Costa ao referir que:

*“com o conceito de quadros de interacção, se pretende dar espaço conceptual e elaboração teórica a aspectos como: a) a dimensão contextualizada das práticas sociais; b) a lógica específica dos processos de interacção; c) a formação de sistemas de relações sociais, relativamente integrados e delimitados, assentando na interacção em co-presença directa – ou por vezes, também em certos dispositivos, sociais e tecnológicos, de alongamento e amplificação dos processos interaccionais; d) a estruturação social desses sistemas enquanto feixes multidimensionais, contextualmente densificados e interaccionalmente regulados, de regras e recursos, de condições e padrões da acção social; e) os modos como as condições estruturais, os sistemas institucionais, as configurações culturais e os processos sociais de âmbitos mais vastos se actualizam nestes contextos de interacção, e como parte significativa das influências dos primeiros nas práticas sociais é mediada pelos últimos ou é intersectada pela interferência específica deles.”* (Costa, 1999, p. 296)

Assim, e adoptando o enquadramento teórico deste autor, adaptando-o ao presente estudo, temos por objectivo analisar:

- 1) as práticas sociais inseridas nos contextos dos diversos lugares taberna com todas as suas variantes relativas às suas características/classificações oficiais (taberna, café, snack-bar, snack-bar-restaurante, café-snack-bar...) que por sua vez se inscrevem num espaço mais vasto que reporta à sua localização geográfica e organização territorial/administrativa (estabelecimento de monte, aglomerado, aldeia, vila, cidade);
- 2) a lógica específica dos processos de interacção entre os agentes, em presença nestes lugares (entre a clientela, clientela/gerente do estabelecimento, gerente/clientela);
- 3) as características dos sistemas de relações sociais implantados na co-presença directa dos agentes nos lugares taberna ou ainda sob a influência de determinados dispositivos sociais e tecnológicos, como é o caso de partidos políticos, associações culturais e desportivas e os media;
- 4) o modo como esses sistemas se estruturam na interacção dos agentes no contexto do lugar taberna/café, traduzindo-se em práticas, representações e padrões de acção social, nomeadamente as referentes às propriedades de campo relativas ao género e classe etária;
- 5) as formas como se actualizam as condições estruturais, as configurações culturais e os processos sociais de maior amplitude, em especial os respeitantes ao campo das classes sociais, nos lugares referidos e as suas influências e repercussões na apropriação e uso dos tempos/espacos no lugar taberna/café pelos agentes.

## 1.2. Lugares e sociabilidades

Rotinas em co-presença contextualizam-se nos diversos lugares tabernas-café, contudo nem sempre é clara a delimitação física das condições de co-presença. Como refere Giddens (1984, p.68) “*Nas sociedades contemporâneas (...) o espaço contido num quarto – com exceções, como as festas, em que a casa pode estar totalmente «aberta» - quase sempre define as fronteiras esperadas da co-presença. É claro, há muitos “lugares públicos” (...) em que não há uma circunscrição física clara das condições de co-presença*”.

Lugar que encerra em si outros lugares diferenciados, a taberna-café é observada na distinta apropriação/uso efectuada pelos agentes, de forma que a análise da sua variação teve em conta o local em que se situam, no seu interior/exterior (à porta, no quintal, na esplanada, ao balcão, no reservado...) e o grau de interconhecimento e de redes de sociabilidade que geram entre si (fortes e próximas como uma família em clientes habituais, distantes e difusas, em clientes de passagem e de fora). Fazem assim sentido ter presente na nossa análise dicotomias a dois níveis, que são, por um lado as relativas ao espaço de apropriação /uso - próximo/distante, de dentro/de fora - e por outro as que respeitam ao grau de interconhecimento, gerador de sociabilidades distintas - conhecidos/desconhecidos, da comunidade/de fora. O género, a classe social, a classe etária e o grupo profissional de pertença do agente cruzam-se nos dois níveis de análise enunciados conduzindo-nos à caracterização das suas práticas, sociabilidades produzidas e representações do lugar em que se situa – a taberna-café – e dos agentes com que interage – o gerente do estabelecimento e os outros clientes. Salientamos como Carmo (2007) a importância do estudo das práticas e representações do quotidiano, numa comunidade alentejana.

Situamo-nos nas rotas de continuidades/descontinuidades referidas por Pais (2002, pp.30-31) como sendo a “*encruzilhada entre a rotina e a ruptura*” e seguimos a proposta de Pereira (1999) “*sobre a apropriação quotidiana do lugar*” encarando a taberna/café: como um espaço/tempo de lazer intermediário entre o trabalho e a família, marcado por actividades de lazer sociável de forma explícita, onde se desenvolvem: sociabilidades semi públicas, configurações, diversas formas de apropriação deste lugar pelos agentes sociais, com ritmos e investimentos relacionais próprios e que incorporam diversificados capitais e habitus que se reportam ao campo local das classes sociais.

## 1.3. Produção e manifestação de culturas de lazer

Quatro autores portugueses marcaram decididamente a construção do corpo teórico que norteou este estudo: Costa (1999, p. 7), ao efectuar uma “*investigação empírica teoricamente orientada*” analisando os padrões culturais e as relações sociais desenvolvidas no seu estudo de caso sobre o bairro de Alfama, analisando-o como um “*quadro de interacção*”(Costa, p.296), Pais (2002), Pereira (1999) pelos seus enquadramentos teóricos e metodológicos aplicados na incursão em vivências no âmbito da sociologia do quotidiano e Almeida (1995) pela sua interpretação da masculinidade, mergulhando nos estudos de género.

Como Pereira (1999), o nosso estudo inscreve-se na análise das vivências quotidianas cruzando-se com os estilos de vida. Seguimos este autor no recurso a várias teorias e contributos que interrelacionamos. Seguimos a teoria de Pierre Bourdieu, no sentido em como são captados os estilos de vida “*na óptica dos usos que os agentes (re)fazem dos respectivos tempos livres e da relação por estes mantida com as actividades de lazer – uma proposta feita com base na teorização de Norbert Elias e de Eric Dunning, mas integrando contributos de outros especialistas, como os reunidos em torno de Christian L. D’Épinay*”. (Pereira, 1999, p. 16).

Assim, inscrevemos a construção da realidade social na linha de Pierre Bourdieu, na sua teoria da prática, em que as vivências quotidianas são estudadas “*como uma produção que articula posições, disposições e tomadas de posições sociais*”(Pereira, 1999, p. 17), ultrapassando uma visão dicotómica entre o micro e o macro na concetualização do social, destruindo também a «ilusão de transparência do mundo social» e buscando o estabelecimento das estruturas características da distribuição desigual dos recursos - «*propriedades actuantes*» - no espaço social”.(Pereira, 1999, p. 17),

Para além da importância de que se reveste a determinação do espaço das posições sociais, é necessário, também, situarmo-nos na perspectiva dos agentes, dos “*seus esquemas de percepção e acção – as suas disposições –, práticas e representações (...)*” (Pereira, 1999, p. 18). De facto, ao longo do nosso estudo, incidimos a nossa análise na forma como os esquemas de percepção e de acção, as suas disposições, práticas e representações dos agentes que interagem no lugar taberna-café, reflectem o campo social e económico em que se inserem. Procuramos assim observar os agentes que (re)agem na taberna-café reflectindo os seus usos, práticas e representações, os capitais económico, social, cultural e simbólico que detêm e que definem a posição dos agentes no campo das classes sociais. (Pereira & Pinto, 2006).

É nosso objectivo também analisar a forma como os habitus individuais e colectivos dos agentes, em relação com as propriedades dos campos, se repercutem e se actualizam nas práticas e representações sociais nos lugares das tabernas-café. Procuramos ainda determinar a existência de habitus de classe dos agentes que (re)agem no lugar taberna-café, unindo-os como grupos com características comuns, traduzindo-se em práticas e representações comuns.

Distinguimos, seguindo Grignon (Grignon & Passeron 1989), os aspectos materiais da cultura popular presentes na taberna-café, dos aspectos simbólicos.

#### **1.4. Espaço de confluência de práticas de classe**

Situando-se o nosso objecto de estudo no Alentejo, pensamos ser fundamental mencionar três estudos, que nele se situam: Ricos e Pobres no Alentejo (Uma Sociedade Rural Portuguesa), de José Cutileiro (1971), Do Latifundismo à Reforma Agrária – o caso de uma freguesia do Baixo Alentejo, de Afonso de Barros (1986) De aldeia a subúrbio: trinta anos de uma comunidade alentejana, de Renato Miguel do Carmo, (2007). Barros (1986) irá actualizar estas informações, recolhidas no Baixo Alentejo, já posteriormente a Cutileiro. Caracterizando a população activa agrícola da freguesia de Albernoa em 1974, na sua estrutura sócio-profissional aparecem outras categorias, mantendo-se outras.

No que se refere ao impacto da Reforma Agrária no concelho de Montemor-o-Novo, consideramos, como Carmo (2007, p.198) que a destituição do sistema latifundiário que lhe precedeu “*não representou uma ruptura socioeconómica, na medida em que as estruturas construídas pela reforma agrária se esvaneceram muito rapidamente, sem terem criado uma alternativa sustentável em relação ao sistema anterior. O facto de o modelo da reforma agrária não ter promovido o desenvolvimento da pequena e da média agricultura e ter assentado a sua acção quase exclusivamente na agricultura, ao invés de ter procurado actividades alternativas de trabalho em outros sectores de actividade, fez com que, passados trinta anos, as consequências reais deste processo na estrutura social (...) sejam quase nulas.*” Carmo (2007, p.198) Porém, não acontece no concelho de Montemor-o-Novo o mesmo que em Albernoa no que se refere à inexistência de marcas inscritas, no espaço e na vida actual das pessoas, pois esta encontra-se presente ainda na existência de algumas cooperativas e, na memória colectiva da sua população, registando-se fortes representações sociais sobre a mesma, distintas e antagónicas, que reproduzem os grupos sociais protagonistas desse movimento. Acontece contudo como em Albernoa, “*em que a destituição das estruturas tradicionais e a incapacidade de gerar alternativas sustentáveis por parte da reforma agrária representam os factores primordiais que permitiram a penetração avassaladora da urbanização sem grande resistência. (...) A ruptura pauta-se principalmente pela abertura ao espaço urbano, caracterizada por uma alteração profunda do estatuto ocupacional da maior parte dos activos e pelo aumento dos níveis de mobilidade espacial.*” (Carmo, 2007, p.198). No entanto, como em Albernoa, detectam-se práticas sociais persistentes, nomeadamente na forma como se organiza a vida quotidiana em torno das relações de género.

#### **1.5. Lugares e género**

Partimos de um pressuposto semelhante ao estabelecido por Almeida (1995, p. 15) ao considerar as relações entre os géneros como sendo, na sua base, relações de poder, assimetria e desigualdade, e não simplesmente

relações simétricas e complementares, tornando-se as relações sociais com base no género “ *como um conjunto mais a acrescentar aos das relações com base na idade, status, prestígio, classe social e outras*”. Assim, no contexto social alentejano, palco de desigualdades sociais e de lutas de poder, o género surge possivelmente como mais uma relação de dominação/subordinação para além da problemática da estratificação e dicotomização das classes sociais em presença.

Por outro lado, as imagens da masculinidade penetram no plano das comunicações mais íntimas e são preservadas pelos costumes e por comportamentos sociais ritualizados, sendo ainda também um fenómeno institucional pois pertence à linguagem formalizada, ou ao “código” cuja elaboração se encontra internamente ligada aos modelos de organização social. “*Há trabalhos de homem, distrações para homens, grupos sociais para homens – uma divisão sexual do trabalho assente no mais profundo dos pressupostos: «o lugar da mulher é em casa»*”(Tolson, 1983, p.10). Como refere Carmo (2007, p. 78.) relativamente a Albernoa, “*era a mulher que se dedicava em absoluto à socialização e educação dos filhos. O homem pouco se responsabilizava por essas tarefas porque normalmente estava ausente. Ao marido cabia a responsabilidade de sustentar a família sem necessitar que a mulher tivesse de trabalhar fora do lar.*” A relação entre a casa, (domínio feminino) e a taberna, (território masculino), bem como a ligação trabalho/lazer e excessos masculinos tolerados pelas mulheres, são também mencionadas por este autor. “*Numa aldeia tradicional o homem que não conseguisse alimentar a família era visto com desconfiança e estigmatizado pela maior parte da comunidade. O excessivo consumo de álcool e o convívio continuado na taberna eram tolerados por parte das mulheres, desde que o homem não pusesse em risco a sua capacidade de ganhar dinheiro suficiente para que a família não se tornasse indigente. As tabernas eram espaços basicamente masculinos, nos quais a mulher não entrava com o intuito de sociabilizar. A entrada da mulher neste espaço interdito era sempre vista como interferência no “ mundo dos homens”. Normalmente vinha “buscar” o marido para casa, como se o resgatasse de um corpo estranho ao seu.*” (Carmo, pp.78-79).

As imagens da masculinidade encontram-se presentes na caracterização dos actores sociais na taberna através dos seus rituais e representações, penetrando nas ideologias, reflectindo as normas e os códigos dos grupos de pertença, nas esferas do lazer, do trabalho e do poder.

## 2. Metodologia

As *tabernas/cafés* estudadas situam-se num dado território que inclui diferentes categorias de aglomerado e povoamento – o concelho de Montemor-o-Novo. Concebemos a noção de território seguindo Luís Vicente Baptista, “na máxima amplitude das suas propriedades físicas, sociais e culturais. Reporta-se aos sítios localizáveis socialmente, locus de múltiplos sentidos, tantos quanto as capacidades humanas de construir socialmente a realidade”(Baptista, 2003, p.35). Aplicamos esse conceito nas *tabernas-café* do corpus em estudo (138 estabelecimentos), relativamente aos seus diferentes *territórios* de relações sociais, interrelacionados, apropriados e localizados socialmente (exemplo: na sala principal ao balcão, nas mesas e no reservado).

Este concelho do distrito de Évora é assim “*tratado como objecto pluridimensional e plurifactual, conjunto de territórios de relações sociais, interrelacionados, apropriados e localizados socialmente*”(Baptista, 2003, p.35) que inclui 10 freguesias (uma cidade - Montemor-o-Novo, três vilas -Cabrela, Escoural e Lavre, cinco aldeias -Silveiras, Foros de Vale Figueira, Ciborro, Cortiçadas de Lavre e São Cristóvão, e diversos aglomerados populacionais e *montes*).

Tal como Costa (1999, p. 10), tratando-se de um estudo de caso, tivemos por objectivos uma “descrição densa” e “*a análise integrada de um caso, procurando caracterizar a articulação específica que nele se estabelece entre múltiplas facetas da sua constituição*”. Buscando os indícios, os sinais, os pormenores, decifrando os enigmas na teia de relações que se estabelecem nas relações sociais geradas nas tabernas/cafés, usámos, à semelhança de Pais (2002, p. 71), “*o quotidiano como sonda para captar camadas inacessíveis aos instrumentos mais usuais do conhecimento sociológico*”. Decorrendo da problemática estabelecida, do percurso desta investigação constaram as seguintes etapas:

1. definição do que se considera "taberna" – primeira construção do conceito - e extensão posterior, após uma pré-investigação no terreno, a uma maior amplitude – taberna-café“;
2. inventariação das tabernas-café no concelho de Montemor-o-Novo;
3. estabelecimento de tipologias, provisórias, de organização sistematizada dos estabelecimentos:
4. criação de fichas de caracterização e sua aplicação ao universo de todos os estabelecimentos considerados taberna-café do concelho de Montemor-o-Novo;
  - 4.1. ficha de cada taberna-café - traçando as suas características: espaciais, físicas, e sociais, procurando conhecer a oferta e a procura, as funções que esta desempenha, a clientela, a sua evolução e a história do estabelecimento;
  - 4.2. ficha de caracterização do gerente do estabelecimento, cônjuge e pais, visando ainda o conhecimento da mobilidade inter e intrageracional;
  - 4.3. ficha de caracterização dos clientes de cada estabelecimento;
  - 4.4. entrevista ao gerente de cada taberna-café visando caracterizar as suas representações sobre o lugar, funções, a apropriação deste pela clientela e a sua interação entre si e com ele próprio.
5. Organização e sistematização da informação recolhida através da pesquisa de terreno, elaborando quadros analíticos para tratamento desta.
6. Construámos ainda uma amostra que incidiu em quatro estabelecimentos do universo, com características geográficas, físicas, e designações diferentes – uma taberna na cidade; uma taberna-mercearia num aglomerado populacional; um café num *monte* e um café-snack-bar numa aldeia.
7. Cruzamento de todo o manancial de dados obtidos através da observação directa (pesquisa no terreno: aplicação de fichas de caracterização e observação participante) e indirecta (fontes documentais e bibliográficas) e posterior análise.

Utilizámos técnicas de observação directa e indirecta Centrando-nos na pesquisa de terreno, efectuámos o registo fotográfico de todos os estabelecimentos do corpus em estudo. A técnica de observação indirecta incluiu a consulta de diversas fontes documentais e estatísticas. Como técnicas auxiliares de observação, realizámos entrevistas centradas.

### 3. O concelho de Montemor-o-Novo: o território e a população

Área do Concelho (2001)	1232,1 Km2	
Densidade Populacional (2001)	15,1 Hab/Km2	
Número de Freguesias (2002)	10	
População Residente Masculina	(2001) 9115	(2011) 8468
População Residente Feminina	(2001) 9463	(2011) 8969
População Residente	(2001) 18578	(2011) 17437
População Residente (1991)	18632	
Variação Populacional (1991-2001)	-0,3%	

Quadro 1 - Concelho de Montemor-o-Novo – Evolução da população

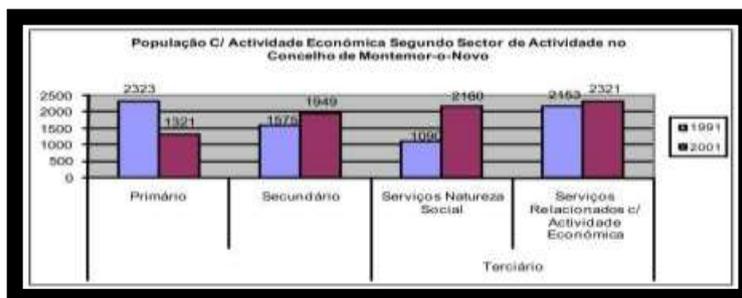


Gráfico 1 – População com actividade económica segundo o sector de actividade

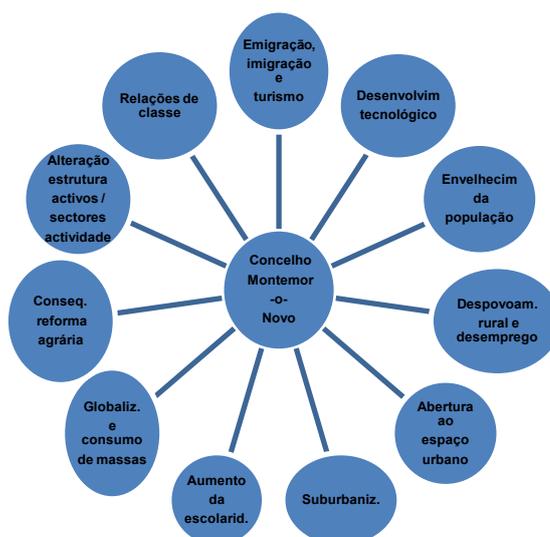


Imagem 1 – Factores de permanência e de mudança do concelho (síntese)

#### 4. Caracterização dos estabelecimentos taberna/café

Localização Freguesias	Aglomerado	Monte	Aldeia	Vila	Cidade	Total
Silveiras	0	2	5	0	0	7
Cabrela	0	0	0	6	0	6
Cortiçadas do Lavre	0	1	3	0	0	4
Lavre	0	0	0	4	0	4
São Cristóvão	0	3	4	0	0	7
Ciborro	0	0	7	0	0	7
Escoural	0	1	4	5	0	10
Foros Vale Figueira	0	1	5	0	0	6
Nª Sra Bispo	1	3	3	0	32	39
Nª Sra Vila	1	8	3	0	36	48
Total	2	23	34	11	68	138

Quadro 2 - Classificação dos estabelecimentos: critério de localização do estabelecimento-tipo de povoamento/freguesia

Características específicas Freguesias	Taberna	Café	Café- restaurante	Café- snack- bar	Snack- bar	Taberna- mercearia	Bar de centro cultural e desportivo/ Bar Coop.	Snack-bar restaurante	Outros	Total
Silveiras	0	0	1	3	0	1	1	1	0	7
Cabrela	1	3	1	1	0	0	0	0	0	6
Cort.do Lavre	0	2	0	1	0	1	0	0	0	4
Lavre	0	3	0	0	0	0	1	0	0	4
São Cristóvão	0	0	3	0	0	3	0	0	1	7
Ciborro	0	4	2	1	0	0	0	0	0	7
Escoural	1	1	0	1	0	4	0	1	2	10
F.Vale Figueira	1	0	1	0	0	1	1	0	2	6
Nª Sra do Bispo	5	8	5	5	1	3	3	5	4	39
Nª Sra da Vila	4	3	7	8	10	3	2	4	7	48
Total	12	24	20	20	11	16	8	11	16	138

Quadro 3 - Classificação dos estabelecimentos segundo o critério de características específicas dos estabelecimentos/freguesias

Ao longo da pesquisa de terreno fomos observando como se efectuava a gestão da taberna/café e os *fiados*. Como refere Brito (1991), estas anotações são a fonte utilizada para interrogar a taberna como lugar num dado contexto social e no que desta revela como universo social construído de homologias e diferenciações. Refira-se ainda que a distinção estabelecida entre “os de dentro”, “da casa”, e os forasteiros, “os de fora” é uma constante em estabelecimentos de qualquer tipo (*taberna, café, snack-bar...*) quer se situem no *monte*, no aglomerado, na vila ou na cidade, registando-se até uma diferenciação no local que se destina a uns e a outros na sala principal (posicionamento face ao balcão e à porta da rua), na demarcação sala principal/*reservado* ou na distinção entre mesas.



Imagem 2 – Taberna de cidade (“fiados”). Imagem 3- Café de aldeia. Relação gerente-fiados

As relações do espaço da *taberna-café* com a estratificação social encontram-se perspectivadas em três níveis interligados: nas relações sociais de produção (estabelecimento de negócios, contratação de pessoal, pagamentos aos trabalhadores, procura /oferta de trabalho.); nas relações de poder, nomeadamente como *locus* de organização política das diversas forças sociais, sobretudo as de campesinato, antes e após a Revolução de 25 de Abril de 1974; nas manifestações e práticas culturais, nomeadamente expressando esta uma determinada cultura popular, demarcada da cultura erudita.



Imagem 4 – Café de “monte” (amostra)



Imagem 5 – Taberna de cidade

A taberna/café assume-se como um lugar: sobretudo masculino; de relação com identidades; de relações de poder; de relações de patrocínio; de relações de sociabilidade; de solidariedades, conflitos e oposições; de interconhecimento; de habitus, configurações, disposições; de produção e reprodução de relações sociais; de circulação de bens, pessoas, ideias e representações.

Nº de tabernas-café	Local	Classificação de tabernas-café
68	cidade	urbanas (68)
34	aldeia	rurais (71)
23	monte	
11	vila	
2	aglomerado	

Quadro 4 - Nº / localização dos estabelecimentos / classificação



Imagem 6 – Café de aldeia

## 5. O gerente

Em todas as freguesias, são na sua maioria casados, trabalham com familiares (103), residindo muitos, junto do local onde trabalham; em todas as freguesias são maioritariamente homens (90), têm idades sobretudo situadas entre os 40-49, 50-59 e 30-39 anos; nas tabernas, tabernas-mercearias, cafês e cafês-restaurante, a maioria dos gerentes, são mais idosos; nos cafês snack-bares, snack-bares e bares de centros culturais e desportivos/bares de cooperativa, regista-se um número igual ou quase idêntico dos dois sexos. A maioria dos inquiridos (79) possui o Ensino Básico 1, 24 têm o Básico 2, 18 têm o Básico 3, 6 o Ensino Secundário e 5 não têm escolaridade. A maioria dos gerentes teve outras profissões (108).



Imagem 7 - Café de cidade



Imagem 8 - Taberna-mercearia de aglomerado



Imagem 9 - Café-snack-bar de aldeia– Amostra - Porta ao fundo para um *reservado*

## 6. Os clientes

Para a construção do perfil do cliente analisámos as variáveis sexo, idade, estado civil e profissão, por freguesia nos estabelecimentos de diferentes tipos e, nestes em três territórios de apropriação social distintos: na sala principal, ao balcão/nas mesas e no reservado. Analisando a clientela inquirida nos vários tipos de estabelecimento, segundo o sexo, observámos que, globalmente, em todas as freguesias e *tabernas-café*, se verificou um número de homens (2295 – 77,4%) muito superior ao das mulheres (670 – 22,6%), com excepção das mercearias. Os estabelecimentos que assinalam uma maior diferença entre sexos são, por ordem decrescente, *os cafês-restaurante* (86,4% são homens), *as tabernas-mercearias* (84,8%), *as tabernas* (83,9) e *os cafês* (80,8%). O tipo de estabelecimentos com uma proporção homens/mulheres mais baixa são *os snack-bares-restaurante* (67,2%) e *os snack-bares* (64,4%).

Tipo de estabelecimento/Sexo	Homens N %	Mulheres N %	Total N %
<i>Tabernas</i>	167 (83.9)	32 (16.1)	199 (100)
<i>Tabernas-mercearia</i>	306 (84.8)	55 (15.2)	361 (100)
Mercearias	17 (35.4)	31 (64.6)	48 (100)
<i>Cafês</i>	447(80.8)	106 (19.2)	553(100)
<i>Cafês-restaurante</i>	374 (86.4)	59 (13.6)	433 (100)
<i>Cafês Snack-Bar</i>	340 (73.6)	122 (26.4)	462 (100)
<i>Snack-bares</i>	125 (64.4)	69 (35.6)	194 (100)
<i>Snack-bares-restaurante</i>	131 (67.2)	64 (32.8)	195 (100)
<i>Bares de centros culturais e desportivos/ Bares de cooperativas</i>	142 (77.2)	42 (22.8)	184 (100)
<i>Outro tipo de estabelecimento</i>	246 (73.2)	90 (26.8)	336 (100)
Total	2295(77.4)	670 (22.6)	2965(100)

Quadro 5 - Tipo de estabelecimento/sexo

A conclusão que ressalta da análise dos clientes nos vários *territórios* do estabelecimento (sala principal, balcão, mesas e *reservado*), é a de que, a maioria nasceram no concelho de Montemor-o-Novo, mesmo os de fora deste nasceram sobretudo em zonas rurais, onde também residem, em grande parte, na mesma freguesia em que se situa a *taberna-café* onde foram inquiridos. Este facto reforça a ideia de interconhecimento e as relações de sociabilidade existentes entre gerente/clientes e da clientela entre si, bem como a interacção existente entre estes.



Imagem 10 – Café (“taberna, restaurante, quartos)



Imagem 11 – Café-restaurante de aldeia

Quanto à caracterização etária, dos clientes da *taberna*, ao balcão, verificamos que a maioria tem 60 e + anos (42 indivíduos). Segue-se o grupos etários dos 30-39 (30) e, mais afastados os de: 50-59 (23), 40-49 (23), e 20-29 (23). No que se refere ao estado civil, a maioria são casados/união de facto (96), seguindo-se os solteiros (36), viúvos (8), e divorciados (6). O seu nível de instrução predominante situa-se no Ensino Básico 1 (57), seguindo-se os analfabetos (30), dos quais 15 não sabem assinar o nome. Segue-se o Ensino Básico 2 (24), o Ensino Básico 3 (22) muito afastados, situam-se os que possuem o Ensino Secundário (11) e o Ensino Superior (2).

Relativamente à profissão, os grupos dominantes situam-se nos operários, artífices e trabalhadores similares (35) e nos reformados (32). Distinguem-se, seguidamente os agricultores e trabalhadores qualificados na agricultura e pescas (17), o pessoal dos serviços e vendedores (14), os operadores de instalações e máquinas e trabalho de montagem (13) e os trabalhadores não qualificados (12). Como podemos verificar, a maioria situa-se no sector secundário, como operários mais e menos qualificados, seguindo-se o sector primário, com actividades situadas no ramo agrícola, e finalmente o terciário (destacando-se o ramo comercial). Registam-se ainda muitos reformados.



Imagem 12 - Café-restaurante de vila– cartas (jogo da sueca)

## 7. As funções da taberna-café

### 7.1. Comer, beber, fumar, convívios e sociabilidades

Os petiscos - atraem os clientes essencialmente masculinos, que os usam habitualmente para acompanhar a cerveja ou o vinho. A quase totalidade dos estabelecimentos efectua *desenrasca* refeições. Os tipos de clientes das refeições que mais se destacam são: o grupo que encomenda (82), o cliente individual ocasional (74), o cliente individual que encomenda (71), grupos de trabalho (52) e o grupo de caçadores (50).

Registam-se contudo, ainda outras categorias com uma incidência muito menor: o grupo de pescadores (32), o cliente que traz almoço (28), as festas de aniversário (18), o grupo de empresas (8), baptizados (7), casamentos (6). Os ritmos de frequência dos clientes na taberna/café variam em função do sexo e idade, naturalidade, residência e condição perante o trabalho, tendo estas variáveis peso diferente nos diversos estabelecimentos estudados.

(Resposta múltipla)

Tipo de clientes Freguesias	Cliente individual - ocasional	Cliente individual - encomenda	Grupo - encomenda	Cliente traz almoço	Grupo de caçadores	Grupo de pescadores
Silveiras	4	4	5	2	3	1
Cabrela	4	6	6	3	3	2
Cort. Lavre	1	1	1	1	0	0
Lavre	1	3	3	1	0	0
São Cristóvão	6	6	6	4	5	4
Cíborro	2	4	6	0	4	1
Escoural	6	7	7	2	3	0
F. V. Figueira	4	5	5	3	4	3
Nª Sª Bispo	25	22	23	7	15	12
Nª Sª. Vila	21	13	20	5	13	9
Total	74	71	82	28	50	32

Quadro 6 - Tipo de clientes das refeições no estabelecimento (almoços, jantares)

Tipo de clientes Freguesias	Festa de Aniversário	Casamentos	Baptizados	Grupos - empresas	Grupos de trabalho	Outras
Silveiras	1	0	0	1	6	0
Cabrela	1	0	0	0	6	0
Cort. Lavre	0	0	0	0	0	0
Lavre	0	0	0	0	0	0
São Cristóvão	3	1	1	0	6	1
Cíborro	0	0	1	0	0	0
Escoural	1	0	0	0	0	1
F. V. Figueira	1	1	1	1	0	0
Nª Sª Bispo	5	2	2	3	21	6
Nª Sª. da Vila	6	2	2	3	13	3
Total	18	6	7	8	52	11

Quadro 7 - Tipo de clientes das refeições no estabelecimento (almoços, jantares)

Para analisarmos as funções sociais da *taberna-café*, considerámos pertinente estudarmos as razões que os clientes indicam para o fazer. Esta pergunta, de escolha múltipla, foi efectuada em todos os estabelecimentos de diversos tipos do nosso corpus (138), distinguindo, em cada um dos diferentes territórios (ao balcão, nas mesas e no reservado), com o objectivo de detectar semelhanças e diferenças entre estes.

Como Magalhães (2001) relativamente às tabernas, admitimos uma “multiplicidade de agentes em circulação”(Andrade, 1991, p.274 “durante o seu período de abertura ao público, interessando-nos “perceber até que ponto os diferentes (?) perfis sociais que na taberna se cruzam, se diluem em torno de uma prática comum – a prática de beber - ou , pelo contrário, arrastam consigo a diferença no desenrolar da própria prática, dando assim origem a dinamismos geradores não só de quotidianos tabernais diferenciados, como também de diferentes ritmos no próprio quotidiano” (Magalhães 2001, p.108), das tabernas-café.

Assim, as razões que levam os clientes das tabernas, ao balcão, a frequentá-las são, sobretudo, as de: beber e conviver (104 indivíduos), para beber sozinho (89), jogar (27), obter novidades/informações (23), ver televisão (22), fazer negócios (21), ler jornais/revistas (12), para encontrar alguém (12), para almoçar (10) e outra (13). Os clientes nas mesas referem sobretudo: beber e conviver (21), beber sozinho (13), conviver (12)

e jogar (12). Os clientes do *reservado*, na sua totalidade, afirmam frequentar a taberna para encontrar alguém (8), almoçar (6), conviver (5), beber e conviver (3).

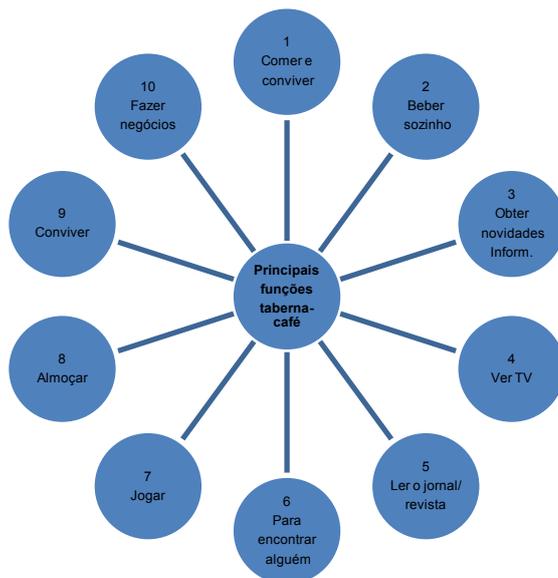


Imagem 13 - As funções da taberna-café consideradas pelos clientes



Imagem 14 – Café de vila



Imagem 15 – Café de cidade

Na análise das razões apresentadas pelos clientes para frequentarem os estabelecimentos encontramos, globalmente as mesmas categorias destacadas, em todos os estabelecimentos, de diversos tipos e nos seus vários territórios (na sala principal, ao balcão, nas mesas e no *reservado*), variando apenas o número de registos. As principais categorias referidas são: *beber e conviver*, *beber sozinho*, *obter*

novidades/informações, ver TV, ler o jornal/revista, para encontrar alguém, jogar, almoçar, conviver, e fazer negócios. Surgem ainda outras, embora não comuns a todas as tabernas-café e territórios - combinar uma caçada, combinar uma pescaria, fazer o petisco da caçada, fazer o petisco da pescaria e jantar. Verificam-se também, embora em número reduzido: receber o correio – antigamente ou actualmente, receber a reforma – antigamente ou actualmente.

Os tipos de consumo variam consoante a idade e o sexo e repartem-se diferentemente pelos territórios caracterizados. São os mais idosos os que preferem o vinho, embora a cerveja, sobretudo “a mini”, que se bebe frequentemente ao despique ou em rodadas (pagas à vez pelos amigos), esteja a prevalecer nestes territórios.

## 7.2. As práticas

As práticas desenvolvem-se na taberna/café, em torno: do jogo; música, cantares, caça, pesca, práticas de leitura; funções financeiras, políticas, terapêuticas e de aconselhamento; sedução, erotismo e prostituição e as formas de julgamento e de comunicação. Nestas o gerente assume-se como um agente mediador na condução de práticas de lazer, nas relações sociais de produção, na gestão económica dos seus clientes, na circulação de comunicação, ideias e informação, bem como na regulação de conflitos e resolução de problemas da esfera privada dos seus clientes.

Analisamos, em primeiro lugar, as funções exercidas pelos estabelecimentos, tendo recolhido estes dados através da ficha de estabelecimento, observação no terreno e entrevista aos gerentes.

Funções Freguesias	Consumo de bebidas alcoólicas	Consumo de bebidas não alcoólicas	Consumo de petiscos	Consumo de refeições	Correio	Operações financeiras	Realização de negócios
Silveiras	7	7	7	7	0	6	6
Cabrela	6	6	6	6	0	0	2
Cort.Lavre	4	3	2	1	0	1	3
Lavre	4	4	4	3	0	2	3
S.Cristóvão	7	7	6	6	3	4	6
Ciborro	7	7	7	6	0	1	6
Escoural	10	10	10	8	1	3	5
F. Vale Figueira	6	6	6	5	2	6	5
Nª Sª Bispo	39	39	34	28	3	19	32
Nª Sª Vila	48	48	45	39	3	19	40
Total	138	137	127	109	12	61	108

Quadro 8 - Funções dos estabelecimentos (Resposta múltipla)

Numa abordagem global, podemos constatar que todos os estabelecimentos têm uma função básica de consumo de bebidas, alcoólicas e não alcoólicas. Em 127 tabernas-café registam-se consumo de petiscos, o que revela a sua importância nestas casas.

Segue-se o relevo dado a este local como divulgação de informações (134), de tipo: político, social, económico (frequentemente de divulgação de práticas agrícolas), cultural (lúdico/desportivo) e publicitário.

Quanto à existência de refeições, embora preponderante, não é generalizada. (109), embora se pratique na maioria.

A função económica destacada na realização de negócios, surge como a categoria seguinte (108), e inclui negócios realizados por homens, frequentemente em locais mais discretos – *os reservados*. Engloba-se aqui, também, a função da *taberna-café* enquanto lugar de reprodução das relações sociais de produção, sobretudo a nível rural, representadas pelos trabalhadores que vão oferecer a sua força de trabalho e, os grandes proprietários ou, os *feitores*, a seu mando, que procuram recrutar mão-de-obra. Deste modo. Estas *casas* funcionam como uma *espécie de jornal*, local, eficaz, de procura e oferta de trabalho. Esta funcionalidade, verificou-se já no passado e tem-se mantido activa, sobretudo no meio rural.

A função lúdica tem uma dupla componente – os jogos e a prática de canto/música. A primeira é preponderante, registando-se em todas as freguesias e incluem, os jogos a dinheiro (que ocorrem numa forma reservada e discreta), de destreza (predominantes em meio rural) e como no estudo de Andrade (1988) os de azar. A música e o canto realiza-se em todas as freguesias, com excepção de Lavre e Cortiçadas do Lavre, em 66 estabelecimentos.

Funções Freguesias	Divulgação de informações	Prática de jogos	Prática de canto/ música	Consumo mercearia associado à taberna	Prática de prostituição	Outra(s)
Silveiras	7	5	4	1	0	0
Cabrela	6	6	5	0	0	1
Cortiçadas do Lavre	4	4	0	1	1	0
Lavre	4	4	0	1	0	0
São Cristóvão	7	6	3	3	0	2
Ciborro	7	5	7	2	0	1
Escoural	10	6	2	5	0	2
F. V. Figueira	6	6	5	1	1	1
N <sup>a</sup> Sra Bispo	38	22	15	4	2	5
N <sup>a</sup> Sra Vila	45	33	25	4	2	2
Total	134	97	66	22	6	14

Quadro 9 – Funções dos estabelecimentos (Resposta múltipla)

## 8. Da taberna ao café – notas conclusivas

Se é verdade que a taberna passou muitas vezes a café, administrativamente, por transformações físicas, de clientela, de consumo, ou apenas na representação que os seus gerentes possuem dela, por efeito da massificação, globalização e textualização da sociedade, também é verdadeiro que o café se *tabernizou* incorporando consumos, práticas, funções e sociabilidades características das *tabernas*. Como na categoria *tabernas*, a maioria dos seus clientes são homens, as suas práticas de consumo são, na maioria, idênticas – a cerveja e com muita frequência, *os petiscos*. Na *taberna* e no *café*, a cerveja substituiu largamente, em incidência, o consumo de vinho, sobretudo na população jovem e nos activos. Também as sociabilidades masculinas e as funções da taberna são semelhantes. Em ambos os casos as relações de masculinidade prevalecem e são marcantes: o lazer associado ao consumo de bebidas alcoólicas/petiscos, os jogos, a presença do erotismo e as múltiplas funções do gerente em relação aos seus clientes. Almeida, M.V.1995). *Senhores de si: uma interpretação antropológica da masculinidade*, Lisboa, Edições Fim de Século, 1995 e (org.), *Corpo presente: treze reflexões antropológicas sobre o corpo*, Oeiras, Celta Editora, 1996.

## Referências Bibliográficas

- Almeida, Miguel Vale (1995). *Senhores de si, uma interpretação antropológica da masculinidade*, Lisboa, Ed. Fim de Século.
- Andrade, Pedro (1988). “O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico”, *A cidade em Portugal: como se vive, Revista Povos e Culturas*, nº 3.
- Andrade, Pedro (1991). “A taberna mediática, local reticular de negociações sociais e sociológicas”, in: *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº33.
- Andrade, Pedro (2001). *Beber, Poder e Saber: Consumos sócio-simbólicos e culturais nos estabelecimentos de bebidas*, Dissertação de Tese de Doutoramento em Sociologia, 2 vols., Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.
- Baptista, Luís Vicente et al (2003). “Territórios, imagens e poderes”, *Etnografias Urbanas*, Oeiras, Celta.
- Barros, Afonso (1986). *Do Latifundismo à Reforma Agrária – o caso de uma freguesia do Baixo Alentejo*, Dissertação de Doutoramento em Sociologia pela Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.
- Brito, Joaquim Pais (1991). *Lugares de Aqui*, actas do Seminário “Terrenos Portugueses”, Lisboa, Publicações Dom Quixote.
- Carmo, Renato Miguel (2007). *De aldeia a subúrbio: trinta anos de uma comunidade alentejana*, Lisboa, I.C.S., pp121-170.
- Carmo, Renato Miguel (2007). “Género e espaço rural: o caso de uma aldeia alentejana”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 54.
- Costa, António Firmino (1999). *Sociedade de Bairro: dinâmicas sociais da identidade cultural*, Oeiras, Celta.
- Cutileiro, José (1977) “Grupos Sociais”, in: *Ricos e Pobres no Alentejo (Uma Sociedade Rural Portuguesa)*, Lisboa, Livraria Sá da Costa.
- Giddens, Anthony (1984). *The Constitution of Society: outline of the theory of structuration*, Cambridge Polity Press.
- Grignon, C. & Passeron J-C (1989). “Culture pratique et stylistique populaire”, in: *Le savant et le populaire: misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Gallimard Le Seuil, Hautes Études.
- Magalhães, Dulce (2001). “Consumos e sociabilidades na taberna – Estudo preliminar de um caso”, in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras do Porto*, nº11.
- Magalhães, Dulce (2005). *Dimensão social do vinho: inserção de consumos vínicos nos quotidianos de espaços semi-públicos portuenses*, Dissertação de Tese de Doutoramento, FCT, Porto, Instituto de Sociologia.
- Pais, José Machado (2002). *Sociologia da Vida Quotidiana*, Lisboa, I.C.S.
- Pereira, Virgílio Borges (1999). “Sobre a apropriação quotidiana do lugar”, in: *Os vincados padrões do tecido social – uma análise das vivências quotidianas de uma freguesia industrializada do Vale do Ave*, Porto, Edições Afrontamento.
- Pereira, Virgílio Borges (2006<sup>a</sup>) “Café com quê?!, uma análise sobre práticas semipúblicas de sociabilidade em espaços/ tempos ‘intermediários’ da Baixa portuense”, *Sociologia - Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, V, 1995, pp.151-176.
- Pereira, Virgílio Borges & Pinto, José Madureira (2006b), “Classes, relações de habitus e efeitos de lugar”, 24, *Cadernos de Ciências Sociais*.
- Tolson, Andrew (1983. 1977), *Os limites da masculinidade*, 1, Assírio e Alvim.