

Uma Pós-Graduação Modular em Ciência e Cultura do Vinho. É o Vinho um Facto Social Total?*

Henrique L. Gomes de Araújo

Professor Convidado Antropologia Coordenador Científico da Pós-Graduação em Cultura e Ciência do Vinho (2010 / 2011) do Centro Regional do Porto da Universidade Católica Portuguesa.

* Texto da comunicação apresentada com Tim Hogg, Professor Associado da Escola Superior de Biotecnologia da Universidade Católica Portuguesa, ao 1º Congresso Internacional Vinhas e Vinhos, organizado pela APHVIN / GEHVID de 13 a 16 de Outubro de 2010.

RESUMO

Desde a Grécia Antiga, grupos de sátiros dançavam e cantavam, no fim das vindimas, em torno do *tragos* (bode), em agradecimento a *Dionysos* pelas boas colheitas. Eram rituais que, de tão estruturais e comunitários, fundaram uma economia, uma sociabilidade, uma arte e uma religiosidade caracteristicamente mediterrânicas. Inscreveram-se mesmo na origem de um género dramático: a tragédia.

O mundo do vinho é, assim, simultaneamente, o da aliança da natureza e da cultura, da oralidade e da escrita, da ciência e da arte, do material e do simbólico. O programa desta Pós-Graduação que a Universidade Católica inaugura no fim das vindimas deste ano de 2010, tem dois objectivos:

1º perceber o papel que o vinho teve e tem no desenvolvimento cultural das sociedades e em particular da sociedade portuguesa, e 2º avaliar a importância do cultivo, da produção, da comercialização e consumo do vinho na criação de riqueza e na sua exportação na sociedade portuguesa actual.

Introdução

No fim das vindimas do ano de 2010, mais precisamente a 20 de Outubro, o Centro Regional do Porto da Universidade Católica Portuguesa, inaugurou um Curso de Pós-Graduação Modular em Cultura e Ciência do Vinho, no âmbito da Formação Contínua – 4º ciclo, vocacionado para profissionais de empresas, de associações, de comissões vitivinícolas e outras instituições do sector e de, de um modo geral, para todos os públicos.

Os objectivos do seu programa são dois:

1º avaliar a importância do cultivo, da produção, da comercialização e consumo do vinho na criação de riqueza e na sua exportação na sociedade portuguesa actual e

2º perceber o papel que o vinho teve e tem no desenvolvimento cultural das sociedades e em particular da sociedade portuguesa.

Neste sentido, os efeitos pessoais, profissionais e organizacionais espectáveis na formação final dos alunos são:

- Integração na formação cultural própria, das dimensões material e simbólica do mundo do vinho.
- Explicação e interpretação da economia da cultura do mundo do vinho.
- Justa percepção da riqueza nacional e internacional do mundo do vinho.
- Optimização da criatividade na utilização dos recursos organizacionais do mundo do vinho.

Os critérios da respectiva avaliação são fundamentalmente três:

- a) Poder integrador de informação técnica, cultural e científica.
- b) Poder crítico.
- c) Poder criativo.

I – Estrutura do Curso

O curso de Pós-Graduação em Cultura e Ciência do Vinho é constituído por uma parte lectiva com a duração de 3 semestres em regime misto – laboral e pós-laboral (cerca de 223 horas lectivas) que inclui sessões teóricas / teórico-práticas, visitas e Seminários Avançados.

O Programa deste curso decorre entre os meses de Outubro de 2010 e Dezembro de 2011 e é constituído por 5 Módulos / Cursos cujas temáticas vão desde as da regulação económico-jurídica, à cultural (estética, teológica, médica, educacional, empresarial, museológica, etc.), à histórica e à enológica. Em cada Módulo / Curso há um docente responsável que coordena as respectivas temáticas.

Os seminários que fecham cada módulo, centram-se nos diferentes temas do curso e são ministrados por especialistas nas diversas áreas. Estão também abertos a um número limitado de outros profissionais do sector.

II – A Coordenação científica do ponto de vista da Antropologia

1. Desde a Grécia Antiga, grupos de sátiros dançavam e cantavam, no fim das vindimas, em torno do *tragos* (bode), em agradecimento a *Dionysos* pelas boas colheitas. Eram rituais que, de tão estruturais e comunitários, fundaram uma economia, uma sociabilidade, uma arte e uma religiosidade caracteristicamente mediterrânicas. Inscreveram-se mesmo na origem de um género dramaturgico: a tragédia.

O mundo do vinho é, assim, simultaneamente, o da aliança da natureza e da cultura, da oralidade e da escrita, da ciência e da arte, do material e do simbólico.

É este mundo das **sociedades pré-modernas** que nos interpela aqui e agora.

Na verdade, é isto que o mundo do vinho nos ensina: os seres humanos e as suas comunidades sentem-se compelidos a unirem-se nos antigos contextos do sacrifício, da dádiva e da tragédia, mas são também convidados a expressarem a sua gratidão à vida, reunindo-se nos contextos da festa.

“O vinho exprime a festa. Permite ao homem experimentar o esplendor da criação. Por isso faz parte dos rituais do sábado, da Páscoa e das núpcias. (...). E quando Cristo conta a parábola da videira no Discurso da Despedida, dizendo “Eu sou a verdadeira videira” (...), o que ele agora nos oferece é o vinho nascido da sua paixão, do seu amor até ao fim”¹

2. Nas **sociedades modernas**, o mundo do vinho está organizado doutro modo, segundo duas dimensões que se inter-relacionam:

¹ Ratzinger, Joseph, Bento XVI 2007 *Jesus de Nazaré*, Lisboa: Esfera dos Livros, pp.314, 329.

- a da **técnica** e da **ciência** (economia, direito, enologia, etc.) que, com a sua racionalidade universal, possibilita um poder de regulação do respectivo mercado - mas em que os significados são apenas parciais. Esta dimensão constitui o objecto do **primeiro** e do **último** módulo.
- e a da **cultura** e da **natureza** que, com as suas simbólicas ricas, mas particulares, cria um poder de interpretação dos variados significados existenciais e sociais. Esta outra dimensão constitui o objecto do **segundo** e **quarto** módulos.

A **regulação conjunta** do mercado do vinho, acima referida, implica dois vectores: o político-jurídico e o igualitário. O primeiro produz a **regulação de controlo** da estrutura das relações sociais hierárquicas (verticais, digamos assim) do mundo do vinho, enquanto que o segundo se encarrega da **auto-regulação** das relações sócio-comunitárias (horizontais) do mesmo.²

A economia de mercado do vinho já não se baseia, nas sociedades modernas, em direitos pessoais, inter-subjectivos e grupais, mas em direitos reais, objectivos e individuais, em que por um preço o agente compra no mercado uma pipa que depois vai vendê-la à distância noutro mercado, a outro agente, com uma margem de lucro legitimada pelos riscos que correu a mercadoria no longo curso. Assim:

A economia da dádiva	A economia do mercado
Direitos pessoais	Direitos reais
“Antieconómica”	“Económica”
Mobiliza o grupo	Mobiliza o indivíduo
“Desinteressada”	Interessada

O mercado do vinho foi tendencialmente encarnando os princípios da igualdade e da liberdade, com exclusão do da fraternidade. Assim, o seu desenvolvimento contribuiu para o desenvolvimento da sociedade civil, já não baseada tanto em dádivas e sacrifícios, mas sobretudo, em contratos e convenções (Bruni).

Difícil é para nós hoje compreendermos toda a amplitude e profundidade do significado cultural desta lenta revolução que o mercado foi introduzindo na Europa, a partir dos finais do século XI. Tratou-se, na realidade de salvar dos efeitos de poderes despóticos e discricionários, umas vezes e dadivosos, outras, as relações interpessoais e personalizadas, formalizando-as em vantagens contratuais anónimas e recíprocas.

As sociedades “comerciais” (caso da *Sociedade Agrícola e Commercial dos Vinhos do Porto (1898-1987)*), que o desenvolvimento do mercado cria, estão libertas das relações assimétricas e hierárquicas da pré-modernidade e encontram-se agora organizadas em relações económicas impessoais e anónimas que procuram garantir com justiça a

² Na verdade, as duas dimensões de uma sociedade e das suas instituições são: **estrutura** (dimensão vertical ou hierárquica das mesmas) e **comunidade** (dimensão horizontal ou “igualitária” das relações sociais).

igualdade e a liberdade de todos os agentes económicos nas envolvidas (Gomes de Araújo 2001 *A Casa Ferreira*, Quetzal Editores, tese de PhD).

3. O desafio que se coloca às actuais sociedades pós-modernas é o de criar condições para que essa fraternidade que o mercado excluiu na modernidade, se realize agora. Os conceitos de “bens relacionais” (Bruni) e de “regulação antropológica conjunta” (Azevedo; Gomes de Araújo) são ferramentas conceptuais para a consecução de tal objectivo.

O que são os “bens relacionais”?

São bens que resultam da gratuitidade e da reciprocidade de actividades não instrumentais, mas antes, intrinsecamente motivadas como o da amizade (para além das do cuidado familiar e do compromisso cívico voluntário).

As suas propriedades essenciais são:

- 1ª a identidade;
- 2ª a reciprocidade;
- 3ª a simultaneidade;
- 4ª a motivação;
- 5ª a emergência;
- 6ª a gratuitidade;
- 7ª o serem bens (e não mercadorias).

A primeira significa que a identidade das pessoas envolvidas é essencial à produção e consumo desses bens. A segunda, conceito-chave da Antropologia, traduz que a sua constituição só se pode verificar em relacionamentos partilhados na reciprocidade. A terceira significa que estes bens, “ao contrário dos bens de mercado, tanto privados como públicos, onde a produção é técnica e logicamente distinta do consumo, produzem-se e consomem-se simultaneamente” (Bruni). A quarta simboliza que o relacionamento é um fim em si mesmo e não um meio instrumental para obter um fim (um “negócio”). A quinta significa que o bem surge dentro do relacionamento. A sexta é a característica síntese dos bens relacionais, na medida em que estes são genuinamente tais se não forem “usados” instrumentalmente. Por fim, a sétima é também sintética para enfatizar que o bem é um substantivo que é um bem e não uma mercadoria, isto é, que tem um valor, mas não um preço.

E o que é a “regulação antropológica conjunta”?

É um conjunto de processos bio-psico-sócio-económicos-culturais e político-administrativos de auto e hetero-regulação da temporalidade das actividades que criam “bens relacionais” (Bruni) numa sociedade, sendo, nesse sentido, indutoras do bem-estar do seu desenvolvimento humano.

Ora, como no princípio enunciamos, a sociabilidade que o mundo do vinho proporciona, anunciada aos seus amantes e vivenciada por eles, é, como é sabido, o do usufruto partilhado desses bens relacionais.

A economia do mercado	A economia da gratuidade
Separada dos bens relacionais	Integradora dos bens relacionais.
Suportada por uma sociabilidade anónima, baseada na reciprocidade, contratual, instrumental e sem fragilidade	Integrada por uma sociabilidade frágil, interpessoal, baseada na reciprocidade do amor e da confiança
Orientada pelos valores da liberdade e da igualdade	Orientada pelos valores da fraternidade, da amizade, da família e do compromisso cívico

A questão que, a este respeito, o mundo do vinho nos coloca hoje, é a de saber se ele em muitos dos seus contextos, não transporta já consigo culturalmente um bom exemplo de uma “economia da felicidade”, acima caracterizada. Relativamente ao primeiro tópico, por exemplo, seria interessante elencar os contextos da contemporaneidade do mundo do vinho, em que seria bem evidente a intimidade dos momentos de felicidade proporcionados por esses “bens relacionais” que emergem de relacionamentos interpessoais não instrumentais, com os procedimentos contratuais inerentes ao mercado.

O quarto módulo está, assim, justamente centrado nesta perspectiva histórica (diacrónica), do mundo do vinho que perpassa estes três tipos de sociedades.

III – É o Vinho um Facto Social Total?

Como sabemos, Marcel Mauss (1872-1950) criou o conceito de **facto social total** para significar que a realidade social é multidimensional, ou seja, integra tantas e tão complexas interacções interpessoais que a sua interpretação só pode resultar do concurso complementar das respectivas ciências sociais: a economia, a história, a geografia, a psicologia, a sociologia, etc. Ora, a pergunta que se pode e deve fazer é: é o vinho um facto social total? A resposta, quanto a mim é: sim e não.



Sim, no sentido de a percepção do feixe múltiplo de relações sociais que o fenómeno do vinho integra, ser suficiente para admitir a necessidade da sua interpretação pluridisciplinar.

Não, no sentido de essa pluridisciplinaridade não poder ser só, à maneira de Mauss, científica, ou seja, analítica, digital, diacrónica e sintagmática, mas ser também artística, isto é dizer, sintética,

analógica, sincrónica e metafórica. É assim que, ao lado de disciplinas como a economia, a medicina ou a enologia, aparecem na organização curricular da pós-graduação, disciplinas como a estética, a arquitectura paisagística ou a museologia. A ideação e a construção desta pós-graduação, com os seus cinco módulos, repousaram justamente nesta dupla constatação disciplinar, científica e artística.

Mas a matriz antropológica da coordenação científica desta pós-graduação, não se reduz a esta organização curricular, mas integra também situações de contacto empírico directo dos aprendentes com contextos do mundo do vinho, através de provas de vinho e de visitas a empresas e a quintas.

IV – Conclusão

Com este texto pretendeu-se iluminar a consistência teórico-metodológica que suporta os objectivos e a estrutura organizativa desta pós-graduação modular em Cultura e Ciência do Vinho.

Essencial para tal, foi a explicitação da matriz antropológica da coordenação científica respectiva, o que implicou uma referência crítica ao conceito nuclear de “facto social total” (M. Mauss).

FONTES BIBLIOGRÁFICAS:

Azevedo, Joaquim (2009) “A educação de Todos e ao Longo de Toda a Vida e a Regulação Sociocomunitária da Educação” in *Cadernos de Pedagogia Social*, 3 (ano III).

Bruni, Luigino (2007) 2010 *A Ferida do Outro. Economia e Relações Humanas*, Cidadela: Editora Cidade Nova.

Copans, Jean (1996) 1999, *Introdução à Etnologia e à Antropologia*, Lisboa: Publicações Europa-América.

Gomes de Araújo, Henrique L., 1998 *Ética, Economia e Educação. Ensaio sobre o Vinho do Porto*. Porto: Fundação eng. António de Almeida.

2001 *A Casa Ferreira. A Construção Antropológica do Sucessor*, Lisboa: Edições Quetzal.

Mauss, Marcel (1924) 1988 *Ensaio sobre a Dádiva*, Lisboa: Edições 70

Rivière, Claude, (1995) 2000 *Introdução à Antropologia*, Lisboa: Edições 70

Porto, Janeiro de 2010
(Henrique L. Gomes de Araújo)