

**UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE**  
**FACULDADE DE LETRAS E CIÊNCIAS SOCIAIS**  
**DEPARTAMENTO DE ARQUEOLOGIA E ANTROPOLOGIA**

**CURSO DE ANTROPOLOGIA**

REPRESENTAÇÕES IDENTITÁRIAS CONSTRUIDAS ENTRE MULHERES  
CONSUMIDORAS DE BEBIDAS ALCOÓLICAS NA CIDADE DE MAPUTO: UMA  
ANÁLISE A PARTIR DO BAIRRO DAS FORÇAS POPULARES DA LIBERTAÇÃO DE  
MOÇAMBIQUE (FPLM)

**Autor:**

David Anésio Faro Nhazilo

**Supervisor:**

Dr. Hélder Nhamaze

Maputo, Abril de 2014

REPRESENTAÇÕES IDENTITÁRIAS CONSTRUÍDAS ENTRE MULHERES  
CONSUMIDORAS DE BEBIDAS ALCOÓLICAS NA CIDADE DE MAPUTO: UMA  
ANÁLISE A PARTIR DO BAIRRO DAS FORÇAS POPULARES DA LIBERTAÇÃO DE  
MOÇAMBIQUE (FPLM)

Autor

---

David Anésio Faro Nhazilo

Relatório apresentado na modalidade do trabalho de culminação dos estudos em cumprimento  
parcial dos requisitos exigidos para a obtenção do grau de licenciatura em Antropologia na  
Universidade Eduardo Mondlane

**O Supervisor**

---

Hélder Nhamaze

**O Presidente**

---

Hamilton Matsimbe

**O Oponente**

---

Emídio Gune

Maputo, Abril de 2014

## **Declaração de Honra**

Declaro que este relatório de pesquisa é original. Que o mesmo é fruto da minha investigação estando indicadas ao longo do trabalho e nas referências as fontes de informação por mim utilizadas para a sua elaboração. Declaro ainda que, o presente trabalho nunca foi apresentado anteriormente, na íntegra ou parcialmente, para a obtenção de qualquer grau acadêmico.

---

David Anésio Faro Nhazilo

## **Dedicatória**

Dedico este trabalho a minha mãe Henriqueta Mondlane, a minha tia Florencia Mondlane, aos meus irmãos Deocleciano Nhazilo, Micas Nhazilo, Madlimane, Paulo Nhazilo, Matico, e aos meus sobrinhos Nhandzumane, Deyse, Júlia e Keta.

## **Agradecimentos**

É difícil tornar nossos sonhos realidade sem apoio dos outros, por isso a estes, endereço a minha especial gratidão.

Agradeço a Deus por nunca me ter desamparado enquanto precisei. Ao meu pai, por ter-me dado a vida, apesar de ter deixado de pertencer ao mundo dos vivos no dia 09 de fevereiro de 2014, vai o meu obrigado, que a sua alma descanse em paz. A minha mãe também por ter-me dado a vida e acompanhado todo o passo que marquei desde que nasci.

Agradeço todos os docentes do departamento de Arqueologia e Antropologia que me socializaram durante a minha estadia na academia, em especial ao meu supervisor Dr. Hélder Nhamaze que desempenhou um papel importante na realização deste trabalho, sobretudo por ter conseguido de forma humilde lidar com a minha inocência perante muitos aspectos científicos.

À tia Zinha, tia Emanuela, Heliya Watch, Paiva, Mbuta e Ludmila Libombo. Agradeço em especial a tia Florência Mondlane que sempre esteve apta a me ajudar sem esperar nenhuma reciprocidade evidente.

Aos meus irmãos que deram apoio moral e material na minha formação, a mano Quito, Paulo Nhazilo, Romão, Deocleciano Nhazilo, Madlimane, Mana Ela, mano Manuel. Agradeço também aos meus sobrinhos Nhandzumane, Júlia, Deyze, Keta, Gildinha, Ivanilde, Edga.

À tia Maninha, a mana Gininha, e a Domingos Mbebel, agradeço por terem sido acolhedores enquanto fazia a recolha de dados, agradeço igualmente a todos os meus informantes que concederam-me as suas experiências.

Ao meu grupo coral da Igreja Presbiteriana de Moçambique na paróquia de Makedonia-Manjacaze que sempre me deu força de seguir mesmo com muitas dificuldades: Ao António Maleven, Vasco Muchanga, Camila, Madalena, Angélica Mubai, Isac Muchanga, Assucena Mazuse, Florência, Narciso Simango, Crisóstomo, Felícia da Rocha, Sérgio, Nilza Munguambe, Lumina, Iuca e Elça Mondlane. Natália, e Abel Mondlane.

Aos meus colegas do curso de Antropologia da turma de 2010 agradeço, especialmente a Inlambite, Ntikama, Pilale, Issa Júnior, Laércio, Marta, Nivalda, Arminda, Malipa, Karina, Justino, Inácio, Domingos, Luís, Eugénio, Sansão, Thevede, Horácio, José Tinta. Vocês foram verdadeiros companheiros.

Aos meus amigos e colegas da residência tangará: Valério, Jackson, Hélder, Mujaide, Batone, Lisboa, Nazir, Simeão Uqueio, Nelson Mubai, Adérito Mindú, e Agostinho Mandlate.

## **Resumo**

O presente trabalho compreende o processo de representação de identidades no consumo de bebidas alcoólicas entre um grupo de mulheres na cidade de Maputo. A literatura do consumo de álcool é dominada pela visão determinista. Esta visão, defende que o consumo excessivo de álcool é a ingestão de uma quantidade exagerada que tem sido calculada por etilômetro, frequência do consumo e na quantidade que o indivíduo ingere. Neste caso, o consumo excessivo de álcool é tido como fenómeno universal.

A abordagem determinista embora seja aplicável para outras áreas de conhecimento, torna-se limitada na Antropologia enquanto estudo da diversidade cultural, por isso propus-me a avançar uma investigação que abarca as dimensões socioculturais e simbólicas. Estas, permitem ler a realidade dum determinado contexto e fogem da universalização da realidade social.

O uso do método etnográfico e da abordagem qualitativa, permite-nos afirmar que o processo da representação identitária entre mulheres consumidoras de bebidas alcoólicas na cidade de Maputo, é feito mediante a análise o espaço da ingestão de bebidas alcoólicas. Neste caso, às mulheres pernoitam e consomem álcool nas barracas, discotecas e ruas são atribuídas a identidade de mulheres que bebem excessivamente ou mal e as mulheres que representam estas identidades assumem uma identidade de consumidoras normais porque bebem na esfera privada como barraca da vizinha e nas suas residências entre amigas.

As mulheres que são atribuídas a identidade de mulheres que bebem excessivamente carregam identidades transitórias porque em caso de deixarem de pernoitar em barracas e consumir álcool no mesmo local e em ruas, independentemente da quantidade de álcool que consomem passam a ser consideradas consumidoras normais.

Portanto, esta pesquisa distancia-nos da visão determinista que identifica todas as pessoas que consomem uma quantidade pré-determinada de álcool considerada excessiva como pessoas que bebem excessivamente.

**Palavras-chave: Consumo de álcool, representações sociais e dimensões simbólicas**

## Índice

Declaração de Honra .....	i
Dedicatória.....	ii
Agradecimentos .....	iii
Resumo .....	iv
1 INTRODUÇÃO .....	1
2 Revisão da Literatura.....	5
3 QUADRO TEÓRICO E CONCEPTUAL .....	12
3.1 CONCEITUALIZAÇÃO .....	13
3.1.1 Controle social.....	13
3.1.2 Socialização .....	14
3.1.3 Consumo.....	15
3.1.4 Identidade .....	15
4 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO.....	17
4.1 Método .....	17
4.2 Técnicas de Recolha de Dados .....	18
4.2.1 Observação .....	18
4.2.2 Entrevistas .....	19
5 DESCRIÇÃO DO CONTEXTO DA PESQUISA .....	21
6 Etapas da realização do trabalho .....	23
7 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS .....	24
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	33

# 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho está subordinado ao título: Representações identitárias construídas entre mulheres consumidoras de bebidas alcoólicas na cidade de Maputo: Uma análise a partir do bairro das FPLM.

O trabalho procura de forma geral, compreender as representações identitárias construídas por mulheres consumidoras de bebidas alcoólicas na cidade de Maputo. Para a satisfação desse objectivo, pretendemos de forma específica identificar o objectivo de consumo de bebidas alcoólicas entre um grupo de mulheres e ainda descrever o contexto social do consumo de bebidas alcoólicas.

A problemática do consumo de bebidas alcoólicas tem sido um assunto que pela sua natureza suscita debate nas agendas de políticas de vários Estados incluindo o Moçambicano. Em 2012 por exemplo, o código penal discutiu a necessidade de se elaborar uma lei de criminalização do consumo excessivo de bebidas alcoólicas, porque estas têm sido destacadas como principais causadoras de acidentes de viação, criminalidade, violência doméstica entre muitos outros males, quando ingeridas de forma excessiva.

O estudo do fenómeno consumo em ciências sociais foi levado a cabo por pensadores como Douglass, Sahlins, Mauss entre muitos outros que tentam mostrar que o consumo deve ser estudado como um fenómeno eminentemente social que possui dimensões simbólicas. Portanto explorando essas dimensões estaremos a dar uma alternativa teórica na explicação do fenómeno consumo de bebidas alcoólicas.

O consumo de álcool não é um fenómeno novo, o álcool foi e continua sendo usado por alguns cristãos na celebração de eucaristia durante a missa, uma vez que Jesus enquanto se despedia dos seus discípulos partilhou com eles o vinho e disse tomais em lembrança do meu sangue, talvez seja esse um dos factos responsáveis pela manutenção do hábito de beber até a actualidade.

A necessidade de desenvolver esta pesquisa surge em vários momentos que iam-se complementando ao longo do tempo. O primeiro momento surge quando eu realizava um trabalho da disciplina do Método Etnográfico que consistia em descrever qualquer fenómeno à minha escolha durante o final de semana, e optei em locais do consumo de bebidas alcoólicas tendo ficado apaixonado pelo contexto por ter acompanhado um jogo de acusação em que uma das consumidoras era considerada pessoa que bebe excessivamente e ela recusava-se assumir esta identidade atribuída. A partir desse momento, comecei a ter afinidade com a literatura que aborda sobre o consumo de bebidas alcoólicas.

O segundo momento surge quando eu lia o jornal “O País” em 2012, no qual vinha plasmado que o Código Penal pretende criminalizar o consumo “excessivo” de bebidas alcoólicas.

Surgiram em mim inúmeras interrogações porque que cada indivíduo, cada sociedade tem seus padrões de consumo (Neves, 2003).

A literatura sobre o consumo de álcool refere que, em meados do séc. XIX, o alcoolismo foi considerado uma doença tornando-se objecto de estudo da Medicina, e em 1995 a Organização Mundial da Saúde (OMS) reconheceu que esta doença estava relacionada a distúrbios psicológicos (Castilho e Costa, 2008).

Segundo Ettore citado por Corradi-Webster (2009) o consumo de bebidas alcoólicas é resultado de estres do dia-a-dia, condicionado por desemprego, violência e pobreza e, estando afectados por estes problemas os indivíduos recorrem a bebidas alcoólicas para fazer face a esses problemas e acabam por ingerir de forma excessiva.

Portanto, a abordagem psicológica olha o consumo de álcool como resultado de estresse, sendo assim, descarta a possibilidade de um outro objectivo de consumo de álcool se não aliviar o estresse.

A abordagem epidemiológica, refere que o consumo de álcool é marcado pela diferença dos sexos pois os homens bebem mais do que as mulheres. Entretanto, o álcool tem mais efeitos desgastantes no corpo da mulher do que em homens devido a composição biológica do seu corpo. Este posicionamento é negado por Vieira citado por Corradi-Webster (2009), ao defender que a Biologia tem sido usada para o controlo do corpo feminino e educação das mulheres para se tornarem boas reprodutoras, boas mães, garantindo a sobrevivência e saúde das crianças.

Dentre vários posicionamentos que explicam o consumo de bebidas alcoólicas destacam-se dois importantes pertencentes a Organização Mundial da Saúde (OMS). O primeiro defende que existe uma forma de consumo de bebidas alcoólicas que é normal e o segundo posicionamento é oposto a este por defender a existência de uma forma de consumo que é excessiva ou exagerada.

Segundo um comunicado de imprensa da OMS (2011), em Moçambique o consumo excessivo de álcool é um padrão de consumo de bebidas alcoólicas que excede três bebidas numa ocasião, ou cinco bebidas por dia em pelo menos uma vez por semana. O consumo de baixo risco ou normal é definido como o consumo de não mais de uma bebida durante cinco dias por semana.

Na visão determinista, o consumo excessivo de bebidas alcoólicas é definido como sendo a ingestão de mais de 30 gramas/dia, e a ingestão além desta quantidade tem consequências negativas para a saúde e qualidade de vida dos indivíduos, por que do álcool resultam vários problemas sociais (Da Costa et al 2012: 284).

Segundo o artigo 81º do novo código de estrada, o consumo exagerado de álcool é atribuído ao indivíduo que apresentar no sangue uma taxa de álcool igual ou superior a 0,5g/l. A avaliação do

álcool no organismo do indivíduo é feito mediante o uso de etilômetro que é um instrumento usado para medir a quantidade do álcool presente no sangue.

O missionário suíço Hernry Junod, que a mais de 100 anos investigou em Moçambique entre os Tsongas constatou que o alcoolismo é o maior perigo que ameaça a tribo sul da África. Mas os efeitos de álcool não são temíveis entre os Tsongas (Junod, 1974).

De todas as abordagens que explicam o consumo de álcool, a abordagem determinista tem sido mais destacada devido ao maior número da literatura baseada nela. Esta considera o consumo excessivo de álcool como resultado da ingestão de uma quantidade concebida como exagerada e que o seu cálculo baseia-se na quantidade medida por etilômetro, número de garrafas e doses que o indivíduo ingere.

Para Douglass e Isherwood citados por Ferreira (2010) a teoria do consumo deve ser construída distante do determinismo pois as necessidades básicas são inventadas e sustentadas na cultura.

Ao pesquisar sobre o consumo excessivo de álcool, alguns pensadores tomam em consideração a quantidade do álcool que o indivíduo ingere. Por exemplo, Sousa et al (2010) ao estudar representações do consumo de bebidas alcoólicas entre adolescentes na cidade de Feira Santa no Brasil, através da pesquisa qualitativa, constataram que a bebida constitui entre adolescentes, um ritual de passagem. Para estes, o beber agudo é beber mais de cinco (5doses) em cada ocasião para os rapazes e quatro ou menos para as moças.

A insatisfação que tenho sobre as formas através das quais se avalia o dito consumo excessivo é uma das razões que motivou a realizar esta pesquisa, porque no entender desses padrões o consumo excessivo de álcool é um fenómeno universal. Sendo assim, não nos permite fazer uma leitura antropológica porque segundo Leach (1982) o tema principal de todos os tipos de Antropologia é a diversidade da espécie humana, tanto biológica assim como cultural.

Ao desenvolver estudo não pretendemos desqualificar os estudos presentes sobre o assunto mas sim trazer um contributo teórico sobretudo no contexto moçambicano onde nota-se a existência de muita literatura sobre o consumo de bebidas alcoólicas que não explora os padrões de consumo de álcool socialmente elaborados.

Segundo Campos e Reis (2010) a ingestão de bebidas alcoólicas é parte integrante da vida social, operando como um importante marcador de relações sociais, dos espaços de sociabilidade, de experiência corporal e de saúde e doença.

Para Neves (2003:8) o termo alcoolismo e alcoólatra são ao mesmo tempo signos de diagnóstico, de insultos e de injúrias. Cada sociedade tem colocado relevo aos padrões institucionalizados de uso de bebidas alcoólicas, a variedade de modos de produção, de motivos e de oportunidades construídos no acto de alcoolização.

A maior parte dos estudos sobre a ingestão de álcool tendem a ter um posicionamento universalizante. Para evitar generalizações Malinowski (1978) propõe o estudo de campo com base na observação participante. Só através de observações é que podemos perceber que cada cultura possui seus próprios valores e que estão longe de se tornar universais.

Apoiando a pesquisa na ideia de que cada contexto possui seus próprios valores, pretendemos adotar a abordagem sociocultural sobre o consumo de bebidas alcoólicas porque esta irá nos permitir responder a seguinte pergunta de partida:

Como é que é representado o consumo excessivo de bebidas alcoólicas entre um grupo de mulheres na cidade de Maputo?

O relatório está dividido em fases: Na primeira fase que é a introdutório iremos apresentar a problemática da pesquisa, a justificação e a pergunta de partida que é o fio condutor da pesquisa.

Numa segunda fase iremos apresentar a revisão da literatura que é a parte que discute de forma geral o que se tem produzido a nível da literatura sobre o fenómeno consumo, em especial de bebidas alcoólicas. Depois da revisão da literatura segue a parte do quadro teórico e conceptual, onde apresento a teoria e os conceitos que nos ajudaram a sustentar o trabalho.

Na quarta fase apresentamos os procedimentos metodológicos usados para a aquisição de dados de pesquisa. Portanto apresentamos os métodos e as técnicas usadas para tornar possível o processo de busca de informações sobre o contexto de estudo.

Na quinta fase apresentamos a descrição do contexto em que a pesquisa foi realizada, de modo a convidar o leitor a fazer ideia de onde deve ter sido o local da realização da pesquisa.

Na sexta fase do trabalho discutimos os dados obtidos no campo. A apresentação de dados é feita em diferentes momentos e em alguns momentos a sua apresentação é precedida de apresentação de alguns trechos que se enquadram nos dados.

A sétima fase é reservada às considerações finais que resultam da revisão da literatura e dos dados recolhidos e analisados com base num espelho teórico. Por fim apresentamos as referências bibliográficas das obras com que mantemos contacto no processo da realização do trabalho.

## 2 Revisão da Literatura

Da revisão da literatura constatamos que o consumo é um fenómeno que vai além do biológico, também carrega consigo dimensões socioculturais e simbólicas, sendo assim, as bebidas alcoólicas não fogem à regra.

O estudo etnográfico realizado por Assis (2007) entre os Dãw habitantes da margem direita do Alto Rio Negro na Cidade de São Gabriel no Brasil, mostra que o álcool foi usado pelos padrões como instrumento de dominação e alienação.

Desde o início do processo de colonização, os Europeus usaram as bebidas alcoólicas como estimuladoras do processo de alienação do grupo a ser conquistado, e uma das medidas adoptadas foi a substituição das bebidas “tradicionalis” pelas bebidas destiladas no laboratório. Os Dãw apenas concordavam ir para as fábricas depois de pelo menos uma noite de bebedeira (Assis, 2007).

No estudo realizado na comunidade Brias de Carabobo na Venezuela, na periferia do Município de Naguanagua por Castilho e Costa (2008) constatou-se que as famílias utilizam reuniões festivas ou entre amigos como motivos para compartilhar o álcool. O álcool é a droga mais consumida pelos jovens, sendo parte de um rito de iniciação na adolescência onde assimilam as bebidas alcoólicas como parte da socialização. O estudo constatou igualmente que o maior número dos membros de uma família consome bebidas alcoólicas, embora alguns consomem em datas de festas e outros nos finais de semana e ainda outros quando viajam.

As razões que levam as pessoas a ingerirem bebidas alcoólicas são várias e extrapolam o campo biológico. Por exemplo, o estudo etnográfico realizado na cidade de Maputo por Chiziane (2007) questionou o posicionamento segundo o qual as pessoas que consomem bebidas alcoólicas o fazem porque estão biologicamente pré-determinados a consumir. Em oposição a este estudo, Chiziane concluiu que os jovens são motivados a consumir bebidas alcoólicas devido a necessidade de satisfazer determinados objectivos. Os mesmos podem de alguma forma ser satisfeitos na interação entre indivíduos no consumo de bebidas alcoólicas.

Os jovens estudados na cidade de Maputo são motivados a consumir bebidas alcoólicas e a usar a linguagem do contexto em que consomem porque este condiciona determinadas oportunidades como emprego, finanças e amizades que podem de alguma forma condicionar o surgimento de redes sociais das quais podem obter benefícios. Neste caso, consumindo bebidas alcoólicas os jovens ficam relaxados, e extrovertidos perante outras pessoas (Idem).

Na etnografia realizada na cidade de Maputo por Lima (2012) constatou-se que o consumo de bebidas alcoólicas tem o seu início em casa. As influências de amigos e o facto de os parentes consumirem bebidas alcoólicas, contribui para o ingresso dos jovens ao hábito de consumir bebidas alcoólicas. Assim, os consumidores crescem vendo seus parentes e amigos bebendo e, muitas vezes são convidados a experimentar.

O uso de bebidas alcoólicas possui conotação diferenciada das demais drogas, possui um uso lícito, de baixo custo e acesso facilitado. Os indivíduos ingerem bebidas alcoólicas de forma aberta e escondem-se ao consumir drogas como cocaína e outras drogas injectadas, apesar de o álcool ser a droga com mais efeitos negativos do que as outras (Oliveira, 2012).

Para Lima (2012) o consumo de bebidas alcoólicas em um posto de abastecimento de combustível na cidade de Maputo, significa para os jovens consumidores daquele espaço, um mecanismo de exibição do status porque o local representa segurança, ponto de encontro e espaço de sociabilidade. Sendo assim, frequentar este espaço constitui um meio de aquisição, manutenção e exibição do status social uma vez que os jovens que consomem álcool naquele espaço vêm-se e imaginam-se serem vistos pelos que não frequentam o posto como sendo pessoas com “dinheiro”, e “respeitos”. Os mesmos vêm-se como “jovens de paz”, “educados”, “cultos” e “exemplares”.

Na sua análise do processo de construção de identidades no consumo de bebidas alcoólicas no posto de abastecimento de combustível, Lima (2012) refere que ao consumir bebidas alcoólicas os indivíduos envolvem-se num jogo de sentidos e representações que lhes permitem construir identidades unindo ou excluindo um determinado grupo. Portanto, no âmbito do consumo de bebidas alcoólicas os consumidores distinguem-se dos outros através das escolhas quanto ao tipo de bebidas alcoólicas a ingerir, o espaço e apresentação dos consumidores. Ao escolher o posto de abastecimento de combustível como local de consumo de álcool os jovens diferenciam-se dos que não frequentam.

Historicamente a prevalência da ingestão de álcool entre mulheres é menor do que entre homens. Entretanto devido a mudanças no status e na participação na sociedade, há aumento cada vez maior na prevalência de mulheres com consumo abusivo de álcool (Laranjeira e Pinkey, 2001).

No que concerne ao conteúdo alcoólico, inicialmente as bebidas tinham um conteúdo relativamente baixo, com o surgimento do processo de destilação introduzido na Europa pelos Árabes o nível de álcool foi aumentando e a Revolução Industrial contribuiu para a ampliação da oferta o que resultou em aumento de pessoas com problemas decorrentes de “consumo excessivo” (Oliveira, 2012).

Para Junod (1974) os Tsongas consumiam bebidas de fabrico caseiro que eram feitas através de cereais e frutas tais como: vuputru, madleku, vusurha, xiwayawaya entre outras, mas desde que as bebidas destiladas foram postas à disposição acolheram-nas pressurosamente (gulosamente).

Na sociedade Changana, em tempos que lá vão, as mulheres trabalhavam nos campos e a vida dos homens era passada fazendo as horas à bebida em grandes ajustamentos, de povoação em povoação. A bebida não era vendida mas sim retribuída, pois cada um passava pelas povoações dos outros, actualmente a bebida industrializou-se e tornou-se negócio rendoso (Ribeiro, S/d).

O consumo de álcool tem sido considerado como característica exclusiva do sexo masculino. Na pesquisa realizada no centro de tratamento de alcoolismo do Instituto Philippe Pinel, no Rio de Janeiro constatou-se que as mulheres que consomem álcool de forma “excessiva” têm uma história de violência doméstica e abuso sexual na infância (Cezar, 2006).

A ideia de que as mulheres que consomem álcool de forma excessiva têm história de violência doméstica, pode ser problemática porque exclui a possibilidade de as mulheres consumirem álcool por vontade própria se não por coerção da violência.

As mulheres são metabolicamente intoleráveis ao álcool devido ao menor peso e a menor quantidade de água corporal em detrimento da quantidade de gordura associada a menor quantidade de enzima metabolizadoras de álcool. Isso faz com que a intoxicação por álcool seja maior em mulheres (Nobrega e De Oliveira, 2005).

A visão da sociedade frente ao consumo de álcool por mulheres é bastante agressiva, a mulher é considerada mais imoral e com comportamento inadequado comparativamente ao homem que também ingere bebidas alcoólicas (Idem).

Desde a Idade Média, a Igreja preocupou-se em manter homens e principalmente mulheres longe das tentações. A mulher era chamada a resistir aos apelos carnis pois esta era mais considerada próxima do pecado por isso devia se esforçar o máximo de modo a evitar o pecado (Alves, 2008).

O argumento de que o corpo da mulher é menos tolerante ao álcool talvez tenha algo a ver com o lugar onde se colocava a mulher na Idade Média. A mulher sempre foi colocada num lugar subalterno e ligada à fraqueza física e moral encontra partida, o sexo masculino está ligado ao poder e este passou a controlar o corpo da mulher e seus destinos (Idem).

Como forma de mostrar que cada contexto concebe da sua forma o consumo de álcool, Coimbra et al (2003:153), ao estudar entre os Kaingang da bacia do rio Tibagi no Paraná constataram que o uso de bebidas fermentadas restringia-se a rituais, segundo um calendário bem marcado. Acontecia por ocasião de caçada, pescaria, colheita, guerras, ritos de nascimentos, iniciação, cerimónias fúnebres e celebrações mágico religiosas.

O consumo “excessivo” de álcool em meados do séc. XIX foi considerado uma doença e tornou-se objecto de estudo da biomedicina. Em 1995 a Organização Mundial da Saúde reconhece que esta doença estava relacionada a distúrbios psicológicos dos indivíduos (Castilho e Costa, 2008).

Muitos países foram influenciados por estas ideias, e muitos programas foram criados para levar o indivíduo a se convencer de que era portador de uma doença física e mental por isso precisava de um tratamento especial que era a abstenção total do consumo de bebidas alcoólicas pelo resto da vida, uma vez que a “doença” era incurável (Assis, 2007).

Segundo Laranjeira e Melonia (2004) “Nos países pobres não existem programas de controlo social sobre o consumo de álcool e o seu consumo é factor determinante de problemas de saúde e é obstáculo para o “desenvolvimento” desses países. Nos “países ricos” existem medidas regulatórias do uso de álcool, políticas de preços e uso educacional de mídia”.

Não é nosso objectivo aqui neste trabalho discutir o que são países desenvolvidos e os países ricos ou pobres mas sim apresentar as diversas visões sobre o consumo de bebidas alcoólicas, sobretudo porque os autores não apresentam argumentos que mostram as características dum desses países.

Na tentativa de comparar o nível de consumo de bebidas alcoólicas Laranjeira e Melonia (2004) contradizem os seus posicionamentos sobretudo ao afirmar que os países pobres não têm controlo sobre o consumo de bebidas alcoólicas porque num dos seus argumentos vêm mostrar que os padrões de consumo de bebidas alcoólicas variam conforme a cultura, o género, a faixa etária as normas sociais vigentes e o subgrupo social considerado.

O ambiente social e cultural é provavelmente, a mais importante influência sobre o acto de beber, pois condiciona o tipo de bebida a ser consumida, como se bebe, onde beber e com quem beber. O ambiente inclui o que e como as pessoas pensam e creem sobre o álcool, as regras locais e, além disso quanto beber, como conseguir e utilizar a bebida (Assis, 2007).

Para a compreensão do consumo de bebidas alcoólicas é necessário que se conceba o consumo, primeiro como um fenómeno sociocultural carregado de dimensões simbólicas como defendem os autores Douglass (2004), Mauss (1974), Sahlins (2003), Rocha (2000), Poulain e Da Costa (2003), Durkheim (1988), segundo, é necessário que se dê ouvido aos próprios consumidores.

Algumas perspectivas associadas à economia enfatizam que o consumo é resultado da vontade do indivíduo com vista a satisfação das necessidades materiais ou não materiais, mas a perspectiva sociológica olha o consumo como um fenómeno eminentemente social acionado a partir de necessidades que são geradas e satisfeitas num contexto de interdependência entre vários agentes (Ribeiro, 2008).

Segundo Miller (2007), o poder do consumo como meio de reproduzir padrões sociais era escondido por uma ideologia que via o consumo meramente como uma expressão do gosto individual.

Para Poulain e Da Costa (2003), pensar a alimentação como um fenómeno complexo no qual estão englobados aspectos biológicos, psicológicos e sociais, não é tarefa fácil a partir das ciências sociais.

O consumo é um facto social, e um facto social deve ser estudado por meio do seu semelhante. Entretanto, as causas de um facto social devem ser procuradas em um outro facto social. Neste caso, o consumo embora pensado com um fenómeno meramente biológico é também determinado pelos mecanismos sociais (Durkheim 1998).

Neste trabalho abraçamos o consumo na sua dimensão sociocultural porque esta dimensão sustenta os estudos antropológicos uma vez que para Polain e Da Costa (2003) embora o consumo seja biológico e psicológico é também social.

Para Morin (1990) citado por Poulain e Da Costa (2003) o que é mais biológico é ao mesmo tempo embebido do simbólico e de cultural. Nossas actividades mais elementares, beber, comer são estritamente ligadas a normas, interdições, valores.

As múltiplas substâncias minerais, vegetais e as animais que podem servir como bens de consumo são colocados pela natureza à disposição dos homens, mas a sua utilização articula-se às representações simbólicas que revelam a arbitrariedade das culturas (Idem).

Para (Fisher, 1996) citado por Poulain e Da Costa (2003) as escolhas de alimentos participam na diferenciação cultural dos grupos sociais, pois as escolhas variam de cultura para a outra e de sociedade para sociedade.

A perspectiva ecológica olha o consumo como sendo o gasto dos recursos e sua conseqüente eliminação do mundo. Na Antropologia o estudo do consumo foi revolucionado por Douglass e Isherwood pois estes vieram advogar uma abordagem dos bens do consumo como sistemas de comunicação numa analogia com linguagem, uma vez que os bens de consumo são pensados como sistemas simbólicos que permitem ler o contexto social em que os mesmos são usados (Idem).

Para entender o consumo é preciso conhecer como a cultura constrói esta experiência na vida quotidiana, como actuam os códigos culturais que dão coerência às práticas e como, através do consumo classificamos objectos, pessoas, elaboramos semelhanças e diferenças (Rocha, 2000).

Para Neves (2003:79) o acto de beber é uma prática social que está inserida em um conjunto de valores, representações e organizações sociais e estas nunca são universais, cada sociedade, grupo ou cultura elabora normas, bebidas e lugares propícios para a sua realização.

Na sua obra, Bourdieu, mostra-nos que as diferentes escolhas que as pessoas fazem são todas elas distinções, ou seja as escolhas feitas são feitas mediante a oposição daqueles feitos por pessoas de outras classes. Para ele o mundo social funciona como um sistema de relações de

poder e como sistema simbólico, em que as distinções de gosto se tornam a base de julgamento social (Bourdieu, 2006).

O argumento de Bourdieu leva-nos a constatar que a forma como as pessoas escolhem o lugar, o tipo de bebida a consumir e com quem consumir resulta da maneira que estas querem marcar diferença com as outras pessoas. Portanto a ideia de distinção é também válida para o estudo do fenómeno de consumo.

O consumo de bebidas alcoólicas enquanto sistema simbólico permite aos indivíduos construírem identidades como também hierarquizar grupos sociais. Portanto, os indivíduos que ingerem álcool em um determinado espaço social constroem significados em volta do mesmo incluindo a sua importância (Lima, 2012).

O “espaço social” é hierarquizado pela desigual distribuição de diferentes capitais, e a descrição da sociedade em termos do “espaço social” é que permite enfatizar a dimensão relacional das posições sociais. Assim, as diferentes formas de capital permitem estruturar o espaço social mediante a posse dum dos capitais (económico, cultural, social e simbólico) (Bourdieu, 2006).

Rocha (2000) solidifica o seu argumento afirmando que é necessário que exista antes um processo de socialização, distribuindo categorias de pensamento para viabilizar o acto do consumo.

Segundo Oliveira (2010) para o entendimento do consumo nas sociedades é preciso que haja o entendimento do espaço de significação em que os bens são utilizados. A realidade é socialmente elaborada pelos consumidores considerando a esfera social constituída com base na esfera do consumo onde mapas, significados culturais são constituídos e os objectivos individuais são evidenciados.

Neste contexto de abordagem, os bens de consumo são considerados artefactos culturais ou colectivos por isso para Douglass e Isherwood (2004), a teoria do consumo deve ser vista como uma teoria cultural e de vida social porque é a gramática que permite ler a cultura.

Embora o consumo seja um fenómeno natural não é tão simples assim, pois há questões que o natural não consegue sustentar, já que o acto do consumo envolve escolhas, vontades, e avaliação, por exemplo, nós escolhemos o que comer, onde comer e com quem comer (Ferreira, 2010).

Conhecer o consumo como um facto social é mais complexo, mas é importante antes de mais conhecer o significado do fenómeno de consumo porque este passa pelo exame profundo da sua relação com cultura (Rocha, 1995).

O consumo alimentar passa na maioria das vezes pelo acto de cozinhar que é o conjunto de acções técnicas, de operações simbólicas de rituais que participam na construção da identidade alimentar de um produto natural e o transformam em consumível (Lévi-Strauss, 2006).

No entanto Mauss (1974) afirma que o consumo é mais do que uso de bens materiais, porque as trocas respondem as necessidades culturais e não económicas, como retribuição, honra, poder, prestígio e o dar e o receber são obrigações da própria troca, pois a recusa do jogo das trocas significa negar a aliança e comunhão.

Auxiliando as ideias de Mauss, Oliveira (2011), afirma que o consumo é uma prática material e simbólica que se caracteriza como mecanismo de reprodução cultural da sociedade.

As ideias de Mauss encontram-se sustentadas em Sahlins (2003) pois este distancia-se de abordagens deterministas ecológicas, económicas sobre o consumo por limitarem-se apenas aos aspectos materiais. Este autor apoia a ideia de que a economia fala uma língua e se organiza em termos de linguagem por isso a cultura é um sistema que se manifesta em todas as esferas da sociedade, deste modo é possível ler os processos sociais como figuras de linguagem.

O processo de socialização não acontece pela acção universal e absoluta de uma espécie de razão prática inerente à produção. Na verdade a produção é uma possibilidade que resulta da atribuição cultural do sentido na esfera de produção (Rocha, 1995).

Na sua análise Sahlins (2003) chega à conclusão de que a utilidade e os aspectos materiais não são separados dos processos sociais e de ordem cultural por isso resta-nos entender cada sociedade a partir de si mesma em relação às demais.

A lógica de aquisição de bens possui dimensões individuais, onde é possibilitado ao consumidor expressar a sua identidade enquanto indivíduo, e a dimensões colectivas que é expressão de sua identificação como grupos sociais (Oliveira, 2011).

Na mesma ordem de ideias Poulain e Da Costa (2003), defendem que a alimentação inscreve-se dentro de uma série de ciclos temporais socialmente determinados. A cada etapa correspondem estilos alimentares em que alguns alimentos são autorizados, outros não autorizados, outros proibidos, as obrigações e os direitos.

Consumir, marca também fronteiras de identidade entre os grupos humanos de uma cultura e de outra, mas também, no interior da mesma cultura entre membros que a constituem (Poulain e Da Costa, 1998).

Dentro da prática do consumo há presença de dimensões culturais e simbólicas. Essa presença é evidenciada pelo crescimento de pesquisas antropológicas na gestão de marketing. Actualmente nota-se uma crescente reflexão sobre a existência de diversos estilos de vida que refletem a

explosão de micro-identidades no consumo que só podem ser percebidas com recurso ao método etnográfico (Júnior, 2001).

O acto de consumir ou comer extrapola as necessidades biológicas. A alimentação pode ser considerada eixo central na estruturação identitária apesar de que no mundo moderno as identidades são múltiplas, não são estáticas mas sim transitórias devido ao fenómeno “globalização” (Rocha,2011).

### **3 QUADRO TEÓRICO E CONCEPTUAL**

Para fazer face à pergunta de partida foi abraçada a teoria das representações sociais. Esta, não é património duma única área pois nasce da sociologia com Émile Durkheim e tinha a designação de representações colectivas e Moscovici passou a designar de representações sociais (Arruda, 2002).

A teorização deste conceito foi desenvolvida por Moscovici e aprofundada por Denise Jodelet. Esta teoria torna-se pertinente na nossa pesquisa porque reflecte sobre como os indivíduos, os grupos, os sujeitos sociais constroem o seu conhecimento a partir da sua inscrição social e cultural (Arruda, 2002).

A teoria das representações sociais trata da produção de saberes sociais. Centra-se na análise da construção e transformação do conhecimento social e tenta elucidar como a ação e o pensamento se interligam na dinâmica social (Reis e Belline, 20011).

Ao questionar a existência de uma verdade universal, a teoria representações sociais ajudam-nos a distanciarmo-nos da visão unilinear porque operacionaliza-se para trabalhar com o pensamento social em sua dinâmica e diversidade, o sujeito constrói a realidade social mas não desligada da sua inscrição social (Idem).

De acordo com Moscovici (2009) a representação social não é uma cópia nem reflexo ou mesmo imagem fotográfica da realidade, é uma tradução, uma versão desta, ela está em transformação como objecto que tenta elaborar, é dinâmica e móvel.

Para Guaareschi (1996) a representação social é um conceito dinâmico e explicativo, tanto da realidade social como física e cultural, reúne aspectos culturais, cognitivos e valorativos.

Na visão de Jodelet (2002), as representações sociais são uma forma de conhecimento socialmente elaborado e compartilhado, com um objectivo prático e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social.

Toda a representação refere-se a um objecto e tem um conteúdo, por isso ao estudar as representações sociais é necessário que se tome em conta a cultura, a comunicação, a linguagem intergrupala e a inscrição ideológica (idem).

Na mesma linha de pensamento, Spink (1995) define representações como forma de conhecimento prático, inserem-se especificamente entre correntes que estudam o senso comum transformando-o em ciência.

As representações sociais não fazem parte de pensamentos nem conteúdos passíveis de generalizações pois os processos cognitivos e afetivos de apreensão do mundo desempenham diferentes funções cognitivas e sociais (Moscovici, 2009).

As representações sociais, além da cognição desempenham um papel preponderante na sociedade sobretudo porque definem a identidade e permitem a proteção das especificidades dos grupos. Também colocam os indivíduos no campo social, permitindo a elaboração de uma identidade social e pessoal compatível ao sistema de normas e valores sociais historicamente determinados (Abric, 2000).

A representação social pode de certo modo definir o que é ilícito, tolerável ou inaceitável em um dado contexto social, por isso que ela diz respeito ao que os membros de uma determinada colectividade pensam sobre eles mesmos (Idem)

### **3.1 CONCEITUALIZAÇÃO**

Este capítulo é dedicado à definição de conceitos que irão nos auxiliar na compreensão do fenómeno social estudado. O processo da seleção dos conceitos obedeceu o critério da afinidade que eles têm com o tema em estudo.

#### **3.1.1 Controle social**

Foi uma expressão que foi usada pela primeira vez por Edward Ross, e segundo o Dicionário de Sociologia (2002), consiste nos meios e processos pelos quais um grupo ou uma sociedade obtém conformidade dos seus membros às suas expectativas. Deste modo as pessoas são levadas a cumprir os seus papéis do modo esperado.

Ainda na mesma ordem de ideias Alvarez (2004), designa controlo social ao conjunto de recursos materiais e simbólicos de que uma sociedade dispõe para assegurar a conformidade dos seus membros a um conjunto de princípios prescritos e sancionados.

A abordagem sociológica do controlo social conflitua com uma outra que defende que o controle social é assegurado pelos órgãos de justiça, como o Estado (Idem).

A ideia de controlo social é também patente em abordagens de Foucault. Este defende que o controle social tem sido exercido sob forma de poder devido a tendência que os Estados modernos têm de “vigiar” os corpos através da “tecnologia do poder” (Foucault,1994).

As disciplinas são novas técnicas de controlo pormenorizado das operações do corpo que realizam sujeição constante de todas as suas forças e lhes impõe “docilidade” isto é, tornam o corpo algo moldado consoante as necessidades da “máquina política” a que faz parte. Sendo assim, as disciplinas implicam também um controle das actividades de indivíduos ou mesmo de grupos sociais (Idem).

Os mecanismos de controlo social são necessários para assegurar que os comportamentos individuais se mantenham dentro dos limites estabelecidos ou tolerados pela ordem social. É esse conjunto de mecanismos que mantem a sociedade coesa, por isso o controlo social torna-se ampliação da socialização (Idem).

O controlo social é fortalecido pelas sanções sociais e estas podem ser negativas assim como positivas mas, a sua função é garantir a conformidade necessária às normas de orientação para salvaguardar, entre os membros de uma colectividade, o denominador comum necessário à coesão e ao funcionamento da mesma colectividade (Rocher, 2005).

O uso deste conceito permite-nos mostrar que existem regras vigentes socialmente sobre os padrões do consumo de bebidas alcoólicas e estas regras visam sancionar os indivíduos se estes comportarem-se fora das expectativas sociais no acto de consumir bebidas alcoólicas.

### **3.1.2 Socialização**

Para que haja o controlo social é necessário que existam regras preestabelecidas de conduta de uma determinada colectividade por isso, é importante também o uso do conceito de socialização.

O conceito socialização ajuda-nos a edificar o argumento segundo o qual o acto de beber passa por uma canalização de regras do consumo de bebidas alcoólicas sob forma de socialização. Portanto, os indivíduos são socializados a consumir álcool de certa maneira de acordo com as regras do seu contexto, caso estes indivíduos consumam álcool foram dos padrões colocados pela socialização passam a sofrer sanções.

Segundo Giddens (2000), socialização é o processo através do qual os membros da sociedade em que vivem aprendem o modo de vida da sociedade em que vivem, e este é o principal canal de transmissão de cultura através do tempo e das gerações.

Os modelos culturais apresentam uma característica essencial de não estarem à nascença no organismo biológico do ser humano por isso não são transmitidos hereditariamente duma geração à outra (Rocher, 2005).

### **3.1.3 Consumo**

Não se pode dar uma definição única do consumo, pois há várias concepções nas ciências sociais. Pode ser considerado fim e objectivo único da produção, ainda pode ser usado para considerar a destruição ou esgotamento de utilidades, mas amplamente pode ser considerado como utilização de bens e serviços (Dicionário de ciências Sociais, 1986).

O consumo tem sido olhado sob vários pontos de análise, desde a análise economicista e sociocultural. Os economistas definem o consumo como sendo a utilização de bens ou serviços na satisfação de necessidades de consumo, implica desaparecimento, mais ou menos rápido por destruição ou por transformação de bens ou serviços utilizados (Dicionário de economia e C. sociais, 2001).

Para Oliveira (2011), o consumo é uma prática material e simbólica que se caracteriza como mecanismo de reprodução cultural da sociedade.

### **3.1.4 Identidade**

O conceito identidade vem assumindo um sentido contraditório. Mesmo fazendo parte da cultura, alguns autores olham a identidade como algo imutável, mas a cultura é vista como dinâmica e não estática (Dos Santos, 2011).

Segundo Castells (199) a identidade é a fonte de significado e experiência do povo. Este autor reconhece que dentro da cultura de um mesmo povo pode coexistir mais de uma identidade que se harmonizam e ao mesmo tempo se conflituam entre si.

A identidade é formada na interação entre o eu e a sociedade. Embora o sujeito tenha uma essência interior é moldado num diálogo contínuo com os mundos culturais exteriores e as identidades que esses mundos oferecem (Hall, 2005).

O sujeito que tem uma identidade unificada e estável, está a se tornar fragmentada porque passa a ser composta de várias identidades algumas vezes contraditórias. O sujeito pós-moderno não possui uma identidade fixa, essencial ou permanente, a identidade torna-se uma “celebração móvel”. O indivíduo assume identidades diferentes em momentos diferentes (Idem).

Os contextos culturais onde nascemos e crescemos influenciam o nosso comportamento, mas tal não significa que seja negada a individualidade, ou livre arbítrio aos seres humanos (Giddens, 2000).

No processo de construção de identidades, nota-se que existe um sentimento de pertencimento a um povo ou a uma cultura ou ainda uma outra forma de identidade. Portanto a assunção de uma identidade significa negação de outra ou implica o não pertencer a outra. Neste caso, a identidade e a diferença são indissociáveis (Dos Santos, 2011).

Para Velho (1988) existem identidades que são socialmente dadas e outras que são socialmente construídas. Na mesma ordem de ideias Castells (2005) afirma que as identidades não são inatas mas sim construídas, logo não existe nenhuma identidade natural.

Dos Santos (2011) propõe dois termos que é o da identidade fechada e identidade aberta. As identidades fechadas são as que não possibilitam muitas escolhas aos sujeitos pois, quando o indivíduo nasce eles já estão formados e organizados e por serem fechados indivíduos não tem escolhas. Estas são características das sociedades ditas tradicionais por que nas sociedades modernas existem identidades abertas devido ao fenómeno de globalização que deixa muitas opções para as escolhas dos indivíduos.

A identificação de um certo grupo passa pela diferenciação deste com um outro e deste modo vão se formando fronteiras das identidades, e isso faz do indivíduo um portador de múltiplas identidades.

Segundo Dos Santos (2011) a construção da identidade está em muitos casos imbricado de relações de poder, de tal modo que no processo de identificação-diferenciação, quem exerce o poder de representar exerce também o de definir a apropriação dos bens simbólicos e materiais, por isso, nas construções identitárias tem havido lutas de representações.

Na mesma abordagem, Roger citado por Dos Santos (2011), afirma que a construção das identidades sociais seria resultado de uma relação de força entre representações impostas por aqueles que tem poder de classificar e de nomear definição, submetida ou resistente, que cada “comunidade” produz de si mesma.

Nas sociedades “modernas” as identidades são mutáveis devido ao fenómeno de globalização e o dinamismo da sociedade, ao passo que nas sociedades ditas tradicionais havia um certo conservadorismo, o passado era espelho do presente e futuro (Giddens, 1991).

Os “dominados” como elementos passivos também tentam construir representações para deslegitimar não só as representações mas também as práticas dominatórias (Idem).

De uma forma geral a identidade esta relacionada com o entendimento que as pessoas têm acerca de quem são e do que é importante para elas. Por um lado existem identidades sociais que são as características que os outros atribuem a um individuo. Estas podem ser vistas como marcadores de um modo geral, quem essa pessoa é. Ao mesmo tempo posicionam-se essa pessoa em relação aos outros indivíduos com quem partilha os mesmos atributos (Giddens, 2000).

## **4 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO**

Partindo da ideia de que método é um conjunto de caminhos percorridos para a materialização de um determinado objectivo, neste capítulo, apresentaremos os métodos e as técnicas usados para a obtenção de dados que irão fazer face á nossa pergunta de partida.

Para Almeida e Pinto (1986), para cada pesquisa concreta caberia ao método seleccionar as técnicas adequadas, controlar a sua utilização, integrar os resultados parciais obtidos. A metodologia será, assim, a organização prática da prática de investigação.

### **4.1 Método**

O presente trabalho abraçou o método qualitativo, por ser um dos métodos que procura captar os significados, motivos, perceções, crenças, e representações que são expressadas com base na linguagem usada no contexto em que o fenómeno ocorre (Minayo-Sousa, e Sanches, 1993).

Faz parte da pesquisa qualitativa a obtenção de dados descritivas mediante contacto directo e interativo do pesquisador com a situação do objecto de estudo. O pesquisador, procura entender o fenómeno segundo a perspectiva dos participantes da situação estudada e a partir daí procede a sua interpretação dos fenómenos (Neves, 1996).

Segundo Godoy citado por Neves (1996) uma das características importantes desta natureza de pesquisa é o seu caracter descritivo e o respeito que dá aos significados que as pessoas dão as coisas e a sua vida.

Por um lado recorremos ao método etnográfico. Este, consiste no levantamento de todos os dados possíveis sobre a sociedade em geral, com finalidade de conhecer melhor o estilo de vida ou especificidades de determinados grupos (Lage, 2006).

Rocha (2006), defende que em primeiro lugar é importante dar continuidade ao estudo do consumo por meio da realização de etnografias de grupos consumidores para que se obtenha um quadro mais preciso dos múltiplos códigos que ordenam as políticas do consumo.

O objectivo da etnografia é combinar o ponto de vista do observador interno com o do externo de modo a descrever e interpretar a cultura dentro do seu nicho social porque fora dele corremos o risco de cair em etnocentrismo (Idem).

Para Malinowski (1976), o Antropólogo deve ser um caçador activo de modo a seguir a sua presa até aos esconderijos mais inacessíveis, por isso, deve apreender o espírito do nativo, ou seja, o ponto de vista do nativo procurando descobrir modos de pensar e sentir típicos da cultura estudada.

Levi-Strauss citado por Lage (2007) destaca que a etnografia consiste na observação e na análise de grupos humanos em suas particularidades a fim de reconstruir fielmente a vida de cada um deles, longe de generalizações.

O método etnográfico torna-se pertinente na nossa pesquisa uma vez que para Mauss (2003) o conhecimento dos factos sociais só é possível a partir de uma investigação concreta e minuciosa dos grupos sociais contextualizados no tempo e no espaço a fim de apreender as estruturas inconscientes do pensamento humano.

## **4.2 Técnicas de Recolha de Dados**

### **4.2.1 Observação**

Usamos as técnicas de observação por serem procedimentos empíricos de natureza sensorial que permite a colecta de dados, envolve percepção sensorial do observador (Martins, 2006).

A observação consiste em um exame minucioso que requer atenção na colecta de dados. Portanto, a observação deve ser precedida de um referencial teórico e resultados de outras pesquisas relacionadas ao estudo pois, observar não é apenas ver. O observador deve ter competência para obter dados e informações com imparcialidade, sem contamina-los com suas próprias opiniões (idem).

Para Leach (1982) a maior parte das informações devem ser obtidas a partir da observação directa de como as pessoas organizam, tanto no espaço, como no tempo, as suas tarefas diárias bem como a interação que elas têm com os outros.

A técnica de observação directa é muito pertinente porque o pesquisador não precisa se preocupar tanto com as limitações das pessoas em responder questões, mas neste procedimento há risco de interferência do observador no comportamento observado (Barbosa, 1998).

As observações têm valor porque, embora as situações possam ser diferentes, os padrões tendem a repetir-se e a teia de parentesco que mantém os indivíduos unidos perdura. Por isso torna-se importante visitar varias vezes o mesmo contexto observacional (Idem).

Esta técnica permitiu-nos observar os fenómenos que ocorrem no contexto da pesquisa uma vez que algumas informações tornam-se acessíveis através da observação e que são complementadas pelas entrevistas. Foi possível ver a interação entre mulheres que consomem álcool, foi possível também identificar os frequentadores da barraca, a sua organização, as bebidas vendidas e as formas de relacionamento que os frequentadores da barraca têm com os outros membros da “comunidade” bem como com os proprietários da barraca.

A relação entre os frequentadores da barraca é marcada por uma amizade e solidariedade porque há circunstâncias em que uma das consumidoras aparecia na barraca sem dinheiro para a compra de bebidas alcoólicas, mas ela é servida pelas companheiras ou contrai dividas se for o caso de ser uma consumidora que vem frequentando a barraca por muito tempo ou que aspira confiança da proprietária.

#### **4.2.2 Entrevistas**

As entrevistas são segundo Almeida e Pinto (1986), procedimentos de recolha de informações que utilizam a forma de comunicação verbal. Quanto maior for a liberdade e a iniciativa, duração da entrevista, quanto mais vezes se repetir, mais profunda e mais rica será a informação recolhida.

Recorremos as entrevistas semi-estruturadas que, consistem em obter informações, dados e opiniões por meio de conversas livres, com pouca atenção a prévio roteiro de questões. Durante a entrevista optamos em manter um clima de amistosidade por que possibilita respostas chaves e também cria espaço para a solicitação de opiniões sobre determinados factos, (Martins, 2006).

Para Manzine (2004), as entrevistas semi-estruturadas são aquelas que são direcionadas por um roteiro previamente elaborada composto geralmente por questões abertas, não estruturadas

aquelas que oferecem ampla liberdade na formulação de perguntas e na intervenção da fala do entrevistado.

A entrevista semi-estruturada tem sido guiada por um roteiro de questões, o qual permite a organização flexível e ampliação de questionário à medida que as informações vão sendo fornecidas pelo entrevistado, (Belei, et al 2006).

As entrevistas foram feitas mediante o uso de duas línguas que são: Portuguesa e Changana. O uso destas línguas foi condicionado pelo ambiente da conversa uma vez que algumas entrevistas podiam começar com língua portuguesa e terminar em Changana ou vice-versa.

As entrevistas foram feitas em grupo numa primeira fase e numa segunda fase as entrevistas foram feitas individualmente uma vez que as entrevistas grupais espalhavam as informações porque as informantes queriam falar em simultâneo e isso dificultou a apreensão da ideia central.

As entrevistas contribuíram de grosso modo para ampliar o que a técnica de observação apreendeu porque a observação por si só não é suficiente para a apreensão das emoções, e das motivações do agir de um grupo social. Por exemplo, permitiram-nos compreender a importância de beber naquele espaço, conhecer os modos positivos e negativos de beber bem como conhecer a frequência do consumo e a quantidade de álcool que as mulheres entrevistadas têm ingerido.

A técnica de entrevista permitiu-me entender a frequência do consumo de álcool de cada informante e, compreender a percepção que cada uma tem sobre os modos de beber positivos ou negativos.

Para apreensão da realidade social optamos em criar laços de amizade com os informantes uma vez que segundo Leach (1982) o objectivo do antropólogo deve ser que os seus informantes o tratem como se fosse um aluno e que estejam preparados para lhe ensinar como é o modo de vida, aceitando-o como amigo.

A barraca do interior do bairro, é mais frequentada por mulheres do que por homens e isso colocou me no lugar de estranho no grupo, primeiro por ser homem e segundo pelo facto de nunca ter frequentado aquela barraca. Estas características diferenciam esta barraca das outras localizadas nas ruas e nos mercados que tanto o número de homens e de mulheres é elevado.

Na realização do trabalho de campo deparei-me com algumas dificuldades, uma delas diz respeito as entrevistas colectivas porque á medida que um dos informantes falava era comum aparecer um outro a interromper o seu fio de pensamento expondo o seu ponto de vista e isso dificultou de certa forma o controlo de informação.

A superação dessa dificuldade foi condicionada pelo facto de ter recorrido a entrevistas individuais que eu ia solicitando com os informantes de modo a concluir o seu fio de pensamento que ia sendo interrompido.

Uma das dificuldades é o facto de as informantes usarem changana e português em simultâneo. Embora eu entenda ambas as línguas foi muito difícil apreender a mensagem principal do seu discurso porque as línguas se misturavam bruscamente, mas com o passar do tempo fui-me adaptando ao campo.

O consumo de bebidas alcoólicas é conotado socialmente sobretudo quando feito por mulheres. As mulheres do campo de estudo, encaravam o trabalho como se fosse um julgamento moralístico e em algum momento uma das informantes teria dito que não quer ver o nome dela na televisão, mesmo depois de ter sido informado sobre a finalidade da pesquisa.

Para tirar a ideia de que estaria a fazer um trabalho moralístico, quando fui questionado se consumia ou não álcool mostrei aos informantes que também sou consumidor de bebidas alcoólicas mas que não podia consumi-las no local porque tratava-se de um trabalho que exige muita atenção da minha parte, e qualquer distração com o álcool seria um motivo para reproduzir erros.

As dificuldades foram superadas pelo tempo de visita, como ia com frequência em quase todos os finais de semana acabei tornando-me familiar, e isso acabou abrindo espaço para a minha entrada mais aproximada no campo de pesquisa.

No que concerne as dificuldades de entrevistas colectivas, foram superadas pelas individuais que fui solicitando a cada informante, e daí cada uma falava o tempo que quisesse mediante o uso da língua a sua escolha entre changana e português

## **5 DESCRIÇÃO DO CONTEXTO DA PESQUISA**

O trabalho foi realizado na cidade de Maputo, concretamente no bairro das FPLM. Situada no interior do bairro, a barraca “Ka vizinha” como é chamada é caracterizada por estar num lugar em que existem muitos becos e ruelas que têm sido movimentadas no período diurno e pouco movimentados no período nocturno. Os muros residenciais encontram-se próximos uns dos outros, sendo o fim da parede do muro duma residência a continuidade do outro do vizinho.

Além da barraca do interior do bairro, a recolha de dados foi igualmente realizada em duas barracas localizadas no bairro das FPLM, concretamente na terminal de transporte de carga e a outra localiza-se na rua da soveste. Ambas as barracas vendem comida para os clientes e nos finais de semana ficam abertas até a madrugada. Os frequentadores destes locais geralmente ficam em ambientes marcados de som alto, fumo de cigarro e dança porque os locais ondem ficam localizadas as mesas, servem também de palco de dança.

Diferentemente das mulheres que bebem nas residências, as mulheres que bebem nas barracas, geralmente vestem-se de saias curtas e bebem diferentes tipos de bebidas dependendo da possibilidade da pessoa que paga embora estas têm as suas marcas favoritas.

Os que frequentam a barraca do bairro têm sido vizinhos e residentes do bairro e amigos de outros bairros que em algum momento teriam vivido no bairro e por terem mudado para o outro, aproveitam o espaço da barraca para conversar e tomar um copo como dizem. A barraca é uma construção de pedra, coberta de chapas de zinco, possui dois compartimentos em que um serve de espaço para o armazenamento de bebidas, congeladores entre muitos outros produtos a venda. Noutro compartimento, encontra-se uma mesa e cadeiras que os clientes usam para sentar, conversar, comer petisco e consumir bebidas.

Para além da venda de bebidas assa-se carne de porco, frango e cozinha-se dobrada de vaca para os clientes.

As bebidas alcoólicas vendidas são, Paradise (bebida engarrafada que possui o volume percentual 43), Dom Barril (uma espécie de um vinho tinto com 43% de volume, conservado em garrafas plásticas), Orla Marítima (vinho conservado em cartões com 11% de volume), Choice (uma bebida seca, 43% de volume com características de papas). Quanto a cerveja vende-se Lites, Heincken, 2M, Laurentina, Manica. No que concerne as bebidas alcoólicas de volume percentual alto vende-se: whisky em plásticos pequenos, Paradise, Boss (bebida emplasticada em recipientes de 250ml), Tentação que é localmente conhecida por beijo da mulata devido a uma imagem de uma boca que está estampada na garrafa, El-salvador e Choise. Estas últimas bebidas não têm um valor percentual abaixo de 43%.

A barraca, encontra-se erguida na parte frontal do muro duma residência familiar onde encontram-se duas casas de banhos sendo uma para família e outra para os clientes. Para além de usar o apenas o espaço da barraca, os clientes mais próximos à família ou mesmo os que estão a muito tempo a receber os serviços da barraca podem também entrar e sentar com a família proprietária da barraca dentro do seu quintal.

Os proprietários da barraca é que têm vendido os produtos, as filhas e a mãe principalmente, mas as filhas só vendem na ausência da mãe ou quando ela estiver a fazer outras tarefas domésticas.

No quintal da residência existem dois portões sendo um o que dá acesso à barraca que é usada pelos clientes e o outro é o principal que é usado pela família e seus visitantes. Na porta que dá acesso a barraca é bem visível uma mesa e cadeiras bem como um fogão que é usado para assar carnes.

Esta barraca possui uma característica peculiar que é o facto de ser mais frequentada por mulheres em maior número do que por homens, diferentemente da barraca localizada na terminal de transporte de carga das FPLM e na rua da soveste.

As bebidas mais requisitadas são cervejas 2M e Laurentina Preta, Lite e estas têm sido consumidas no local de aquisição, ao passo que as bebidas como Tentação, Boss, Choice, El-Salvador são compradas em maior número, por pessoas que estão de passagem pelo local não podendo consumi-las na barraca resultado da sua própria opção.

As bebidas são adquiridas e ingeridas em grupo. Entre mulheres, além de consumir na barraca da vizinha também levam as bebidas para casa duma das mulheres do grupo que fica mais perto da barraca ou duma outra que for a solicitar que o consumo seja na sua residência.

Consumir nas residências é uma forma de mostrar a família que o seu modo de ingerir álcool é positivo e difere-se da forma de beber das outras mulheres que frequentam as barracas porque estas são tidas como as que bebem de forma exagerada.

As mulheres que bebem nas residências têm feito uma espécie de xitique durante a semana para que no final de semana bebam em conjunto. Durante a semana cada uma paga a sua conta individualmente. Esta realidade é diferente com a que deparamo-nos nas barracas porque cada uma paga a sua conta nos primeiros momentos e depois aparecem homens que lhes fazem convite para a sua mesa e estes passam a pagar a conta.

De todas as mulheres com quem conversamos a maioria assume ser capaz de beber todos os dias e apenas duas consideraram-se incapazes de beber diariamente.

A barraca do bairro abre 07 horas e não tem uma hora exacta para fechar porque tudo depende da clientela segundo a proprietária, sobretudo quando for final de semana porque é tido como período de muito movimento.

## **6 Etapas da realização do trabalho**

O trabalho foi realizado em quatro (4) etapas em que uma complementava a outra: a primeira etapa consistiu na colecta de material e leitura de fontes de informação na Biblioteca Central Brazão Mazula, na Biblioteca do departamento de Arqueologia e Antropologia (DAA) ambas da UEM e nas bibliotecas virtuais por onde pude extrair artigos que se debruçam sobre a Antropologia do consumo, em especial de o consumo de bebidas alcoólicas.

O segundo momento consistiu na realização da pesquisa exploratória para a elaboração da problemática uma vez que para Quivy e Campenhoudt (2006), estas entrevistas contribuem para descobrir os aspectos a ter em conta e alargam ou retificam o campo de investigação e das leituras, e ainda dão pistas sobre o fenómeno estudado em que o investigador não teria pensado por si mesmo e, assim completar as pistas sugeridas pela leitura.

As entrevistas exploratórias foram realizadas na cidade de Maputo especificamente no bairro de Maxaquene, este local foi pertinente para encontrar testemunhas privilegiadas, uma vez que as testemunhas podem pertencer ao público sobre o qual incide o estudo ou ser-lhes exterior, mas ser relacionado a esse público (Quivy e Campenhoudt, 2006).

Optei em escolher este local por ser de fácil acesso para mim e que condicionava-me ir inúmeras vezes e em inúmeras ocasiões.

Através da conciliação de técnicas de observação, entrevistas semi-estruturadas e conversas informais, foi possível recolher dados acerca de mulheres consumidoras de álcool de modo a captar as lógicas e as diversas visões identitárias que representam com base nos padrões de consumo de bebidas alcoólicas vigentes no meu contexto de pesquisa.

As mulheres do meu campo de pesquisa, normalmente bebem em grupos e conversam sobre vários assuntos. Para engrenar-me na conversa, optei em comentar sobre alguns tópicos que elas levantavam e através dessa técnica pude conseguir desaguar no assunto que me interessava porque as relações iam-se tornando cada vez mais amistosas.

A partir de conversas que eram tidas em conjunto pude solicitar entrevistas particulares com cada informante de modo a aprofundar mais sobre o assunto, e as informantes escolhiam o local para a sua realização. Algumas optaram em mercados onde vendem, as outras na banca situada na paragem de autocarro e outras nas suas residências

Através do emprego de várias técnicas, pude compreender, como é que estas mulheres através do consumo de álcool se diferencia das outras porque ao falarem de si mesma sempre buscavam o exemplo das outras de modo a criar fronteiras diferenciais entre elas.

## **7 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS**

A análise de dados permite-nos construir uma lógica entre os discursos e as observações do campo da pesquisa, porque por si só os dados não oferecem uma linguagem objectiva, embora sejam de grande importância para a realização de qualquer trabalho.

Os dados serão agrupados em dois grupos, onde apresentamos os dados das mulheres que consomem bebidas alcoólicas no interior do bairro, concretamente nas suas residências e na barraca da vizinha que é também considerada como se fosse casa. Por um lado apresentaremos os dados sobre as mulheres que pernoitam em barracas a consumir bebidas alcoólicas.

É neste capítulo onde iremos apresentar os dados obtidos com base no uso de várias técnicas tais como: observação, entrevistas e conversas informais. O objectivo é analisar as informações de

campo mediante o uso da teoria das representações sociais como opção teórica escolhida por permitir ler a realidade contextual ligada a inscrição social em que ela se insere evitando desta forma generalizações porque privilegia dar voz ao próprio actor social.

Através destas técnicas foi possível não só captar as identidades que as mulheres representam sobre o consumo de álcool mas também as identidades que elas assumem, e o objectivo que leva as mulheres a consumirem bebidas alcoólicas.

Através da técnica de observação foi possível observar as interações sociais entre os indivíduos no contexto de consumo de bebidas alcoólicas. Foi possível também notar as fronteiras que marcam um grupo de mulheres do outro sobretudo no que diz respeito aos padrões de conduta no consumo de bebidas alcoólicas.

É de referir que o trabalho de campo obedeceu princípios éticos uma vez que Christians (2003) defende que para a realização do trabalho científico é necessário que haja consentimento informado, os sujeitos não devem ser coagidos a participar na pesquisa.

Os nomes que usamos para identificar os informantes são fictícios porque os códigos de ética insistem nas salvaguardas para proteger as identidades das pessoas, e só podem ser expostos publicamente sob proteção do anonimato (Idem).

O consumo de álcool por estas mulheres constitui uma diversão, por que nas entrevistas que mantive com elas, ao falar do seu modo de consumir álcool invocam termos como divertir, curtir, relaxar com as amigas.

Das conversas que mantive com os informantes algumas delas mostram que o consumo de álcool inicia na família e explicam o momento em que começaram a ingerir álcool por exemplo, uma informante dizia o seguinte:

*Meu marido dava-me cerveja sempre mas eu não bebia. E dava-me sempre eu negava. Um dia saí para passear e ele comprou Castel a lata, provei e fui bebendo. Comecei assim e sempre saia com o meu marido e os amigos dele e esposas dele, nós bebíamos normalmente não havia como exagerar (...) era normal ver mulheres a beberem mal a dançar de qualquer maneira como se fossem homens. Essas são mulheres que bebem mal porque andam aí a passar noites nas barracas e discotecas. Eu não vou as barracas porque não quero ser confundida com essas xidakuas (alcoólatra) que andam a vadiar por aí. Eu bebo para divertir com minhas amigas. Sempre gostei de beber e posso beber todos os dias mas mantenho me responsável (Juliana 32 anos, residente no bairro de Maxaquene).*

A conversa acima vem mostrar que o beber exageradamente está ligado ao local em que a mulher bebe. E através de representar o consumo exagerado Juliana assume uma identidade de ser uma

pessoa que bebe normalmente porque saia com o marido e amigos e o beber mal atribui-se a mulher que vai as barracas e dança de qualquer maneira.

Uma história semelhante é patente na conversa que segue:

*Eu bebo para me divertir porque quando fico sem beber sinto-me muito calma. Bebo quando eu quiser e posso parar quando quiser mas acho que quando bebo fico mais animada, eu bebo para me divertir e as pessoas nunca me criticam mesmo a minha família porque eu sei controlar a minha maneira de beber. Bebo normalmente e bebo aqui em casa ou na vizinha, ou nas festas. A minha maneira de beber, posso dizer que é normal porque não vou as barracas passar noites e não bebo quando estou sozinha, bebo com minhas amigas em casa ou na Barraca da vizinha (...) as mulheres que bebem mal nem precisa perguntar estão aí nas barracas nas ruas de saia curtas a beber. (Nilza, 30 anos, bairro das FPLM).*

Na representação do beber mal, Camila mostra que o beber individualmente constitui comportamento de quem bebe mal. Uma outra componente que ela adiciona é a forma como as mulheres que bebem mal se vestem. Por exemplo, ela mostra que as mulheres que bebem mal usam saias curtas e, vão às barracas e ruas e ela assume-se como uma consumidora normal de bebidas alcoólicas porque consome em casa ou na barraca da vizinha que também considera como se fosse sua casa como as outras consumidoras. Deste modo diferencia-se das mulheres consumidoras excessivas de bebidas alcoólicas.

Uma outra forma de consumo de bebidas alcoólicas considerada como positiva é patente no discurso que se segue:

*As vezes passo uma semana a beber todos os dias mas nunca me arrependi porque bebo controladamente. Bebo todos os dias, as vezes sem programar porque há momento em que aparecem amigas dispostas a pagar umas e eu não deixo por nada essa oferta. Não ando a fazer “tinzava” nas barracas como se fosse uma mulher qualquer. Eu sou de família (...) não sou xidakuas (alcoólatra), sou uma pessoa de respeito. As mulheres que bebem nas barracas, nem são casadas, não trabalham, só vivem a “txilar” e passar noites em barracas para conseguir um homem qualquer para lhes pagar bebida. (Florência, 40 anos, bairro das FPM).*

Uma outra conversa que tive com uma outra informante embora não seja nos mesmos termos, iguala-se um pouco as conversas acima destacadas:

*Bebo todos os dias, mas nunca fui influenciada a beber, comecei a beber porque quis e eu ainda era uma criança emocionada de 20anos. Saia com minhas amigas para festas e eu ficava “matreca” elas a conseguir namorados a beijar e eu envergonhada depois achei que devia beber para tirar vergonha, foi bom, comecei a namorar também, sem medo (...) depois de um tempo, comecei a beber nos sábados também nos domingos e saímos para beber nas barracas, e eu já era da rua até que se não fosse meu marido eu estaria a beber mal (...) actualmente bebo*

*quase sempre na minha casa ou aqui no bairro com mulheres responsáveis. Minhas amigas continuam a beber mal porque saem e vão beber nas barracas até amanhecer. (Angélica 35 anos bairro das FPLM).*

O exemplo acima, mostra que o início de consumo de álcool objectivava integrar a consumidora dentro de um grupo que ela ambiciona a sua forma de ser. E como estratégia recorreu ao álcool como facilitador de interação social com os outros. Neste caso, segundo ela, acabou por beber mal porque ia as barracas, e era da rua mas quando deixou de ir as ruas passou a beber normalmente, e as suas amigas ainda vão as barracas e bebem mal. Isso, deixa entender que a identidade de pessoa que bebe mal não é fixa porque a partir do momento em que a pessoa deixa de ir as barracas integra o grupo de pessoas que bebem normalmente mesmo bebendo com frequência.

Na representação de uma pessoa que consome bebidas alcoólicas excessivamente ou exageradamente, a nossa informante referiu o seguinte:

*Mulheres que bebem nas barracas e discotecas, bebem mal porque os Homens pagam-lhes bebida e um homem não vai pagar bebida sem lhe dar nada por isso beber na barraca é ser um oferecida e eu prefiro beber aqui em casa da vizinha ou na minha casa do que nas barracas. Aqui na minha casa e na barraca da vizinha não há diferença e eu considero esta barraca de casa, podemos beber o quanto quisermos. Todos nós quando não temos dinheiro fazemos dívidas e aparece uma amiga para te pagas umas. (Vânia 46 anos Bairro das FPLM).*

A citação supracitada mostra claro que o consumo de álcool não se limita apenas em olhar o álcool em si mas também o comportamento de beber, o como beber, aonde beber e ainda, com quem beber., Ao caracterizar o consumo excessivo a informante acima nem se quer faz referencia ao álcool.

*As mulheres que bebem mal são aquelas que tem coragem de sentar e beber sozinhas numa barraca, isso mostra que bebem porque a bebida lhes entrou mesmo (...). Eu posso dizer que não bebo muito porque ainda não comprei bebida e tomar sozinha, eu bebo quando estou com minhas amigas ou sozinha em sítios de respeito e não nas barracas como se fosse alcoólatra (Dália, 42 anos bairro das FPLM).*

Esta ideia, deixa claro que o comportamento de beber para esta informante torna-se normal quando feita em conjunto e beber individualmente sobretudo nas barracas constitui uma característica de quem bebe mal.

*De todas as minhas amigas quem bebe mal é Joaquina, aquela vai as barracas e só volta de manhã bem partida, mas aquela não aguenta com bebida, só por tomar um copo já está mal (...) até é preferível beber aqui em casa como nós, assim ela está a ser xidàkua.(alcoólatra) (Tânia, 48 anos bairro das FPLM).*

Para esta informante a quantidade de álcool pouco importa no calcular do beber mal, isso está justificado na citação, porque atribui o beber mal a uma pessoa que só por um copo já está mal como diz. E o comportamento de beber bem, seria beber no mesmo local em que ela e as amigas bebem.

Durante a realização do trabalho não tivemos casos em que uma mulher carregava uma identidade fixa de alcoólatra e reconhecida socialmente porque mesmo a que era considerada consumidora excessiva passou-se a dizer o seguinte sobre ela:

*(...) Joaquina está a se fazer de xidàkua (alcoólatra), mas nem sei porquê ela não deixa de andar com aquelas mulheres que bebem mal acho que se ele quiser voltar a ser nossa amiga e a beber connosco nós aceitamos porque ela começou a tomar connosco e depois se tornou xipotswi (alcoólatra) e ela não merece levar essa vida (Tânia, 48 anos bairro das FPLM).*

A partir dos discursos das informantes é possível perceber que o consumo excessivo de álcool embora seja dominado pela literatura determinista, dentro de um grupo de mulheres consideradas consumidoras excessivas por esta literatura, algumas atribuem-se a identidade de mulheres que consomem álcool de forma normal e acusam as outras de consumidoras excessivas mas, a base de cálculo do que constitui um consumo excessivo não obedece critérios deterministas que baseiam-se na quantificação exacta do álcool que o individuo ingere e na frequência do consumo de cada individuo por dia ou mesmo por semana.

Uma das informantes por exemplo, assumia ser uma pessoa que bebe normalmente, sem excesso, mesmo bebendo diariamente e considera a sua amiga como pessoa que bebe excessivamente por que frequenta as barracas. Este discurso distancia-se da visão universalizante na análise do fenómeno da ingestão de álcool.

Os dados acima abriram espaço para descobrirmos o que estaria a acontecer nas barracas para que as mulheres que lá bebem carreguem a identidade de pessoas que bebem de forma exagerada, daí recorremos às barracas e recolhemos alguns dados que explicam um pouco sobre o contexto. É provável que as mulheres consideradas de consumidoras excessivas por frequentar as barracas podem assumir esta identidade porque a barraca é descrita no trabalho de Lima (2012) como sendo um lugar fechado, com horários de funcionamento e música a som alto, onde os consumidores vêm-se sujeitos ao roubo, assalto, confusão, discussão e luta.

Uma das informantes com quem conversamos foi uma trabalhadora da barraca localizada na terminar de carga do bairro das FPLM, ela afirmou o seguinte:

*Você não vê aqui a encher de muitas mulheres. Estas aqui bebem de verdade como se fossem homens, bebem muito e passam noites aqui por causa de homens, e é normal estarem aqui até amanhecer (...) aqui as mulheres aparecem muito por causa destes camionistas porque eles fazem sexo com elas e pagam-lhes dinheiro por isso elas gostam das barracas, homem quando*

*bebe só começa a dar dinheiro as mulheres (...), estas mulheres lutam por causa de homens porque se um homem pega uma dois dias se no terceiro dia a troca por uma outra isso acaba em briga (Nina, 30 anos, bairro das FPLM).*

Neste discurso a barraca é descrita como um lugar de trocas materiais onde os homens pagam bebidas e dão dinheiro às mulheres em troca do sexo, talvez seja essa a razão que faz com que as mulheres consumam álcool e pernoitam em barracas sejam conotadas como alcoólatras.

Uma das mulheres com quem conversamos na barraca da soveste disse o seguinte:

*Eu conheço moças que vem aqui na barraca não porque elas bebem toda a noite, elas gostam daqui porque há vezes que vem aqui sem nenhum dinheiro mas sempre há um homem para te pagar bebida e depois combinam sair juntos para a esquina namorar e ele paga dinheiro e elas saem a ganhar (...) eu só venho beber e não faço isso mas quando um homem me paga bebida ou dá dinheiro eu levo. As pessoas olham para nós com xidákuas, tudo bem que podemos ser mas pelo menos sabemos controlar a nossa vida e as vezes ganhar um dinheiro para comprar nossas coisas sem andar a incomodar ninguém (Iuca, 28 anos Maxaquene).*

No discurso duma outra informante recolhemos a seguinte informação:

*Todas as mulheres que bebem aqui são garrações nem adiante pensar em pagar pouca bebida, isso não é nada para elas, elas bebem mesmo. Também bebo, mas muito e deixo tudo controlado ninguém me aproveita de borla, ou paga ou nada (...) mesmo bebendo de que jeito as meninas sabem que devem cobrar sua parte e os homens sabem que não é só pagar bebida é que sai com uma moça deve pagar dinheiro também porque bebida qualquer um pode pagar (Natália, 33 anos, bairro da Maxaquene).*

Este discurso mostra que além do consumo de bebidas alcoólicas, as mulheres que pernoitam em barracas participam em diversos eventos sociais como a prática de relações sexuais por bens materiais com os frequentadores da barraca e provavelmente é essa a razão que leva a serem atribuídas a identidades de mulheres que bebem de forma excessiva.

A atribuição de identidade de que uma pessoa bebe de forma excessiva não recai sobre aquela pessoa que apresenta-se embriagada num determinado momento, mas sim á aqueles que mesmo lúcidos já possuem uma conotação social de pessoas que pernoitam em barracas a ingerirem bebidas alcoólicas.

O determinismo é uma corrente que limita-se aos aspectos materiais e esquece a dimensão simbólica de consumo sendo assim, não se enquadra nas ideias de autores como Douglass e Isherwood (2010), que assumem que a teoria do consumo deve ser construída distante do determinismo pois as necessidades são inventadas e sustentadas na cultura.

Reflectindo nas abordagens presentes neste estudo, constatamos que o diatermismo não é a opção teórica eficaz para a discussão deste assunto, porque tal como afirma Neves (2003) o acto de beber é uma prática social que está inserida em um conjunto de valores, representações e organizações sociais e estas nunca são universais, cada sociedade, grupo ou cultura elabora normas, bebidas e lugares próprio para o seu consumo.

Portanto, o estudo insere-se na linha de autores como Mauss (1974), Oliveira, Douglass (1979) entre outros que reconhecem que o consumo além de ser uma prática material é também simbólica por isso só se pode explicar de acordo com os moldes de cada cultura específica.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho procurou através do método de abordagem qualitativo e do método etnográfico, compreender as representações identitárias construídas no consumo de bebidas alcoólicas, entre um grupo de mulheres na cidade de Maputo. Com base nos dados de campo e na teoria das representações sociais, pude concluir que a construção e a representação de identidades no contexto estudado, passa pela avaliação do espaço da ingestão de bebidas alcoólicas, sendo que as mulheres que pernoitam e consomem bebidas alcoólicas em barracas, ruas e discotecas são acusadas de consumidoras excessivas ou pessoas que bebem mal na linguagem dos informantes.

O consumo excessivo de álcool no meu contexto de estudo depende do local do consumo, contrariamente a abordagem determinista que calcula o consumo de álcool através do volume de álcool no sangue, frequência do consumo e no uso de instrumentos que só tomam a concepção do consumo de álcool como realidade universal.

Sendo assim, o trabalho mostra que existe um jogo de identidades e essas identidades são atribuídas em função do espaço: Quanto mais a mulher pernoita e bebe nas barracas, discotecas e ruas, mais é acusada de consumidora excessiva e é identificada como xidàkua (alcoólatra).

Apesar das mulheres que julgam as outras de consumidoras excessivas de álcool serem também consumidoras de álcool, assumem-se como mulheres que bebem de forma normal devido ao local onde elas ingerem o álcool que tem sido na casa da vizinha ou na sua própria casa o que é sinónimo de ser mulher de família e de respeito.

O trabalho conclui igualmente que as mulheres que pernoitam em barracas carregam identidades de pessoas que bebem de forma excessiva devido ao facto da barraca ser um lugar em que as mulheres além da ingestão de álcool participam em eventos como a prática de relações sexuais ocasionais em trocas de bens materiais e essas são práticas conotadas socialmente como imorais. Neste caso a barraca passa a ser um campo de outras práticas que vão além do consumo de álcool, sendo assim, o trabalho oferece espaço para a exploração da sexualidade em locais do consumo de álcool.

Importa realçar que as identidades que são construídas no meu contexto de pesquisa não são fixas, mas sim transitórias porque em algum momento podem mudar, se estas mulheres deixarem de pernoitar em barracas, discotecas e ruas. Por exemplo uma das informantes assumiu ter sido uma consumidora excessiva de álcool mas quando deixou de frequentar as barracas passou a ser consumidora normal de álcool mas não fez menção a quantidade de álcool que ingeria.

Este estudo tem a mesma dimensão com a teoria defendida por Neves (2003) segundo a qual o acto de beber é uma prática social que está inserida em um conjunto de valores, representações e organizações sociais e estas nunca são universais, cada sociedade, grupo ou cultura elabora normas, bebidas e lugares propícios para a sua realização.

O estudo insere-se igualmente na linha de Douglass e Iserwood (2010) quando defendem que a teoria do consumo deve ser construída distante do determinismo pois as necessidades básicas são inventadas e sustentadas na cultura.

No caso do consumo de bebidas alcoólicas a cultura é que dita os padrões que são socialmente aceites e os recusados, daí que torna-se pertinente o emprego do controlo social que é segundo Alvarez (2004) o conjunto de recursos materiais e simbólicos de que uma sociedade dispõe para assegurar a conformidade dos seus membros a um conjunto de princípios prescritos e sancionados.

Portanto, beber em conjunto com amigas em residências e locais do consumo de álcool mais próximos das residências das consumidoras, constitui uma estratégia de controlo dos padrões de beber entre um grupo de mulheres com que trabalhei para a realização do trabalho.

O estudo entra em oposição com a corrente determinista que tem-se destacado na explicação do consumo de bebidas alcoólicas porque, o consumo de acordo com Mauss, Sahlins, Douglass, Iserwood e Polain é um fenómeno social sendo assim, varia de contexto para contexto por isso o uso de quantidades fixas e universais para calcular o consumo excessivo torna-se ineficaz para esta natureza de estudo.

Este estudo vem mostrar que existem mecanismos sociais que determinam o que é um consumo excessivo e normal de bebidas alcoólicas, estes mecanismos são assegurados pelo controlo social e nunca são universais.

O presente abre espaço para futuras pesquisas sobretudo na compreensão do lugar da mulher na sociedade porque os mecanismos de cálculo do consumo excessivo no meu contexto de pesquisa obedecem critérios ligados ao espaço uma vez que o pernoitar em barracas, ruas e discotecas significa consumir álcool de forma excessiva. Seria por exemplo pertinente compreender de que forma é que espaço de consumo contribui para a atribuição de identidades.

## 9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abric, J. C. (2000). *A abordagem estrutural das representações sociais*. Goiânia: AB
- Alves, C. S. (2008). *Corpo feminino: corpo submisso. A mulher na narrativa de Sir Gawain*. Porto Alegre: cadernos II
- Almeida, J. F., e J. M. P. (1986). *Teoria e investigação empírica nas ciências sociais*. Porto: Edições Afrontamento. Pp. 365-421
- Arruda, Â. (2002). *Teoria das representações sociais e teorias de género*. Rio de Janeiro: UFRJ
- Alvarez, M. C. (2004). *Controle social: Notas em torno de uma noção polêmica*. São Paulo: Sp em perspectiva
- Assis, L. P. S. (2007). *Da cachaça a libertação: mudanças nos hábitos de beber do povo Dâw no alto rio negro*. São Gabriele da Cachoeira: Revista Antropos vol 1.
- Belei, et al. (2006). *O uso da entrevista, observação e videogravação em pesquisa qualitativa*. São Paulo: Pilotas
- Barbosa, E. F. (1998). *Instrumentos de colecta de dados em projectos educacionais*. São Paulo: USP.Pp. 274-275
- Bourdieu, P. (2006). *A distinção: Crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp
- Campus, E.A. Reis, J.G (2010). *Representações sobre o uso de álcool em mulheres em tratamento em um centro de referência da cidade de São Paulo, Brasil*. Interface-Comunicação, Saúde, Educ
- Coimbra, CEA, Santos, Rv and S. Org. (2003). *O uso de bebidas alcoólicas nas sociedades indígenas: algumas reflexões sobre os Kaingang da bacia do rio Tibagi, Paraná*. Editora Fiocruz
- Castells, M. (1999). *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra
- Carradi-Webster, C. M. (2009). *O consumo problemático de bebidas alcoólicas por mulheres: discursos e histórias*. São Paulo
- Christians. C. G. (2003). *A ética e a política na pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Antrad.
- Chiziane, H. A (2007). *Motivação dos Jovens para o Consumo de bebidas alcoólicas: Uma análise a partir do Bairro Central, na Cidade de Maputo*. Maputo: UEM

- Castilho, Carlos Onório e C. M. S. (2008). *Significado do consumo de álcool em famílias de uma comunidade pobre venezuelana*. Lisboa: Porto Editora
- Costa, Juvenal S Dias de et al (2004). *O consumo abusivo de álcool e factores associados: estudo de base populacional*. Ver. Saúde pública. (online). Vol. 38, nº2
- Cezar, Beatriz A. L (2005). *Alcoolismo feminino: um estudo de suas peculiaridades*. Rio de Janeiro: Fiocruz
- Durkheim E. (1998). *As regras do método sociológicos*. São Paulo: Martin Claret
- Douglas M. (1979). *Les estruturas du culinaire. Communications*. Pp. 130-142
- Douglas Mary e Isherwood B. (2004). *O mundo dos bens: para uma antropologia do consume*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Dicionário de Sociologia. Lisboa: Porto Editora, 2002
- Dos Santos, L. (2011). *As identidades culturais: proposições conceituais e teóricas*. Rascunhos culturais-Revista da UFMS
- Foucault, M. (1994). *História da Sexualidade: A vontade de saber*. Lisboa: Relógio d'Água
- Ferreira, Amanda A. (2010). *O consumo como símbolo*. Rio de Janeiro: UFRJ
- Guiddens, A. (1991). *As consequências da Modernidade*. São Paulo: UNESP. Pp. 15-156
- Guiddens, A. (2000). *Sociologia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- Guareschi, P.; Jovchelovitch, S. (Org). 1995 *Texto em representações sociais*. Petrópolis: Vozes
- Hall, S. (2005). *A identidade cultural na Pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP\*A
- Junod, H.(1974). *Usos e Costumes dos Bantos: A Vida duma Tribo da África*. Lourenço Marques: Arquivo Histórico de Moçambique
- Junior, Pedro J. (2001). *Etnomarketing: antropologia, cultura e consumo*. São Paulo: USP.
- Leach, E. (1982). *A diversidade da Antropologia*. Lisboa: Edições 70.Pp.117-141
- Levi-Strauss, C. (2006). *A origem dos modos à mesa (mitologias v3)*. São Paulo. Casac Naify. Pp. 52
- Laranjeira R, Pinsky I. (2001). *O alcoolismo*. 7ed. São Paulo: Contexto

- Lima, A. R. V. C (2012). *Identidades Construídas no âmbito do Consumo de Bebidas Alcoólicas nos Postos de abastecimento de combustível: O caso do posto Total localizado no bairro da Coop, Cidade de Maputo*. Maputo: UEM
- Malinowski, B. *Objecto, método e Alcance desta Pesquisa in: Os Argonautas do pacífico Ocidental. Malinowski, coleção os pensadores*. São Paulo: Abril cultural, 1976.
- Malinowski, B. (1978). *Argonautas do pacífico: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné melanésia*. 2. ed. São Paulo: Abril cultural.
- Mauss, M. (1974). *Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas*. São Paulo: EPU
- Melonia José N., Laranjeira, R. (2007). *O custo social e de saúde do consumo de álcool*. Rio de Janeiro: unidade de pesquisa de álcool e drogas
- Mauss, M. (2003). *Antropologia e Sociologia*. São Paulo, Cosac \* Naify;
- Manzine, E. J (1991). *A entrevista na pesquisa social*. Didática, São Paulo. Pp. 149-158
- Moscovici, S. (2009). *Representações sociais: investigação em psicologia*. Petrópolis: Vozes
- Miller, D. (2007). *Consumo como cultura*. Porto Alegre: Horizontes Antropológicos
- Minayo-Sousa, Maria e S. Odécio. (1993). “Quantitativo-Qualitativo: Oposição ou Complementaridade” in *Caderno de Saúde Pública*. 3: 239-262
- Nóbrega e De O. (2005). *Mulheres usuárias de álcool: Análise qualitativa*. São Paulo: Unesp.
- Neves, Delma P. (2003). *O consumo de bebidas alcoólicas. Prescrições sociais*. BIB, São Paulo.
- Neves, L. J (1996). *Pesquisa qualitativa-características, usos e possibilidades*. São Paulo: Fea: pp. 1-5
- Oliveira, Garciele Cadahaiane de et al. (2012). *Consumo abusivo de álcool em mulheres*. Ver. Gaucha enferm.(online).vol, 33.nº2
- Oliveira, Joziane de (2010) *O olhar antropológico de Marketing: contribuições da Antropologia do Consumo ao entendimento do sistema de produção de bens e de comportamento do consumidor*. Rio de Janeiro. Editora: Estácio de Sá.
- Oliveira, Josiane Silva de. (2011). *Representações das relações entre cultura, etnia: as representações culturais das mulheres negras no mercado consumidor brasileiro*. Rio de Janeiro: UNIMEP.

- OMS-Moçambique (2011). Comunicado de imprensa nº 17/2011: *governo e parceiros discutem o consumo nocivo de álcool*. Maputo: MISAU
- Poulain, J-P e Da C. (2003), *o espaço social alimentar: um instrumento para o estudo dos modelos alimentares*. São Paulo: Unicamp. Pp. 245-259
- Quivy, R. e Campemhoudt (2006). *Manuel de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva
- Rocha, Carla Pire Vieira Da. (2011). *A comida como eixo estruturador da identidade e meio de comunicação*. Rio de Janeiro: Zahar
- Rocha, E. (2000). *Totem e consumo: um estudo antropológico de anúncios publicitários*. São Paulo: Editora Brasiliense
- Sahlins, M. (2003). *Cultura e Razão e Prática*. Rio de Janeiro: Zahar Editor
- Rocha, E. (2006). *Dimensões culturais do Marketing: teoria antropológica, etnografia e comportamento do consumidor*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Rocher, G. (2005). *Sociologia geral: A acção social*. Lisboa: Presença
- Reis e B. (2011). *Representações sociais: teoria, procedimentos metodológicos e educação ambiental*. Mato Grosso: UFMG
- Ribeiro, R. (2008). *O consumo: uma perspectiva sociológica*. Lisboa: UTL. Pp.1-17
- Ribeiro, P. A. (S/d). *Antropologia: Aspectos culturais do povo Changana e problemático missionário*. Maputo: Paulins. Pp.95-106
- Sousa, Sinara de Lima et al (2010). *Representação do consumo de bebidas alcoólicas para adolescentes atendidas em uma unidade de saúde da família*. *Ciênc. Saúde colectiva* (online).
- Spink, M J. P. (org). 1995. *O conhecimento no cotidiano as representações sociais na perspectiva da psicologia social*. São Paulo: Brasiliense.