

A DÁDIVA E O MERCADO - O CASO DO VINHO DO PORTO

HENRIQUE COSTA GOMES DE ARAÚJO*

PROFESSOR DO ENSINO SECUNDÁRIO

Les cadeaux de baptême et de mariage, pour l'anniversaire ou pour le Noël ou, encore, pour l'un des multiples "jours de..." (du Père, de la Mère, de S. Valentin, etc.) - et, surtout les cadeaux "généreusement" offerts pour la promotion des ventes des infinies entreprises qui animent le marché - , sont bien l'expression des dons que celui-ci maximise. Des émotions et des affections sont investies sous la forme de cadeaux qui, associés aux fêtes et aux invitations, circulent dans les réseaux des relations sociales, constituant une économie - l'économie du don -, qui se trouve de nos jours articulée à l'économie du marché. Cette dernière affirmation est éclaircie dans cet essai à travers l'analyse de trois différents aspects de l'économie du Vin de Porto.

Christening or wedding presents, birthday or Christmas presents or presents for one of the many special occasions (Father's Day, Mother's Day, St. Valentin's Day) and specially the multitude of promotional gifts; all of these presents bring advantages to the market. Emotions and feelings take the shape of presents which linked to invitations and parties, become a special kind of economy - "gift economy". Nowadays, this gift economy has become closely associated with the market economy. This last statement is demonstrated in this paper through the analysis of three very different aspects of Port Wine Economy.

INTRODUÇÃO

Os presentes de baptizado e de casamento, pelo aniversário natalício ou pelo Natal ou, ainda, por um dos muitos "dias de..." (do Pai, da Mãe, de S. Valentin, etc.) - para já não falar dos presentes "generosamente" oferecidos pela promoção de vendas das múltiplas empresas que animam o mercado, são bem a expressão de dádivas que o mercado maximiza. Emoções e afectos são investidos na forma de presentes que, associados a festas e a convites, circulam pela rede das relações sociais, constituindo uma economia própria a que Émile Durkheim (1939), Marcel Mauss (1950), Franz Boas (1966), Remo Guidieri (1984), Lévi-Strauss (1986), entre outros, dedicaram partes significativas da sua obra.

A problemática teórica que informa este texto é a de saber como se articulam estas duas formas de economia: a da dádiva e a do

mercado. A primeira é hoje uma economia residual que necessariamente, na história das formas económicas, acabará por dar completo lugar à segunda? Ou, pelo contrário, a economia da dádiva, sem no entanto apresentar a expressão que tinha nas sociedades "primitivas" onde foi primeiramente estudada, continuará a persistir, articulando-se com a economia do mercado? Substantivo aquela problemática na problemática concreta que está presente nas três situações díspares, por mim estudadas no sector do Vinho do Porto.

A hipótese que informa este texto é a de que a reciprocidade organiza a articulação entre duas formas de economia: a economia de mercado e a economia de dádiva.

O CONCEITO DE BEM

O conceito de bem é um conceito-chave em economia: por definição, bem é todo o recurso

*Doutor em Antropologia Social (Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (I.S.C.T.E.))

humano ou natural, subtraído ao consumo e antes mobilizado e manipulado em ordem à reprodução do grupo social¹ que o detém. Neste sentido, um bem é uma forma de capital, visto que está implicado na produção, circulação e consumo da riqueza. O seu tipo, como diz Iturra (1993), varia de acordo com a forma de sociedade em questão e de acordo com a natureza das suas relações económicas com outras sociedades.

Os bens não têm todos a mesma natureza: são coisas ou produtos, pessoas, ideias ou conhecimentos e tecnologias; todos eles são "sujeitos de uso, circulação, distribuição e consumo" (idem), mas estão em parte protegidos do desgaste e do consumo, sendo essa salvaguarda feita em conformidade com a natureza de cada um deles.

Mas antes de serem analisados os modos como os bens são resguardados de tal usura, seja colocada a questão do processo da sua constituição: qual o destino dos bens que são desviados do consumo? É o do sistema de trocas que os laços de reciprocidade não violenta, entretecem. Por este processo, a iteração das trocas no seio do grupo preserva-o da extinção e mobiliza-o para a sua reprodução

As coisas ou produtos são, em parte, subtraídos ao consumo através de tabus que preservam a sua integridade física e a titularidade ou a ligação que com eles as pessoas têm (Iturra, 1991: 56). Destinados, assim, à troca e, através dela, ao reforço dos laços de reciprocidade, as coisas constituem-se como bens.

Mas não são só as coisas ou os produtos que são trocados. Também os seres humanos são

objectos de interditos que sobre eles são lançados, com vista à salvaguarda da sua liberdade. Assim se compreende que a vida do ser humano não termine com a morte, mas que aquela inicie o último ciclo da sua vida — o da alma. Salva do esquecimento e da erosão do mundo, a alma é a última afirmação da liberdade da pessoa. Livre, é assim entregue à geração seguinte, para que a sua memória seja cultivada em troca da herança recebida.

O rito funda as ideias, os conhecimentos, o saber que estão contidos no mito. É através daquele que os novos seres humanos são ensinados e, assim, integrados no grupo social a que pertencem por nascimento. Mas, ao mesmo tempo que o sagrado revela aos novos o seu saber, protege-o da corrupção provocada pela reciprocidade violenta. É deste modo que o saber entra no sistema de trocas, se constitui como um bem e se torna parte integrante da reprodução do grupo social.

As tecnologias — que são todos os conhecimentos que guardam a memória na sua materialidade —, são também preservadas, já que a sobrevivência do grupo social exige a exploração dos recursos naturais em seu proveito próprio. O mito de Prometeu parece vir problematizar a absolutização de tal poder, na medida em que o titã ousa roubar aos deuses o conhecimento da manipulação do fogo para, de seguida, o entregar aos homens, sendo por isso condenado por Zeus. O mito parece querer dizer deste modo aos homens que o uso das tecnologias deve ser limitado.

A FORMA REPRODUTIVA RELIGIOSA

A emergência de termos como tabu, interdição, ritual, sagrado, etc., no discurso anterior, é sintomática da existência de uma forma reprodutiva religiosa, preformativa da reprodução social. Graças a ela, o sistema de dádivas que aquela comporta, simboliza as relações de reciprocidade não violenta, no sentido da troca de produtos, pessoas, conhecimentos e tecnologias.

Significa isto que cada ser humano tem que deixar subsumir-se no social, para poder ser aceite por ele — o que muitas vezes é vivido como constrangente, visto que nem sempre o que é melhor para o grupo, o é para ele. Com frequência "o cumprimento do que pede o grupo dá a paz, a estima e a aceitação, mas dá o esforço e a dor de submeter-se ao conjunto de prescrições" (Iturra, 1989: 61).

Compreende-se, assim, a existência do pecado como "uma libertação feliz individual (...) do grupo, a independência do prescrito" (idem). O pecado significa, deste modo, um corte na cadeia das relações de reciprocidade amorosa. Onde há desadaptação, há emoção. Ou seja: o processo social da construção da desadaptação — que a subsunção referida muitas vezes acarreta — é o mesmo da indução da emoção nos comportamentos. A forma reprodutiva religiosa, a que vimos até aqui dando visibilidade, não é uma racionalidade "fria". Vibrante de emoção, ela ganha aí todo o seu sentido e os sentimentos dela decorrentes ecoam depois em toda a vasta arquitectura do ser. Estamos assim perante um modelo, socialmente construído, de uma racionalidade

ancorada nas emoções mais profundas da existência humana e nos sentimentos dela projectados. Esta é a forma reprodutiva religiosa.

Tínhamos já analisado a questão de se saber qual o destino dos bens que são desviados do consumo. A resposta tinha sido: o sistema de trocas que entretece as relações de reciprocidade sexual/amorosa que vão permitir ao grupo social — em que acontecem — reproduzir-se. Agora a questão não é tanto esta, como antes a de se saber como é que essa preservação e esta entrega de bens à geração seguinte, se verifica.

A resposta a esta segunda questão parece encontrar-se nos parágrafos anteriores: tal acontece por existirem em todos os grupos sociais, em todas as sociedades humanas e em quaisquer conjunturas históricas, interdições cuja transgressão implica o pecado, tomado como o próprio mal. Assim, os interditos compelem os seres humanos a subsumirem a sua vida individual na vida social. Evidente parece ser, assim, a presença da forma reprodutiva religiosa na reprodução social.

Bem dizia Durkheim acerca da religião: "sistema solidário de crenças e de práticas relativas a coisas sagradas, isto é dizer, separadas, interditas" (1911) 1985: 65). E Evans-Pritchard sublinhava três características na religião, enquanto fenómeno social: "Em primeiro lugar, ela transmite-se de uma geração para outra (...). Em segundo lugar, a religião é, pelo menos nas sociedades fechadas, de carácter geral (...). Em terceiro lugar ela é obrigatória" (1978: 108). Iturra sintetiza um pouco tudo isto ao dizer que a religião é um

"corpo doutrinal que contém as ideias mobilizadoras da reprodução social" (1991: 32).

No coração da religião, encontra-se o rito. Para Girard, este é um processo de auto-defesa relativamente à reciprocidade violenta e auto-destrutiva (1972: 36). Segundo ele, defender-se da violência significa criar obstáculos ao seu desencadeamento dentro da sociedade — os chamados interditos ou diferenças (1972: 155), que mantenham a violência fora da comunidade. Os interditos são assim constituídos como muralhas erigidas contra o regresso da violência de uma crise anterior, o que faz dos ritos imitações congeladas da crise primordial (1972: 150). A este propósito vale a pena comparar as posições teóricas diferentes de Iturra e de Girard: enquanto que o rito é para o primeiro um meio de "publicitar as relações entre as pessoas e destas com os recursos materiais" (1991: 125), para o segundo o que é essencial é o que está por detrás desta publicitação, o que não é publicitável, ou seja, o mecanismo do bode expiatório, na medida em que este mecanismo só pode assegurar o fim da reciprocidade violenta, dentro do grupo, mantendo-se secreto (1972: 202).

Neste sentido, através do sistema de interditos e do mecanismo do bode expiatório, o rito mantém a violência auto-destrutiva exterior ao grupo, salvaguardando, assim, a reprodução social deste. O ritual é, deste modo, condição necessária à sobrevivência e continuidade do grupo. A satisfação desta condição permite que o rito seja também uma actualização do mito correspondente, servindo, assim, para lembrar e, deste modo, manter a vitalidade das crenças comuns ao grupo, ou seja, manter os saberes reprodutivos (Durkheim, (1911) 1985: 536). Ao fortificar a memória do grupo, isto é, os ditos saberes reprodutivos o rito constitui-se em

condição suficiente à reafirmação periódica do grupo, ou seja, á sua reprodução social (Durkheim, *ibidem*).

O rito salvaguarda os bens da usura, da destruição, do consumo — segundo modos que variam com a natureza daqueles —, destinando-os, assim, à troca e, portanto, ao reforço dos laços de reciprocidade amorosa, da sua reprodução no próprio grupo. Os bens trocados — produtos ou objectos, pessoas, conhecimentos e tecnologias —, são constituídos em dádivas. Por definição, a dádiva transporta algo da essência espiritual daquele que a oferece, compelindo o receptor à sua aceitação; a sua efectivação implica uma apropriação mágica e religiosa sobre aquele, constringendo-o, por sua vez, à retribuição da dádiva (Mauss, 1924). Está-se, assim, perante as três obrigações de que Mauss falava: dar, receber e retribuir.

DÁDIVA, RECIPROCIDADE E TROCA

A troca parece ser epifenómeno de um processo social mais básico: a reciprocidade, ou seja a relação entre duas pessoas A e B, tal qual ela se verifica, ao mesmo tempo, de A para B e de B para A. Sem reciprocidade não há troca: esta é uma parte daquela. Assim, esta relação pode evoluir no sentido da intensificação das trocas entre elas e, portanto, no sentido da sua reprodução social, ou pelo contrário, pode involuir no sentido da rarefacção das mesmas e, assim, no sentido da sua destruição.

No primeiro caso, denomino a reciprocidade de amorosa ou não violenta, querendo deste modo designar um tipo de relação tal que o que a define é a essencialidade da identidade dos seres humanos A e B. O amor é, neste sentido,

essa dádiva da tomada das pessoas como essencialmente idênticas, para além das suas diferenças acidentais, etárias, sexuais, étnicas, sociais, etc. Doutra modo: o amor é o reconhecimento recíproco do carácter essencial da identidade que os seres humanos em presença guardam em si e entre si, simultânea e complementar com o reconhecimento recíproco do carácter acidental das diferenças que os actores em presença evidenciam. A hipótese que aqui formulo é a de ser próprio da natureza da relação amorosa, o intensificar as trocas e, assim, o melhor garantir a sua reprodução social.

No segundo caso, classifico a reciprocidade de violenta, na medida em que esta condensa-se na afirmação da essencialidade das diferenças, para de seguida melhor as destruir e dissolver numa indiferenciação generalizada. Compreende-se, assim, que a violência, absolutizando o que é acidentalmente diferente, amortença a intensidade das trocas e, deste modo, propicie a extinção da reprodução do grupo social: "No curso da história humana, é de supor, numerosas comunidades sucumbiram à sua própria violência e a nada mais, desaparecendo sem deixar o menor traço" (Girard, 1972: 85).

A troca é a dimensão material/simbólica da reciprocidade, sem o que ela não poderia ter lugar e dar lugar a um bem (Mauss, 1924). Mas a reciprocidade amorosa tem uma outra dimensão que é o ritual, cuja função é a de regular a distribuição das trocas através da publicitação e da entrega da dádiva — essa gratuidade feita de emoção e de sentimento. Exemplo paradigmático é o do amor (dádiva) que precede a união (troca) e que, por sua vez, dá origem a um novo ser humano (bem). A

reciprocidade amorosa tem, deste modo, duas dimensões: a material — a troca —, e a sagrada — o ritual.

A FORMA REPRODUTIVA ECONÓMICA

A antropologia económica não tem apenas por objecto a religião, mas também a economia, sendo ambas tomadas aqui como formas reprodutivas. Ora, o que é a economia? É um domínio da cultura letrada, derivada da teologia e da religião, que tem por objectivo a produção, a circulação e o consumo de bens e que constrói a sua teoria quer com o pensamento europeu, quer com outros (Iturra, 1991). O relativismo — característico da antropologia social e cultural —, está bem presente nesta definição do conceito, ao contrário do que pensava Malinowski.

Assim relativizado, este conceito aplica-se, de modo abrangente, a todo o tipo de troca de bens — sejam eles produtos, pessoas ou conhecimentos. Quer isto dizer que a troca não é só de bens materiais, mas incide também sobre seres humanos e ideias. Perguntar-se-á porque é que há trocas de bens, em todas as sociedades e em todas as conjunturas históricas. A resposta parece ser a de sempre haver excedente de certos bens e escassez de outros (Iturra, 1991).

Como já vimos, a religião serve de base à criação da economia de mercado, por um fenómeno característico da racionalização da cultura. A um nível estrutural, as duas formas reprodutivas estão articuladas pela reciprocidade existente em todas as relações sociais.

A forma reprodutiva económica é a racionalidade teórica do cálculo económico projectado em função da informação, à cerca dos preços, que continuamente chega do mercado, em razão da flutuação da oferta e da procura. É através destes mecanismos económicos básicos que esta racionalidade modela a reprodução social nas sociedades de economia liberal.

Nestas sociedades em apreço, os processos de herança revelam bem o mecanismo pivot da forma reprodutiva económica, modelador da reprodução social: a possibilidade de auferir lucro. Na mira dos ganhos a arrecadar, o agente económico desvia do consumo recursos que vão ser entregues, em última análise, à geração seguinte.

O mecanismo central referido, determina a natureza "fria" e "calculadora" da forma reprodutiva económica liberal. Esta natureza está em completa ruptura com as emoções e os sentimentos, tomados como perturbadores da necessária clareza do cálculo económico e da consequente liberdade de actuação no mercado, do agente económico.

A ECONOMIA DA DÁDIVA E A ECONOMIA DO MERCADO

Fica assim definida a economia do mercado. Se bem que em processo de globalização, esta forma de economia não é a única existente. Graças à antropologia - e, mais precisamente, ao seu método comparativo - , que nos ensina a comparar, uma outra forma de economia emerge no cotejo com aquela: a economia da dádiva.

O potlatch Kwakiutl do Canadá - estudado por Marcel Mauss e Franz Boas -, o kula trobiandês da Melanésia - analisado por Malinowski - e o Intichiuma arunta da Austrália - examinado por Émile Durkheim -, são formas de dádiva caracterizadas pelas três obrigações: dar, receber e retribuir. Em todas elas, o chefe convida o rival para uma cerimónia em que o esbanjar dos bens oferecidos é uma manifestação do seu "mana" ou "hau" (Polinésia), da sua "face" (China), da sua "honra" (Europa).

Por um lado, dar um presente a alguém é apresentar alguma coisa de si próprio; por outro lado, receber um presente de outrem é também aceitar algo da sua essência espiritual (Mauss, 1950: 161). Por este facto, o receptor coloca-se na dependência do doador (idem: 161), vendo-se na posição de retribuir mais do que o recebido (idem: 359). Quando este objectivo ideal não é atingido, cria-se uma hierarquia com a aliança entre chefe e vassalo (idem: 269).

Compreende-se que, através da dádiva de presentes, festins, etc., os clãs, as tribos, os subgrupos comuniquem entre si, se ajudem e se aliem. Deste modo, os povos conseguem substituir a aliança, o presente e o comércio, à guerra, ao isolamento e à estagnação (idem: 278).

Mauss estabelece diferenças entre estes dois tipos de economia: o da dádiva e o do mercado. O primeiro está fundado nos direitos pessoais, enquanto que o segundo está baseado nos direitos reais; o primeiro é "anti-económico" de tão sumptuário que é ao ser regido pelas três obrigações: dar, receber, e retribuir, enquanto que o segundo é "económico" já que, objectivamente, por um preço, alcança-se uma coisa; o primeiro mobiliza o grupo e, nesse medida, é "desinteressado", enquanto que o

segundo mobiliza o indivíduo e é, assim "interessado".

Lévi-Strauss parece estar de acordo com esta distinção de Mauss, ao dizer que os presentes não são oferecidos com a finalidade de obter um benefício ou vantagens de natureza económica, mas são antes instrumentos de realidades de uma outra ordem: potência, poder, simpatia, posição, emoção; neste caso, a oferta não produz um resultado tangível, como no caso das transações comerciais da nossa sociedade (1986: 94). A dádiva desaparece na nossa sociedade, em proveito da troca, exceptuando algumas sobrevivências, como os convites, as festas e os presentes (Lévi-Strauss, 1986: 101).

Em *L'Abondance des Pauvres* (1984) Remo Guidieri faz a análise crítica do conceito de dádiva, tal como apresentado por Mauss: na realidade, diz ele, toda a dádiva é uma falsa dádiva, é um empréstimo e não propriamente uma pura dádiva, já que a retribuição é feita com base num juro acrescido. As coisas que assim circulam, são coisas preciosas, dotadas de virtude, são, em suma, "sacra" que, sujeitas a troca, dão "mana", "alma", "força", "poder" a quem as possui; são, em última análise, valores e não moedas.

A ECONOMIA DO VINHO DO PORTO

Lévi-Strauss e Guidieri propõem-nos, assim, modelos interpretativos diferentes da articulação existente entre estes dois tipos de

economia. A economia do Vinho do Porto é um caso exemplar desta articulação. Três situações, muito díspares, são disso reveladoras:

A FESTA DAS VINDIMAS

A escrita patética de Miguel Torga revela-nos o que há de telúrico na festa duriense das vindimas:

"Quem vive e convive este mundo por laços anos perde a acuidade da alma e dos sentidos para a piedade fraternal que se deve a semelhantes. O nariz não cheira o suor podre, os olhos não vêem as mataduras do corpo, os ouvidos não escutam os gemidos e as queixas. Um grande manto de egoísmo cobre tudo. Da beleza e do esplendor das vinhas tira-se uma coroa de glória e alegria para sagrar o martírio dos escravos. E o que é fome verdadeira, imundice de pocilga, sujeição de feudalismo, aparece à luz do dia nimbado de uma irrealidade postiça e mentirosa. Os próprios maltrapilhos arrastam iludidos a sua cruz. Bêbedos de aguardente e de sol, aturdidos numa rotina sem clareiras, aceitam o humano e desumano com a mesma resignação. Na história comprida e negra do Douro, até os ricos têm tido o seu quinhão. Abastados e prósperos nos bons tempos da Renascença, na dependura logo a seguir, embora os mercadores ingleses lhes viessem dar alento, a doença das vinhas, a falta de mercados e a carestia da produção nunca mais os deixaram olhar o dia seguinte serena e confiadamente (...) E (aqueles), humilhados, explorados, sub-homens no corpo e na alma, vêm meter o pescoço ao jugo a cantar e a dançar, como se

morrer de fome e de fadiga fosse uma festa (1945: 191).

Toda uma racionalidade económica manipula a força dos corpos no sentido da maximização de mais-valias: "uma coroa de glória e de alegria" sagra "o martírio dos escravos". Já noutra local tracei o quadro histórico da economia do mercado do Vinho do Porto e da sua "porfiada tentativa de domesticação dos afectos e emoções das gentes durienses" (Araújo, 1997b: 37).

Mas os direitos pessoais destes teimam paradoxalmente em se afirmar face aos direitos reais dos senhores² - e a festa acontece: "E humilhados, explorados (...) vêm meter o pescoço ao jugo a cantar e a dançar, como se morrer de fome de fadiga fosse uma festa" (Torga, 1945:191). A eles resta a prodigalidade, o excesso e a exaltação próprias do carácter sagrado, ritual² da festa do vinho. Na rede mitológica das relações sociais, o vinho simboliza o sangue de Cristo e, nessa medida, a sua festa transmuta-o em "sacra", fazendo dele a economia da dádiva de um "mana", de um poder que a vida profana todos os dias denega.

Em síntese: o Vinho do Porto participa intimamente de duas economias que nele confluem. Por um lado, o mercado estipula-lhe um preço; por outro, as pessoas atribuem-lhe um valor.

A Companhia Agrícola e Comercial dos Vinhos do Porto

Dois anos após a morte (1896) de Dona Antónia Adelaide Ferreira é criada a Companhia Agrícola e Comercial dos Vinhos

² Caillois, Roger, "O Homem e o Sagrado". Lisboa, Ed. 70, p. 118.

do Porto como sociedade anónima. Os seus Estatutos primam pelo rigor e, simultaneamente, pela inventiva, na medida em que neles está consagrada, a par da clássica figura do fundador, a figura original do sócio-fundador:

"Duas diferenças separam os fundadores dos sócios-fundadores: a primeira diz respeito à transmissibilidade ou não, por herança, das respectivas figuras, sendo que por morte de um sócio-fundador tem que ser eleito um novo sócio-fundador por proposta de um sócio e aprovação respectiva em Assembleia Geral; a segunda, diz respeito à correspondência entre número de acções e número de votos, sendo que, no caso do fundador, 50 acções dão direito a um voto, enquanto que no caso dos sócios-fundadores, apenas a posse de uma acção já dá direito a um voto.

Três observações são necessárias: a primeira: esta figura do sócio-fundador tem uma legitimidade problemática, já que não é contemplada pelo código da época, o Código Comercial de 1888 (promulgado pelo Rei D. Luís); a segunda: apesar disso, esta figura revela uma grande eficácia estabilizadora na vida da empresa, contrariando a regra da maioria do capital, limitando, assim, a acção dos fundadores e impedindo os efeitos de "take-over" hostil, na medida em que, por exemplo, qualquer alteração dos Estatutos tem que contar com o voto dos sócios-fundadores (num total de 61 votos, os fundadores detém 39 votos e os sócios-fundadores, 22: 39+22=61); a terceira: tal figura coloca a empresa entre as Sociedades de Capitais e as Sociedades de Pessoas, já que não são só os factores financeiros que determinam a vida da Casa, mas são também os factores humanos (confiança, conduta ética, etc.) que pesam.

Estamos assim perante uma empresa que não é uma simples firma, mas antes é uma Casa, ou seja, uma instituição em que as relações entre as pessoas não são só estabelecidas pela posse do capital, mas também pela consanguinidade e pela afinidade. Quer isto dizer, doutro modo, que numa Casa não se geram só bens e capitais, mas também se cultivam afectos contidos e discretas emoções (Araújo, 1997: 93).

Este texto fala por si: um mesmo ordenamento jurídico regula a presença das duas economias - a do mercado e a da dádiva - na vida da empresa. Por um lado, posicionam-se os accionistas com uma lógica económica individualizadora e maximizadora do exercício dos seus direitos reais; por outro, perfilam-se as duas linhas de descendência, com uma lógica económica mobilizadora do grupo de parentes para a prática dos seus direitos pessoais e regida pelas três obrigações: dar, receber e retribuir.

A CONFRARIA DO VINHO DO PORTO

Uma terceira situação paradigmática da problemática em causa é a da definida pela Confraria do Vinho do Porto que, surgida em 1982 "tem como finalidade a difusão, a promoção do renome mundial do Vinho do Porto e, para isso, ela compromete-se a organizar festas, banquetes, reuniões; a promover a elaboração e a publicação de trabalhos sobre o Vinho do Porto; a divulgar as virtudes e as tradições do Vinho do Porto; a sugerir, finalmente, medidas no sentido da comercialização do Vinho do Porto e a

organizar concursos de classificação qualitativa das marcas. O que chama a atenção é a preocupação pela tradição em primeiro lugar, pela convivencialidade em segundo lugar e, em terceiro lugar, pela promoção de vendas. (Araújo, 1995: 161).

A minha observação dos rituais de entronização do príncipe Alberto de Liège, actual Rei da Bélgica e do filho dos Reis de Espanha, o Príncipe das Astúrias, levou-me a concluir que "(...) o ritual em apreço, confere títulos, distinções ("Cavaleiro", "Mestre", etc.) que são formas de dádiva que suscitam nos entronizados o esperado compromisso da defesa do prestígio e da promoção das vendas do Vinho do Porto (Araújo, 1995: 166).

Também aqui as duas economias se articulam de modo particular, na medida em que a economia da dádiva que a Confraria mobiliza através dos títulos e dignidades que confere, parece suscitar com êxito, da parte dos agentes da economia do mercado, as esperadas respostas de promoção de vendas.

CONCLUSÃO

Procurei enfatizar a centralidade do conceito de reciprocidade, do ponto de vista da reprodução social: reciprocidade amorosa, se induz a iteração das trocas e, assim, da reprodução do grupo social em questão; reciprocidade violenta, se provoca a rarefação das trocas e, deste modo, a extinção do grupo social em apreço.

Concentrei-me, depois, na análise das duas dimensões - material e sagrada - da primeira forma de reciprocidade, para sublinhar que se a circulação dos bens é aqui potenciada, tal acontece pelo facto de o ritual os preservar da destruição.

Julgo, assim, ter evidenciado que as duas referidas dimensões da reciprocidade, fundam dois tipos de direitos - os reais e os pessoais - e legitimam, deste modo, a organização e a articulação entre si de duas formas de economia: a do mercado e a da dádiva.

BIBLIOGRAFIA

- ARAÚJO, HENRIQUE GOMES DE
1995 "Dar, Receber e Retribuir - Um Rito de Entronização na História Recente do Vinho do Porto" in *Sociologia: Problemas e Práticas*, nº 18.
- ARAÚJO, HENRIQUE GOMES DE
1997a "Aprendem os Pais com os Filhos?" Interdição por Protigalidade na História do Vinho do Porto in JORGE, Vitor Oliveira e ITURRA, Raul (orgs); *Recuperar o Espanto: O Olhar da Antropologia*. Porto: Afrontamento.
- ARAÚJO, HENRIQUE GOMES DE
1997b "O que podem as emoções? Antropologia Histórica do Vinho do Porto" in *Trabalhos de Antropologia e Etnologia*, vol. XXXVII (3-4).
- CAILLOIS, ROGER
1979 *O Homem e o Sagrado*. Lisboa: Ed. 70.
- DURKHEIM, ÉMILE
(1911) 1985 *Les Formes Élémentaires de la Vie Religieuse*. Paris: P.U.F.
- GIRARD, RENÉ
1972 *La Violence et le Sacré*. Paris: Éditions Bernard Grasset.
- GUIDIERI, REMO
- 1984 *L'Abondance des Pauvres*. Paris: Éditions du Seuil.
- ITURRA, RAUL,
1989 "A Religião como Teoria da Reprodução Social", *Ler História*, nº 15.
- ITURRA, RAUL,
1991a "O Pecado com Garantia do Contrato Oral" in Henrique Gomes de Araújo (org.) *Portugal e a Europa. Identidade e Diversidade*. Porto: Asa.
- ITURRA, RAUL,
1991b *A Religião como Teoria da Reprodução Social*. Lisboa: Escher.
- LÉVI-STRAUSS, CLAUDE
1985 *O Totemismo Hoje*. Lisboa: Ed. 70.
- MAUSS, MARCEL
(1924) 1950 *Sociologie et Anthropologie*. Paris: P.U.F. (pref. Lévi-Strauss).
- EVANS-PRITCHARD, E.
1978 *Antropologia Social da Religião*. Rio de Janeiro: Editora Campus, Ltda.
- TORGA, MIGUEL
1945 *Vindima*. Coimbra: Coimbra Editora.