

## SAIDEIRA ATRÁS DA OUTRA: AS RAÍZES DA CULTURA CERVEJEIRA ENQUANTO GERADORA DE SIGNIFICAÇÕES COM O OUTRO E COM O LUGAR

*Outlet behind the other: the roots of the brewing culture as a generator of meanings with the other and with the place*

Marcelo Correa Porto<sup>1</sup> 

### RESUMO

Este trabalho buscou significações em um espaço geográfico pouco estudado, os botecos, que permeiam o ato de beber cerveja, em especial, as experiências dos frequentadores do “Bar do Renato” em Ribeirão Preto-SP. Por meio de coletas bibliográficas, procurou-se adentrar algumas camadas que o ato de beber cerveja pode proporcionar, como o sentimento de afeto geográfico. Buscou-se, também, entender como a cerveja pode reforçar e criar rituais de sociabilidade entre seus adeptos, instaurando, até mesmo, um sentimento de lugar. Para auxiliar na elaboração da pesquisa, optou-se pela utilização de entrevistas não diretas, pois o contexto dos bares e botecos nos leva a designar diálogos informais com os participantes, o que possibilita ao pesquisador e ao leitor adentrar na cultura estudada de forma mais real. Assim, procurou-se demonstrar como esse apego ao lugar geográfico, em comunhão com o ato de beber cerveja, acaba por criar um vínculo de “família”, permeado por sentimentos de acolhimento, pertencimento e intimidade, ofertando momentos de prazeres, muitas vezes, inconcebível em outros locais.

**Palavras Chave:** Fenomenologia; Boteco; Cerveja.

### ABSTRACT

In a geographical space that has been little studied, the pubs, this work sought meanings that permeate the act of drinking beer, in particular, the experiences of the regulars of “Bar do Renato” in Ribeirão Preto-SP. Through bibliographical collections, we tried to penetrate some layers that the act of drinking beer can provide, such as the feeling of geographic affection. We also sought to understand how beer can reinforce and create sociability rituals among its followers, even establishing a sense of place. To help with the research, we chose to use non-directive interviews, as the context of bars and pubs leads us to designate informal dialogues with the participants, which allows the researcher and the reader to enter the culture studied in a more real way. Thus, we tried to demonstrate how this attachment to the geographical place, in communion with the act of drinking beer, ends up creating a “family” bond, permeated by feelings of welcome, belonging and intimacy, offering moments of pleasure, oftentimes, inconceivable elsewhere.

**Keywords:** Phenomenology; Bar; Beer.

---

<sup>1</sup> Universidade Estadual de Londrina; [marcelo.correaporto@uel.br](mailto:marcelo.correaporto@uel.br)

## RESUMEN

En un espacio geográfico poco estudiado, los pubs, este trabajo buscó significados que permean el acto de beber cerveza, en particular, las vivencias de los habituales del “Bar do Renato” en Ribeirão Preto-SP. A través de recopilaciones bibliográficas, intentamos penetrar en algunas capas que puede brindar el acto de beber cerveza, como el sentimiento de afecto geográfico. También buscamos comprender cómo la cerveza puede reforzar y crear rituales de sociabilidad entre sus seguidores, incluso estableciendo un sentido de lugar. Para ayudar en la investigación, optamos por utilizar entrevistas no directivas, ya que el contexto de bares y pubs nos lleva a designar diálogos informales con los participantes, lo que permite al investigador y al lector adentrarse en la cultura estudiada de una forma más real. Así, tratamos de demostrar cómo este apego al lugar geográfico, en comunión con el acto de beber cerveza, termina creando un vínculo “familiar”, permeado por sentimientos de acogida, pertenencia e intimidad, brindando momentos de placer, muchas veces, inconcebibles. en otra parte.

**Palabras clave:** Fenomenología; Bar; Cerveza.

## INTRODUÇÃO

Sol, amigos, fim de semana e churrasco. Tais palavras evocam, em muitas pessoas, um símbolo que as unem: a cerveja. Sobrepujando as problemáticas contemporâneas do alcoolismo, o ato de beber cerveja vai além dos estereótipos criados pela embriaguez, pois quem consome e aprecia a bebida cria, mesmo que irracionalmente, práxis durante o consumo, dando espaço a uma vertente simbólica e sentimental sobre a bebida.

A presente pesquisa transita sobre a problemática do simbolismo derivado do ato de beber cerveja e busca investigar como a cultura cervejeira potencializa laços de identidade com o outro e com os espaços, ressaltando o conceito de lugar em sua perspectiva humanista. Procuramos, no decorrer do artigo, adentrar algumas camadas que o ato de beber cerveja pode proporcionar, como o sentimento de afeto geográfico. Buscou-se, também, entender como a cerveja pode reforçar e criar rituais de sociabilidade entre seus adeptos, instaurando, até mesmo, um sentimento de lugar.

O objetivo do trabalho, neste sentido, consiste em compreender as significações que permeiam o ato de beber cerveja, em especial, as experiências dos frequentadores do “Bar do Renato”, localizado no Bairro Jardim Paulista de Ribeirão Preto-SP. Resgatamos e elucidamos experiências vividas neste espaço, incluindo experiências vividas pelo próprio autor, para compreender como a cultura cervejeira pode reforçar o sentido de lugar, enquanto essência geográfica, em sua perspectiva humanista.

Trafegando pelas linhas das experiências geográficas e valorizando as vivências dos sujeitos da pesquisa, a metodologia utilizada foi de cunho qualitativa, de natureza exploratória e participativa, na qual buscamos nos familiarizar com o objeto de estudo, realizando trabalhos *in*

*loco*, na tentativa de transmitir as experiências em dados representativos, auxiliando o leitor a adentrar em uma imersão mais interativa possível com o objeto de estudo.

Para auxiliar na elaboração da pesquisa, optamos pela utilização de entrevistas não diretivas, pois o contexto dos bares e botecos nos leva a designar diálogos informais com os participantes, o que possibilita ao pesquisador e ao leitor adentrar na cultura estudada de forma mais real. Para reforçar a ideia de vivência do local, foram realizadas fotografias do espaço investigado, pois acreditamos que a essência da compreensão deste trabalho deve reforçar o visual do local vivido, revelando experiências múltiplas.

Na presente pesquisa buscamos entender as forças que criam raízes culturais e sociais nos botecos em torno da cerveja, rompendo com os prejulgamentos criados pela sociedade que acaba marginalizando a cultura cervejeira dos botecos. Assim, demonstramos como esse apego ao lugar geográfico, em comunhão com o ato de beber cerveja, acaba por criar um vínculo de “família”, permeado por sentimentos de acolhimento, pertencimento e intimidade, ofertando momentos de prazeres, muitas vezes, inconcebível em outros locais.

O trabalho está dividido em dois segmentos. O primeiro, intitulado “A cerveja como um meio simbólico e de significações” apresenta a história da cerveja e como ela esteve ao lado da humanidade desde os seus primórdios. Além disso, desenvolvemos a ideia de que a cerveja vai além de um estimulante psicoativo, mas como o ato de bebê-la reforça laços sentimentais que apenas essa bebida pode proporcionar ao ser humano.

O segundo, “As significações que permeiam o ato de beber cerveja: relato das entrevistas” apresenta os resultados obtidos após o trabalho de campo no Bar do Renato, que consideramos a parte mais importante do trabalho, pois coletar informações em um boteco acaba se tornando atípico quando comparado à outros trabalhos de campo comuns.

**Figura 1.** Entrada do Bar do Renato.



Fonte: Porto (2021)

## **A cerveja como um meio simbólico e de significações**

Em um pouco mais de 500 anos de História do Brasil, somos conhecidos mundialmente como o país do futebol e do carnaval, duas palavras que diretamente ou indiretamente estão relacionadas à cerveja, a bebida alcoólica mais consumida do nosso país. Não raro, estamos em contato com a cerveja, seja por gosto pessoal, por influência de familiares, conhecidos ou de amigos adeptos. Presente nos encontros de família, festas, reuniões entre amigos ou mesmo na solitude, a cerveja sobrepuja o seu caráter inebriante, e desvela-se enquanto cultura. “O mais valioso da cultura cervejeira, são os laços de família e amizade que são construídos ao seu redor”<sup>3</sup> (Caiedo, 2021, n.p., tradução nossa).

No filme *Druk* (2020), vencedor do Oscar de melhor filme estrangeiro, temos uma mensagem sobre a influência da bebida no cotidiano das pessoas. O personagem principal, Martin, passando por uma crise interna, sendo professor em um país de primeiro mundo - Dinamarca, não consegue relacionar-se bem com a família, dar boas aulas ou simplesmente sentir algum tipo de felicidade em seu cotidiano. Seus amigos, na tentativa de ajudar, lhe apresentam a teoria de um médico norueguês chamado Finn Skarderud, que teria afirmado que o homem nasce com um déficit de 0,05% de álcool no sangue, ao suprir esse déficit, mantendo-o constante, benefícios como autoconfiança, melhoria na performance social e profissional surgiriam.

Juntos, o grupo de amigos começa a colocar em prática a teoria. Passam a anotar o comportamento e desempenho de cada um, medindo o teor de álcool no sangue a todo momento. Ao desenrolar do “experimento” a vida pessoal de cada integrante começa a melhorar drasticamente, se encontram mais motivados e felizes e com um desempenho profissional de excelência. Todavia, na tentativa de aumentar os benefícios que vinham obtendo, o grupo de amigos perde o controle, passando a beber em demasia e as reações negativas relacionadas ao alcoolismo passam a aparecer. O filme *Druk* corrobora, em partes, com a ideia que trazemos neste trabalho, no qual a bebida não se restringe a um entorpecente, paradoxalmente se desvela como um modo de socialização, permeada por histórias de vida que são partilhadas e brindadas a cada copo.

Ao deambular pelos botecos de uma cidade, é comum, em um primeiro momento, sermos acometidos por uma sensação de pena ou repúdio em relação às pessoas bebendo. Porém, este é um olhar superficial no contexto desta pesquisa. Não sabemos as motivações que levam àquela pessoa a estar ali. Tais momentos podem refletir um impulso para um vínculo cultural naquele local

caracterizado como boteco, evocando a noção de lugar, em um contexto geográfico e humanista, para os frequentadores do local.

Assim como o pão, a cerveja, desde seu aparecimento em torno de 8.000 A.C, na Mesopotâmia, está envolta com o pensamento místico e com a experiência (Oliveira *et al*, 2018). Na cultura egípcia, como apresenta Oliveira (2018), o alimento era visto como fonte de saúde, sendo associado à fertilidade, à morte e à ressurreição, demonstrando sua importância e potência em rituais religiosos e comemorações em geral. No Brasil, a cerveja veio aproximadamente no século XVII com os holandeses, já que os portugueses não tinham o costume de consumir a bebida. Porém, essa “descoberta” durou pouco, após a saída dos holandeses em 1654, enfraqueceu o consumo da bebida no país, pois até 1808 quem desejava consumi-la só conseguia por meio do contrabando. Portanto, a partir de 1808 com a abertura dos Portos a cerveja começou a entrar com grande força no país, principalmente pelos ingleses que dominaram o mercado cervejeiro da época. Essa prevalência durou até meados de 1869, em que a produção brasileira começou a concorrer com a inglesa e ganhar, pelo fato de o preço ser bem mais acessível para a população na época (Santos, 2005 p. 11-13).

Desde então as cervejas nacionais começaram a dominar o mercado e cada vez mais os brasileiros aumentaram o seu consumo da bebida. Hoje o Brasil é o terceiro maior produtor de cerveja do mundo, produzindo cerca de 14 bilhões de litros por ano, ficando atrás somente dos EUA (22 bilhões) e China (46 bilhões) (LOPES, 2018, p. 1). Dessa forma, quando vamos analisar as cervejas mais bebidas em cada país, encontramos diferenças na qualidade da composição quando comparadas ao Brasil, onde 99,3% das cervejas comercializadas são *mainstreams*, ou seja, contém adicionais além da fórmula original da cerveja (água, malte e lúpulo) (Lopes, 2018, p. 2)

Mas o que esse dado quer dizer? Do ponto de vista químico, os ingredientes básicos e originais de uma cerveja são o malte, a água e o lúpulo, e sua fabricação resumidamente, vem da fermentação do malte na água, criando um mosto açucarado e alcoólico e o lúpulo é utilizado para adicionar a amargura, sabor e aroma da cerveja (Pinheiro, 2018). Segundo Pinheiro (2018), cada forma de produzi-la a torna uma cerveja diferente, o tipo de malte, temperatura de armazenamento e fermentação, lúpulo, adicionais como fruta, café, tudo isso influencia neste processo.

No Brasil e em vários outros países, as cervejas *mainstreams*, como são fabricadas em massa, priorizando a quantidade em vez da qualidade, leva vários adicionais que perdem a qualidade, como corantes, conservantes e vários outros tipos de ingredientes industrializados que não levaria uma cerveja comum. Porém, além disso, as *mainstreams* brasileiras tem uma qualidade inferior as outras, pelo fato de substituir grande parte do malte (componente fundamental na fabricação de cerveja)

por outros cereais como milho e arroz, que muda totalmente o gosto e a qualidade da bebida, deixando-a mais “aguada” e com um aspecto de aparentemente “mais fraca”, apesar de conter o mesmo teor alcoólico que as cervejas comuns (Neves, 2011, p. 2).

Mesmo o mercado de cervejas *premium* e artesanais crescendo no país, esse “padrão” de cerveja de “má qualidade” ou “cervejas de massa” ainda representa 94% do mercado nacional e mostra que o consumo das bebidas “especiais” está concentrado no Sul e Sudeste, representando diretamente como a distribuição de renda também reflete no tipo de bebida que certa região do país consome (Neves, 2011, p. 2).

Existem duas formas de se produzir cerveja. A primeira são as cervejas tipo Lager, de baixa fermentação (fermentação entre 5° a 10°), com um teor alcoólico entre 4% a 5%. São o tipo de cerveja mais consumida no mundo, representando 99% das vendas de cerveja no Brasil e o seu subtipo principal a Pilsner a mais famosa e consumida do mundo. Por ser bem leve, com baixo teor alcoólico e clara consegue agradar o paladar de diversos tipos de pessoas. O outro tipo de cerveja, a Ale, se difere das Lagers pelo tipo de fermentação, que é alta (entre 12° e 15°), tornando-a mais encorpada, possui um sabor mais perceptível e denso na boca, mas com o teor alcoólico semelhante às Lagers (Rosa, 2014, p. 5-6).

Dessa forma, começa a ficar claro que, com o clima tropical brasileiro, as cervejas de massa, tipo *Pilsners*, se tornam uma preferência totalmente compreensível pela população. Quando unimos o clima, a cerveja leve e acessível no Brasil, se torna difícil outros tipos de cervejas mais elaboradas e com o preço mais alto (conhecidas como artesanais ou *premiums*) entrarem nessa competição no mercado brasileiro. Podemos fazer uma relação com a situação atual brasileira. Em um país que tem uma grande taxa de pobreza, em que se trabalha demais e ganha-se de menos, é de malgrado julgamentos com parcela da população que vai no boteco da esquina beber sua cerveja baratinha (cerveja de massa) para tentar, de alguma forma, se esquivar dos fardos de seu trabalho e das mazelas de sua vida.

A cerveja é uma forma especial de cultura material, isto é, apresenta uma importância simbólica para diferentes povos desde a Antiguidade. Todavia, a mesma também traz traços de uma cultura imaterial, sendo a representação de hábitos, práticas e costumes de parte dos brasileiros. Segundo o antropólogo Michael Diatler, o álcool, de um modo geral, incluindo a cerveja, “é um artefato social, econômico, político e religioso fundamentalmente importante há milênios” (Diatler, 2006, p.1, tradução nossa).

A cerveja, neste sentido, não se reduz a uma mera substância química com efeitos fisiológicos ou alucinógenos. Ela forma um meio simbólico altamente carregado de significações,

Saideira atrás da outra: as raízes da cultura cervejeira enquanto geradora de significações com o outro e com o lugar

*Marcelo Correa Porto*

permeando a construção de relações sociais e econômicas. Semelhantemente a outros alimentos, o álcool é uma forma do que pode ser chamado de cultura material corporificada (Diatler, 2006). Isto é, segundo o autor, um tipo especial de cultura material criada especificamente para ser consumida através de um processo de ingestão no corpo humano. Beber, segundo Diatler (2006), é visto como uma força significativa na construção do mundo social, serve para construir um senso de identidade comunitária entre aqueles que bebem juntos. Neste sentido, a problemática de pesquisa transita pelo simbolismo derivado do ato de beber cerveja e busca demonstrar como a cultura cervejeira potencializa laços de identidade com o outro e com os espaços, ressaltando o conceito de lugar em sua perspectiva humanista.

O caminho que nos levou ao encontro da presente pesquisa parte de uma trajetória pessoal. Na minha família a proximidade com a cerveja vem do meu pai e assume, de certa forma, parte da cultura que o ato de degustar tal bebida oferece. Meu pai sempre foi uma pessoa que amou beber nos finais de semana, seja nos churrascos de casa ou nos botecos de esquina. Quando criança, em casa, nos anos 2000, presenciava a alegria que brotava, como mágica, a cada copo que se esvaziava. Ao fundo, sempre tocando algum mpb dos anos 80, cheiro de carne na churrasqueira e a ansiedade sempre saciada pelo pão de alho - que sempre era o mais disputado.

Sempre existiu alguma força inexplicável que atraía meu pai e seus amigos para beber no boteco favorito dele, um local que não fugia do cotidiano do brasileiro, cadeiras de plástico desgastadas, copo americano, cerveja “litirão” no isopor, várias pessoas que de longe aparentemente parecem todas iguais, porém ao contato cada uma traz em si o cansaço da semana, uma história pra contar. Alguns jogando dominó, outros na mesa de sinuca, que era totalmente irregular, porém, era onde os maiores campeonatos de sinuca ocorriam, como me dizia meu pai.

Na mesa em que ele se sentava, sempre havia a companhia dos amigos, Dinei, Janjão, Veião, Alemão, Cabeça e tantos outros apelidos, comuns em qualquer boteco. Ainda me recordo do nome do bar, nada extraordinário, uma vez que quase todos os botecos brasileiros têm como nome “bar do...”, como, “bar do japa”, “bar do tunico”, “bar do ney” e tantos outros. Esse, em particular, se chamava Bar do Xará, obviamente o dono não se chamava “Xará”, mas André. Meu tio, também frequentador desse bar, tem o mesmo nome do dono, e daí vem o nome com o qual nos habituamos a chamar o boteco, bar do “xará” do André - é cômico, porém, com um contexto totalmente explicável.

**Figura 2:** Interior do Bar do Renato



**Fonte:** Porto (2021)

O Bar do Xará se localiza no Bairro Jardim Paulista de Ribeirão Preto-SP, conhecido por ser um dos bairros mais tradicionais da cidade, pois além de ser bem antigo, ele comporta faculdade, supermercado, inúmeras lojas e restaurantes bem famosos da cidade, farmácia, bancos e etc, dessa forma, é um daqueles famosos bairros que você sente que não precisa sair dele para sobreviver, justamente por comportar tudo o que um cidadão precisa em uma única região.

O contexto dos moradores do bairro se torna bem interessante nessa descrição, pois eles carregam um laço de tradição com o bairro, gerações e gerações de famílias passam anos morando lá pelo fato de apego ao local. Um desses exemplos é meu pai, que morou pelo bairro a infância toda com seus amigos, mas com o passar do tempo cada um mudou de bairro/cidade, porém eles sempre fazem questão de se encontrar todo fim de semana nos botecos do antigo bairro, pois não conseguem se desprender desse sentimento de lugar que o bairro ainda traz para eles.

Quando penso nesse bar, a primeira e mais marcante lembrança que me vem, remota o dia 16 de dezembro de 2012, final do Mundial de Clubes, onde o Corinthians jogou contra o Chelsea. Meu pai, entusiasmado com a partida, queria me levar para assistir ao jogo em um lugar especial, obviamente era o Bar do Xará. Lembro, claramente, de abrir a porta do carro e me deparar com a “paisagem criada” no local, numa data tão “importante” para os botequeiros. A rua, quase fechada de tantas cadeiras e mesas, exibiam tons que mesclavam vermelho (Brahma), azul (Antártica) e amarelo (Skol). Cobrindo toda a calçada e grande parte da rua, eles se “moviam

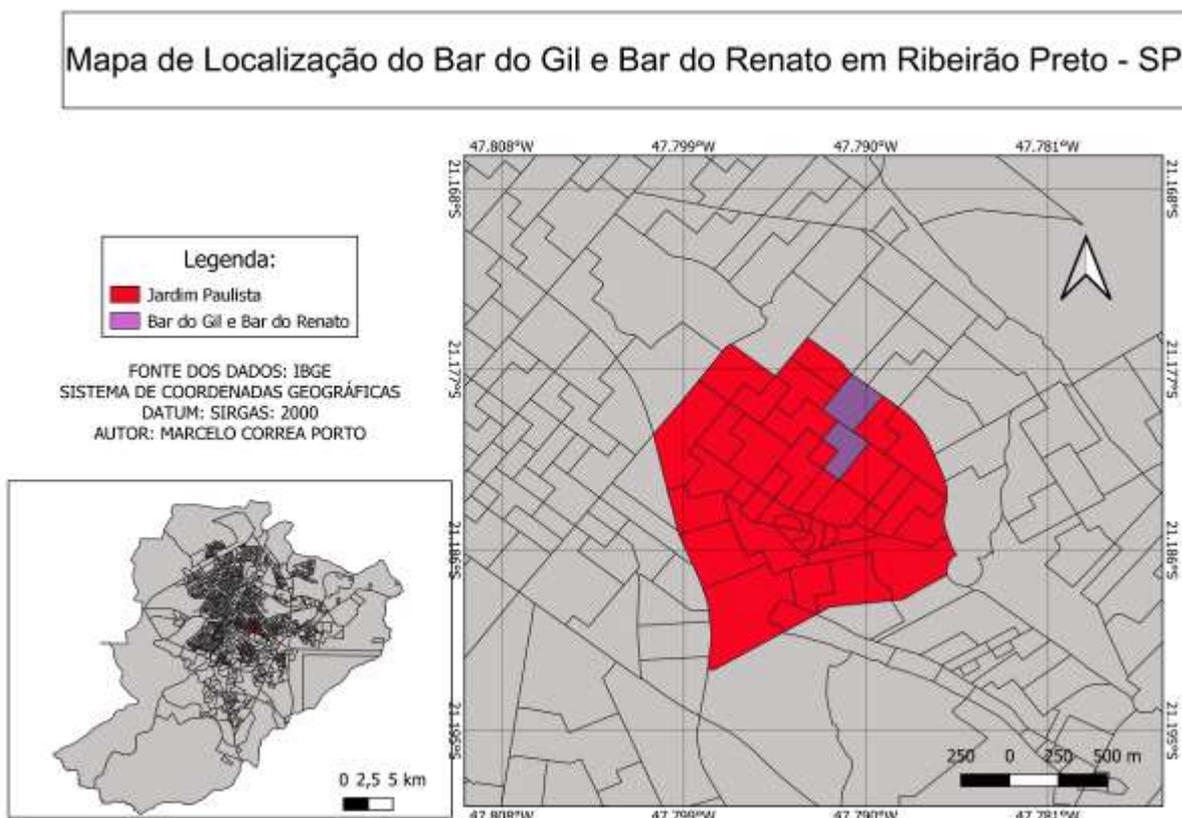
conforme o Sol”, pois as sombras que protegiam os torcedores do calor da tarde estavam sempre em constante movimento, era preciso acompanhá-la.

Embalado por muitas conversas e cheiro de carne na brasa, vindo da churrasqueira velha do Xará, que só acendia em dias lotados, uma banda de samba, totalmente desconhecida e provavelmente improvisada, se apresentava. Ao fundo, na escuta atenta de todos, a clara voz do narrador Galvão Bueno. Ao redor, a paisagem era marcada por sorrisos, ansiedade e conversas, embaladas por goles de cerveja no típico “copo americano”, característica marcante ali no local.

O que me marcou nesse dia foi como era impressionante aquela união, tanta gritaria, brigas e às vezes até umas cadeiras voando, porém, todos ali comungavam de uma amizade e aproveitavam um momento especial em um bar velho e “caído”. Visivelmente, ali exalava um sentimento de lugar, segurança e conforto, sendo a cerveja a protagonista naquela cena. Esse sentimento de lugar, que ali se mostrava e se sentia, se reforça quando me lembro do meu pai, em diversas tentativas, de me levar em bares mais “apresentáveis”, tendo a convicção que aquilo não era lugar de criança passar o dia. Incrivelmente, esses bares sempre estavam vazios e “sem vida”, sem aquela sensação de lugar. O pessoal do bairro gostava mesmo era do Bar do Xará!

Chegou um dia em que o bar estava fazendo muito “sucesso”, sempre lotado e cheio de alegria. Era um bom momento para se pensar em negócios, foi então que o André (ou Xará) decidiu vender o bar para um tal de “Gil”, se tornando o... “Bar do Gil”. O novo dono quis melhorar o bar, substituiu as mesas e cadeiras de plástico para madeira, colocou mais opções de cerveja, reformou, começou a vender porções de petiscos, ou seja, o bar ficou claramente mais “aconchegante”. Porém, desde a reforma, o bar nunca mais foi o mesmo, ficou mais calmo, com menos pessoas e os clientes antigos pararam de frequentá-lo. Lembro-me de perguntar para o meu pai do porquê disso, o bar estava tão melhor e mais gostoso. Mas, ele me disse que eles gostavam mesmo era da “sujeira”, da gritaria, do calor do antigo bar e que o bar do Gil tinha ficado muito “gourmetizado”. Dessa forma, eles acabaram “migrando” para o bar do lado, o Bar do Renato, que era relativamente a mesma coisa do bar antigo antes da reforma, mesas de plástico, cervejas de baixa qualidade, apenas amendoim japonês para comer, sujo e totalmente lotado e cheio de vida. Qual a explicação? Talvez um sentimento topofílico.

**Figura 3:** Mapa de Localização do Bar do Gil (antigo bar do Xará) e o Bar do Renato



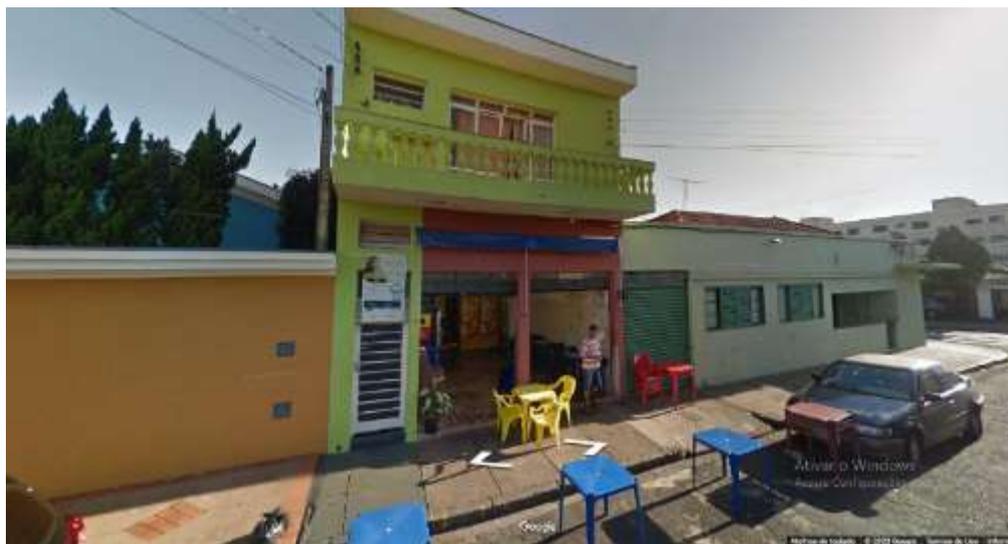
Fonte: Porto (2022)

**Figura 4:** Exterior do Bar do Gil em 2023 (Antigo Bardo do Xará)



Fonte: (Google Street View, 2023)

**Figura 5:** Exterior do Bar do Xará em 2015 (Antes de ser vendido)



**Fonte:** Google Street View (2015)

Entretanto, meu pai, por influência de outros amigos, começou a conhecer as cervejas artesanais/*premium*, começou a entender a composição química das cervejas e como as que ele bebia antigamente continham ingredientes que comprometiam o sabor da cerveja e fugia da “forma correta de fabricá-la”. Ele acabou criando tanto gosto por esse “novo mundo” das cervejas que acabou desenvolvendo um senso de repúdio com as cervejas populares das indústrias brasileiras. Porém, as raízes ainda estavam nele, pois mesmo com essa mudança de paladar ele ainda fazia questão de beber nos botecos velhos com seus amigos, mesmo bebendo algo diferente dos outros na mesa, ele tinha um sentimento de necessidade de estar naquele ambiente.

Isso mostra, de certa forma, como a cerveja vai além de uma bebida alcoólica, ela cria raízes de experiências, forma personalidades e influencia as pessoas. Como, por exemplo, o meu pai. O bar criou um sentimento de lugar para as pessoas que o frequentavam, vendendo as cervejas do local influenciando o paladar delas e criando uma cultura no local, pois quase todos ali zombavam a “mudança” do meu pai por beber aquelas cervejas “amargas e caras”.

Quando defino o “bar do Xará” como um lugar e não um espaço, trago o pensamento de como a cerveja potencializa essa definição. Primeiramente, deve-se lembrar que a ideia de espaço e lugar não podem ser definidas uma sem a outra, ou seja, pensando no espaço como algo que permite movimento, o lugar seria a pausa, a estabilidade, a segurança (Tuan, 2013).

Portanto, essa seria a resposta que eu daria para mim mesmo quando criança, nos momentos que eu me perguntava: “por que dentre todos os bares da cidade, meu pai e seus amigos amavam esse boteco antigo e caído?”. Simplesmente por esse sentimento de lugar criado por eles, pois para as pessoas que não conhecem o bar seria um espaço, mas para as pessoas como meu pai

Saideira atrás da outra: as raízes da cultura cervejeira enquanto geradora de significações com o outro e com o lugar

Marcelo Correa Porto

e seus amigos, que criaram um “ritual” de todo fim de semana a partir das 9h da manhã sentarem, ainda que cansados diante das responsabilidades da semana e a cada copo de cerveja gelada, se sentirem mais soltos e felizes, criaram um lugar para eles.

Sendo assim, quando Tuan define que os lugares são espaços vividos, onde as experiências são compartilhadas e sentidas unicamente por cada pessoa, o “Bar do Xará” define perfeitamente essa ideia, onde com a combinação da cerveja que potencializa e reforça os laços, afetos, sentimentos nostálgicos de infância, a vontade de ouvir música, a união nas transmissões de futebol entre torcedores de times rivais e até uma abertura do apetite para sempre acontecer churrascos no bar, temos a caracterização de lugar experienciado pelos frequentadores do boteco (Tuan, 2013).

**Figura 6:** Interior do Bar do Renato



Fonte: Porto (2021)

### **As significações que permeiam o ato de beber cerveja: relato das entrevistas**

Buscando compreender mais a fundo as significações dadas ao ato de se reunir e beber cerveja, um trabalho de campo, *in loco*, foi realizado no Bar do Renato, com os antigos frequentadores do Bar do Xará. Para melhor absorver as percepções e vivências, optou-se por realizar entrevistas do tipo não diretiva, ou seja, aquelas em que não há um roteiro com perguntas prontas e fixas, buscando, assim, estabelecer um diálogo informal com os entrevistados. Buscamos, a partir das conversas realizadas, compreender a importância do ato de se reunir naquele espaço para beber e as derivações advindas disso. A escolha dos participantes se deu de modo livre,

Saideira atrás da outra: as raízes da cultura cervejeira enquanto geradora de significações com o outro e com o lugar

*Marcelo Correa Porto*

levando em consideração a presença no bar na data de realização da entrevista, bem como sua familiaridade com o estabelecimento.

No dia das entrevistas, no Bar do Renato, localizado na rua Piracicaba, 760, no bairro Jardim Paulista, Ribeirão Preto (SP), antes de chegar ao local, acompanhado com meu pai, senti várias incertezas perante à minha coleta de dados, primeiro, pelo fato de que a mudança de bar poderia causar impressões diferentes devido ao fechamento do Bar do Xará, outro fato se referiu a minha interação com o pessoal que frequentava o local e o mais importante, se daria certo entrevistar pessoas que poderiam estar sob efeito do álcool.

No dia da entrevista, em 07 de novembro de 2021, acontecia na cidade de Ribeirão Preto a final da Copa Paulista, entre Botafogo (time da cidade) contra o São Bernardo. Ao chegar no bar ouvia-se diversos murmúrios sobre o jogo, sob um sol de 35° às 10h da manhã, os barulhos das conversas se perdiam entre a televisão de 32 polegadas que transmitia o jogo pelo famoso “gato” e uma pequena música de rock brasileiro dos anos 80 ao fundo. Meu pai, um frequentador constante do bar, conhecia 90% do pessoal que estava lá, então, naturalmente, todos vieram nos cumprimentar o chamando de “Cocada”, apelido atribuído a ele durante a infância no bairro. Ele me apresentou para todos e como sempre aqueles famosos bordões surgiram: “nossa como ele cresceu”; “como ele está grande”.

Sentando-me à mesa, as primeiras impressões que sinto é a dinâmica familiar que o bar traz aos frequentadores. Independentemente de quem você seja, lá você vai ser bem tratado e mesmo que não conheça ninguém, voltará para casa com a sensação de um novo “amigo”. Passados alguns instantes desde minha chegada no bar, um senhor aproximou-se da nossa mesa e perguntou se ele conhecia meu pai de algum lugar. Eles começaram a discutir sobre os anos passados no bairro e chegaram a conclusão que poderiam não terem convivido juntos, porém pela dinâmica do bairro, eles provavelmente já deveriam ter se cruzado várias vezes durante a vida. Notamos que o senhor, chamado Moisés, expressou alegria ao observar meu pai levando o próprio filho para o bar. Aproveitando sua receptividade, encontrei a oportunidade para falar sobre a pesquisa e perguntei se eu poderia entrevistá-lo e conhecer um pouco mais da sua relação com o bar. Ele responde com um grande “sim”, puxou a cadeira e começamos a conversar.

Durante a conversa com Moisés, percebi diversos pontos interessantes. Primeiro, que mesmo o bar sendo um local humilde, pessoas de diversas classes sociais frequentam o local devido ao apego sentimental e Moisés não foi um caso diferente, morou anos no Canadá e hoje vive num bairro bom de Ribeirão Preto, porém fiquei instigado do por que ele ainda frequentar o bar se ele poderia escolher bares mais perto da casa dele ou até com uma estrutura melhor. As respostas dele

disseram muito sobre essas reflexões: “Eu não escolhi esse bar, o bar me escolheu”, “então para mim aqui seria como o quintal da minha casa, uma extensão dela”.

Seguindo o dia no bar, a próxima pessoa a contribuir com a entrevista foi meu pai. Mesmo já “sabendo” muito sobre os sentimentos dele em relação aquele local, uma nova conversa sempre consegue agregar algo, ainda mais diante daquele contexto com os efeitos da socialização que a cerveja traz. Durante a conversa, uma das coisas novas que consegui coletar dele foi a seguinte fala: “por causa da relação próxima entre os clientes e o dono bar e também entre os clientes e os garçons, então a cultura do boteco tem muito disso, conhecer as pessoas, inclusive os garçons, por isso esse processo de “goumertização” cada semana era um garçom novo e você acaba perdendo a identidade com o bar”. Isso, quando mais jovem, nunca tinha vindo a minha cabeça, mas depois dessa fala consegui observar o bar com esse enfoque, observando os garçons e como a interação deles com os clientes é muito familiar.

Outro ponto interessante, foi quando ele fez uma analogia do bar com um clube: “faço uma analogia como se o bar fosse um clube, porque o clube é uma organização de pessoas, onde o fator principal de um clube é o contato e o conhecimento entre as pessoas, independentemente do tipo de clube, cria esse tipo de identidade”. Percebemos como é importante para eles se reunirem no mesmo local sempre, esse sentimento de identidade acaba se tornando algo comum e importante na vida das pessoas e meu pai sempre demonstrou isso para mim desde criança.

Movido por sentimentos nostálgico, meu pai acaba convidando meu tio João, (mais conhecido como Janjão), para participar da conversa. Rapidamente ele chega ao bar, cumprimenta todos do local e senta na mesa entusiasmado para participar da entrevista. Dentre todas as pessoas que conheci nos bares durante minha vida, meu tio Janjão pode ser considerado o mais “butequento”, como se diria no local. Sempre comentei com meu pai, impressionado, como a capacidade dele de passar tanto tempo no bar e trabalhar ao mesmo tempo. A resposta do meu pai sempre era a mesma: “eu também não sei filho”.

Durante a entrevista, seguindo um roteiro prévio, mas sem perguntas fechadas, Janjão destacou um ponto muito importante: “boteco é bom demais, é a continuação da vida. Quando você está bravo na sua casa, principalmente quando briga com a mulher, você vem pra beber e reflete; `poxa, como eu fui mal educado’. O bar é uma terapia. Aqui você encontra de tudo, eu costumo falar que o boteco é uma “Barsa atualizada”. A Barsa era uma enciclopédia famosa e muito cara, que todo ano saía uma atualização nova, que existiu antes da Internet explodir. Aqui, todo mundo que tem um par de mãos, têm uma história para contar”.

Envoltos em um contexto de socialização, a entrevista durou em torno de 3 horas, porém senti que estava lá há dias. Percebi que escrever sobre a identidade e as vivências das pessoas nos bares, trouxe para mim essa sensação de casa. Logo que me despedi do pessoal do bar, todos vieram, carinhosamente, me abraçar e dizer para eu voltar sempre, que todos estavam ansiosos com os resultados da pesquisa e me deram todo o apoio do mundo. Esse sentimento de “família” é difícil encontrar em qualquer lugar, porém no Bar do Renato o que não falta é demonstração deste sentimento.

**Figura 7:** Amigos frequentadores do Bar do Renato



Fonte: Porto (2021)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise permitiu concluir que mediante a todos os sentidos que são criados e desenvolvidos no local, com as entrevistas e visitas no bar, percebemos como a cerveja é uma reforçadora do lugar geográfico, pelo sentido que ela traz de socialização para quem ali está, além do poder químico que ela produz em cada indivíduo que ali pertence.

Sendo assim, esse trabalho pretendeu entender as raízes da cultura cervejeira enquanto geradora de significações com o outro e com o lugar para compreendermos além dos olhos preconceituosos da cidade, como existem motivos fenomenológicos dos indivíduos apreciarem tanto a cultura cervejeira e tudo que a rodeia, a partir da pesquisa qualitativa de natureza exploratória e participativa.

A compreensão das significações que permeiam o ato de beber cerveja, em especial, as experiências dos frequentadores do “Bar do Xará”, pôde ser elucidada pelas experiências vividas neste espaço, incluindo experiências vividas pelo próprio autor, como procuramos demonstrar. Verificamos que mesmo após quase dez anos voltando para o boteco, as mesmas culturas, experiências e laços continuam enraizados no local, mesmo com a mudança de boteco devido a troca de dono de bar, como foi demonstrado durante a pesquisa. Os resultados nos fizeram compreender como a cultura cervejeira pode reforçar o sentido de lugar, enquanto essência geográfica, em sua perspectiva humanista.

Portanto, a presente pesquisa buscou demonstrar as forças que criam raízes culturais e sociais nos botecos em torno da cerveja, rompendo com os prejulgamentos criados pela sociedade que acaba marginalizando a cultura cervejeira dos botecos. Assim, demonstramos como esse apego ao lugar geográfico, em comunhão com o ato de beber cerveja, acaba por criar um vínculo de “família”, permeado por sentimentos de acolhimento, pertencimento e intimidade, ofertando momentos de prazeres, muitas vezes, inconcebível em outros locais.

### Agradecimentos

- À minha mãe e aos meus irmãos, que me enchem do melhor amor e carinho, sendo base para as minhas forças no estudo da geografia. À professora Jeani, que conduziu o trabalho com paciência e dedicação, sempre disponível a compartilhar todo o seu vasto conhecimento, além de ser minha tutora e “segunda mãe” que tive o privilégio de ter na vida acadêmica. À minha orientadora Danieli Barbosa de Araujo, pelas diversas orientações via *meet* durante a pandemia, que me ajudaram a me encontrar nessa loucura que é a Geografia. À minha namorada Nathália, por me mostrar que o amor na Universidade é possível e me mostrar diferentes métodos de pesquisa que antes eu não imaginava conhecer. Aos meus colegas de curso Bovi, Caio, Elizabete, José, Pozzo, Rodrigo e Victória, que me acompanharam e principalmente, me deram forças no dia a dia da Universidade. Ao PET de Geografia da UEL e seus integrantes por enriquecerem a minha vivência acadêmica. Ao Felipe, o “vice-tutor” do programa, que resgatou meu interesse na pesquisa com seus conhecimentos. Ao MEC por financiar esta pesquisa pelo FNDE com a bolsa do programa para a realização deste artigo.

## REFERÊNCIAS

- CAIEDO, Carlos. “Lo más valioso de la cultura cervecera, son los lazos de familia y amistad que se construyen alrededor”. **Godoy Cordoba**, 2021. Disponível em: <http://godoycordoba.com/lo-mas-valioso-de-la-cultura-cervecera-son-los-lazos-de-familia-y-amistad-que-se-construyen-alrededor/>. Acesso em: 16 jul. 2021.
- CRESWELL, John. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa**: escolhendo entre cinco abordagens. 3. ed. São Paulo: Penso, 2014.
- DIETLER, Michael. Alcohol: Anthropological/Archaeological Perspectives. *Annual Review of Anthropology*, v.35, n. 1, p. 229–249, 2006. Disponível em: <https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.anthro.35.081705.123120>. Acesso em: 16 jul. 2021
- LOPES, Paulo; MORALES, Eduardo; MONTAGNOLLI, Renato. Cerveja brasileira: do campo ao copo. **Revista Agronomia Brasileira**, Jaboticabal, ano 2017, v. 1, p. 1-4, 30 out. 2018. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/bc89/4baaf4719cd214c2811f23ce19731262b263.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2021.
- Google. 2015. Street View. [s.l.]: Google Maps. <https://goo.gl/maps/Rk5s1Nf3C4rXW8Q18>
- Google. 2023. Street View. [s.l.]: Google Maps. <https://goo.gl/maps/jpRs27bvq4KpqBgd9>
- NEVES, A PRODUÇÃO DA CERVEJA NO BRASIL. **CITINO**, Joinville, ano 2011, v. 1, n. 1, p. 1-9, 1 out. 2011. Disponível em: <http://www.hestia.org.br/wp-content/uploads/2012/07/CITINOAno1V01N1Port04.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2021.
- OLIVEIRA, Guilherme Rodrigues; AZEVÊDO, Ariston; BARCELLOS, Marcia Dutra de. Técnica e o artesão: reflexões fenomenológicas sobre o artesão cervejeiro brasileiro. In: **International Conference on Agriculture and Food in an Urbanizing Society (3.: 2018: Porto Alegre, RS). Conference proceedings.**[Porto Alegre: UFRGS, 2018]. 2018.
- PINHEIRO, Bárbara; SILVA, Luiz. Produções científicas do antigo Egito: um diálogo sobre Química, cerveja, negritude e outras coisas mais. **REDEQUIM**, [S. l.], v. 4, n. 1, p. 1-24, 10 jun. 2018. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/228888662.pdf>. Acesso em: 21 maio 2021.
- ROSA, Natasha Aguiar; AFONSO, Júlio Carlos. A química da cerveja. **Revista Química Nova**. São Paulo, v. 37, p. 98-105, 2015.
- SANTOS, Sergio. **Os primórdios da cerveja no Brasil**. 2. ed. aum. [S. l.]: Ateliê Editorial, 2005.
- TUAN, Yi-Fu. **Espaco E Lugar**: A Perspectiva da Experiência. Londrina: EDUEL, 2013.

Recebido em: 29 de agosto de 2023  
Aceito em: 15 de setembro de 2023