

A stylized illustration of a beer glass. The top part shows three curved shapes representing foam or the head of the beer. Below this, the glass is filled with a grey liquid, and numerous white circles of varying sizes represent bubbles rising from the bottom. A dark grey rectangular box is centered in the middle of the glass, containing the title text.

CERVEJA & FILOSOFIA

TINTA
negra

Steven D. Hales
organização

CERVEJA & FILOSOFIA

Leia, pense e consuma sem moderação

Contém:

Apresentação de Cilene Saorin
sommelier de cervejas

Tradução:

Marina Herrmann

Título original: Beer & Philosophy – The Unexamined Beer Isn't Worth Drinking

Copyright © 2007 by Blackwell Publishing Ltd.

Copyright © 2007 organização by Steven D. Hales

Copyright © 2010 desta edição by Tinta Negra Bazar Editorial

Grafia atualizada segundo o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990, em vigor no Brasil desde 1º de janeiro de 2009

Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. É proibida a reprodução total ou parcial sem a expressa anuência da editora.

Tradução do inglês para a edição brasileira autorizada pela Blackwell Publishing Ltd. A total responsabilidade pelo conteúdo da tradução para o português é da Tinta Negra Bazar Editorial.

As denominações utilizadas pelas empresas para distinguir seus produtos frequentemente são alegadas como sendo marcas registradas. Todas as marcas e produtos usados neste livro são nomes comerciais, marcas de serviços, marcas registradas ou marcas registradas de seus respectivos donos. A editora não está associada com nenhum produto ou fornecedor mencionado neste livro.

Esta publicação foi designada para prover informações precisas e confiáveis em relação ao assunto abordado. Este livro é comercializado sob o entendimento de que a editora não está engajada com a prestação de serviços profissionais. Em caso de necessidade de conselhos profissionais ou outra assistência especializada, deve-se buscar os serviços de um profissional competente.

Coordenação editorial: Michelle Strzoda

Tradução: Marina Herrmann

Produção editorial: Mônica Reis

Revisão: Viviane Godoy e Cristhiane Ruiz

Capa e projeto gráfico: Aline Haluch | Studio Creamcrackers

Ilustrações: Carolina Kaastrup | Studio Creamcrackers

Imagem da capa: Istockphoto



TINTA NEGRA

BAZAR EDITORIAL

Av. Almirante Barroso, 22 | sala 806

Centro | Rio de Janeiro RJ | 20031-000 | Brasil

tel. | fax 55 21. 2524-5006 | 21. 2215-3991

contato@tintanegraeditorial.com.br

www.tintanegraeditorial.com.br

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO-NA-FONTE

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ

C413

Cerveja e filosofia / Steven D. Hales (organização); Marina Herrmann (tradução). - 1. ed. - Rio de Janeiro : Tinta Negra Bazar Editorial, 2010. 288p. -(Sabores e Prazeres de Epicuro; 2)

Inclui índice e bibliografia

ISBN 978-85-63114-07-5

1. Cerveja - Filosofia. I. Hales, Steven D. II. Série.

10-0660.

CDD: 641.23
CDU:641.87:663.4

Pisco, logo existo Michael Jackson	7
Enchendo o caneco Steven D. Hales	12
Um brinde à cerveja e à filosofia Cilene Saorin	26
<u>Primeira rodada – A arte da cerveja</u>	
1. Sede de autenticidade: uma estética da arte dos cervejeiros Dale Jacquette	30
2. Matrix etílica: realidade <i>versus</i> fac-símile na produção de cerveja Garrett Oliver	50
3. A verdade sobre a cerveja Michael P. Lynch	66
4. A boa cerveja, ou como discutir gosto Peter Machamer	76
5. Que qualidade que nada! Falando abertamente sobre a estética da cerveja; ou por que a cerveja americana é tão ruim? Martin Stack e George Gale	92
6. A produção de cervejas extremas nos Estados Unidos Sam Calagione	112

Segunda rodada – A ética da cerveja: prazeres, liberdade e caráter

7. Mill <i>versus</i> Miller, ou prazeres superiores e inferiores Steven D. Hales	128
8. Cerveja e autonomia Alan McLeod	144
9. Mais um chope? Sobre cerveja, amizade e caráter Jason Kawall	160

Terceira rodada – A metafísica e a epistemologia da cerveja

10. Cerveja e gnose: o hidromel da inspiração Theodore Schick	176
11. A irracional efetividade da cerveja Neil A. Manson	189
12. O que seria um estilo de cerveja? Matt Dunn	208

Quarta rodada – A cerveja na história da filosofia

13. Mais bebida, proclama o espirituoso prelado David Hilbert	228
14. As lentes da cerveja e o idealismo transcendental Steven M. Bayne	244
15. Para além da Grolsch e da Orval: cerveja, embriaguez e potência no pensamento de Nietzsche Rex Welshon	259
Seus companheiros de filosofia, em uma mesa de bar perto de você	276
Índice remissivo	281

PISCO, LOGO EXISTO

Michael Jackson

Se um intelectual respeitado não é garantia de estar certo. O editor mais famoso do jornal britânico *The Manchester Guardian*, C. P. Scott, declarou que a televisão nunca seria um sucesso porque a palavra em si misturava grego com latim. A filosofia é algo totalmente grego para mim, mas estudei latim. *Timeo Danaos et dona ferentes...* (Eu temo os gregos, mesmo quando eles trazem presentes...)

Entre os presentes dos gregos estavam traduções dos evangelhos do Novo Testamento a partir dos pergaminhos originais em aramaico. Os gregos traduziram “bebida forte” como “vinho”. Eu me pergunto: será que eles pensam que Jesus transformou água em Retsina ou Riesling? Os saxões não tinham dúvidas. A versão deles do milagre era muito mais excitante: “De repente, o quarto ficou repleto de barris de cerveja”. A fim de que não suspeitem de minha pauta teológica, gostaria de esclarecer que a tradução do saxão foi fornecida por um sacerdote jesuíta chamado Ron Murphy, que na época era reitor da Universidade de Georgetown e chefe do Departamento de Línguas Germânicas. Ron e eu tomamos juntos uma caneca de (Paulaner) Salvator de vez em quando, mas estou convicto de que minhas certezas não influenciaram suas verdades.

Poderíamos culpar os gregos por elevar o *status* do vinho e subjugar a cerveja? Parece-me que foram eles que começaram isso, mas os romanos continuaram; Tacitus disse que os povos germânicos bebiam cerveja e que isso fez com que tivessem mau hálito. Acredito que ele nunca andou de metrô em Paris.

De acordo com minha experiência, creio que os verdadeiros amantes do vinho gostam e respeitam a cerveja. Tenho sido incentivado em meus estudos

por pessoas como James Beard, M. F. K. Fisher, Robert Lawrence Balzer, Robert Finegan, Robert Parker e Jancis Robinson, entre muitos outros.

Um amante do helenismo que produz renomados Cabernets e Merlots em Napa, na Califórnia, além de cultivar azeitonas e fazer queijos, está entre os meus produtores de cerveja favoritos. Seu nome é Fritz Maytag e sua Anchor Steam Beer tem uma reputação mundialmente reconhecida. Maytag e os funcionários de sua cervejaria foram os personagens principais de um filme que fiz há alguns anos sobre a renascença — agora estaria mais para uma revolução — ocorrida no mundo da cerveja.

Era um filme “pé na estrada”. Começamos em São Francisco, na Califórnia, e seguimos pela região do vinho, ao norte do estado, em direção a uma fazenda no Lago Tule, praticamente na fronteira, perto da cidade de Klamath Falls, em Oregon. Lá, um funcionário dirigiria a colheitadeira de grãos enquanto o agricultor colheria a cevada para a produção da tradicional receita da Anchor Holiday Ale. “Entrar em contato com as raízes de nossa cerveja” definitivamente soa como um conceito californiano, mas eu queria que mais produtores e estados fizessem algo semelhante.

As uvas e os grãos deveriam ser companheiros de honra. As pessoas gostam de ir a Napa e Sonoma para visitar os vinhedos, mas passam por Dakota do Norte, por East Anglia (na Inglaterra), por Munique (na Bavária alemã) e pela região de Haná (na Morávia, República Tcheca), sem nem mesmo reparar nos campos de cevada para o preparo do malte. Há cerveja sendo cultivada nesses lugares.

As uvas precisam apenas do carvalho para modificar seu aroma e seu gosto. Somente as maiores cervejas em termos de paladar e potência podem lidar com os componentes da microflora e do sabor fornecidos pelo carvalho, apesar de essa madeira ser usada como um dos muitos elementos na revolução. A maioria das cervejas é menos alcoólica e mais delicada na constituição do que o vinho. Seu conservante natural é o lúpulo, cujas flores secas ainda acrescentam uma poderosa fragrância e um intenso amargor saboroso. O lúpulo é uma bela planta aromática, frequentemente cultivada nas mesmas regiões que as maçãs e as cerejas. Procure pelos cones de lúpulo que amadurecem nas videiras no verão tardio no Vale Willamette, em Oregon; no Vale Yakima, no estado de Washington; e no Vale Snake River, em Idaho.

Pedi para Maytag comparar a produção de vinho com a de cerveja, uma vez que ele fabrica ambos. “Produzir vinho é como pintar com tinta a óleo; já cerveja é como ser um aquarelista”, ele propôs. Estudava literatura americana e japonesa, além de curtir bares e restaurantes em North Beach, em San Francisco, quando ficou sabendo que sua cerveja favorita estava a ponto de deixar de ser fabricada. Gradualmente, tornou-se o dono da cervejaria. Da forma como conta, Maytag deve ter sido o Bravo Soldado Schweick, um inocente levado pelo destino. Não deveria tentar explicar as referências dele às pinturas a óleo e às aquarelas. Souo excêntrico, mas foi a metáfora perfeita para o último detalhe. Por favor, pense sobre isso e conclua por si mesmo.

“O que há para ser dito sobre cerveja?” é a pergunta que ressoa constantemente em minha cabeça nos últimos trinta anos. Minha resistência e persistência devem encorajar esses ignorantes que irritam com suas crenças de que os amantes da cerveja são estúpidos. “Eles não sabem ler os fatos”, tenho certeza, apesar de nenhuma evidência ser oferecida. Se isso fosse verdade, os literatos pequeno-burgueses não teriam encontrado nenhum amante da cerveja em quem basear suas conclusões. Os que eu encontrei nos últimos dias parecem ser obcecados por filosofia.

Vá a qualquer festival de cerveja decente e encontrará pelo menos uma pessoa vestindo uma camiseta dizendo: “Bebo, logo existo”. Isso propõe uma das mais persistentes questões conhecidas da espécie humana: seriam as piadas antigas as melhores? Talvez pudéssemos deixar essa esticar seu mecanismo de riso até um barzinho logo mais à noite.

Um pub não é um restaurante. Nem um barzinho. Nem uma mesa onde sentamos e comemos, nem um balcão onde se senta e bebe. Pubs de verdade são paraísos onde a pessoa pode ancorar sua alma e sua esperança. Têm áreas de paz e cantos para se conversar. Oferecem a possibilidade de se beber-e-pensar e de se beber-e-conversar.

É a habilidade de pensar que nos distingue como humanos, se eu bem entendo Descartes. Isso sequer é um pensamento original, mas foi ele quem o alocou em uma pequena frase funcional.

Se isso é tudo o que ele alcançou, por que é considerado um cara tão esperto? O brilhantismo dos filósofos, pelo que me parece, se trata de comu-

nicar uma ou duas frases de efeito, fazendo uso de certa habilidade tática de convencimento, e ser lembrado por isso como o trabalho de uma vida. Definitivamente é uma boa sacada.

Ainda assim, há certos requisitos. O resultado final deve estar “na linguagem do povo” (uma frase transmitida a mim pelo meu chefe numa redação noturna de cidade pequena quando eu tinha 17 anos). Era para ressoar como sabedoria e ainda ser impenetrável.

“Escreva da boca pra fora”, um antigo editor me disse. Estava trabalhando em um tabloide de relativa má reputação na época. O editor queria que os redatores cativassem seus leitores com uma cotovelada e uma piscada antes de lhes oferecer migalhas de fofocas dúbias. A piscada macula as palavras automaticamente? Talvez sua integridade pudesse ser mais bem mantida por uma piscada de olho.

“Escute sua cerveja” é um exemplo brilhante de Fred Eckhardt, um dos filósofos do movimento da cerveja. Fred, um precoce redator que escreve sobre o tema, chamou minha atenção com essa frase. Ele não se identifica como filósofo em seu cartão de visita. “Xamã” é o termo que ele usa, se me lembro bem.

Quando Fred e eu nos conhecemos, sua cidade natal, Portland, em Oregon, tinha uma cervejaria. Hoje, sua área metropolitana tem mais de duas dúzias. A rival de Portland no lado oposto da Costa Oeste, San Diego, tem um número similar. A competição está se tornando semântica: o total de uma cidade é delineado por seu CEP; o da outra pela fronteira de seu município. Em jogo está o título “a cidade com mais cervejarias” não só da Costa Oeste dos Estados Unidos, não só do país ou da América do Norte, mas do mundo.

Quando comecei a escrever sobre cerveja, os Estados Unidos tinham cerca de cinquenta companhias produtoras de cerveja. Naquela época, era possível contar nos dedos as cervejas que não fossem *golden lagers* padrão. Fora os produtos Anchor, você poderia apontar a peculiar Porter (na Pensilvânia, a da cervejaria Stegmaier e a da Yuengling); uma *amber ale* fora de série (a IPA, *india pale ale*, da Ballentine, sendo perseguida por um homem com uma foice de Albany, no estado de Nova York, até Newark, em Nova Jersey, e depois até Providence, em Rhode Island... bem, você pegou o espírito da coisa). E, sim, eu também gos-

tava um bocado da Tiger Head Ale, da Rainer Ale e da Prior Double Dark, mas, de resto, mal se podia distingui-las das *golden lagers*.

Quando as pessoas que nasceram durante a era da explosão demográfica começaram a viajar de férias pela Europa, ir para faculdade lá, ou se alistar no serviço militar, desenvolveram gostos que a cidade de Milwaukee, em Wisconsin, não conheceu e que a de Saint Louis, em Missouri, não satisfez. Nem a água mineral das Rochosas foi a resposta, apesar de haver um oráculo (ah, uma filial da Oracle não serve?) em Boulder, no Colorado.

“Relaxe. Não se preocupe. Tenha uma cervejaria caseira”, aconselhou Charlie Papazian.¹ Quando o presidente americano Jimmy Carter assinou o projeto de lei do senador Alan Cranston, legalizando as cervejarias caseiras, ninguém poderia imaginar o resultado. Papazian, um físico nuclear cuja preferência era lecionar, começou dando aulas, mas logo estava dirigindo uma associação nacional de cervejeiros artesanais. Quando os amadores começaram a se tornar profissionais, ele até lançou uma revista com o nome grego de *Zymurgy*.

Hoje, existem entre cinquenta e cem estilos de cerveja sendo produzidos nos Estados Unidos e cerca de 1.500 cervejarias. Isso é um número significativamente maior de opções do que há em qualquer outro país. E inclui algumas das melhores cervejas do mundo e até mesmo uma nova categoria de cervejas extremas (também chamadas de *extreme beers*, com uma concentração maior de algum ingrediente ou a utilização de ingredientes exóticos).

Diante dessa surpreendente diversidade, comecei a edição de 1993 do meu livro *Beer companion* [Companheiro da cerveja] com as palavras “Nunca peça ‘uma’ cerveja”. É incisivo e petulante, até mesmo sábio, mas como se pronuncia aquelas aspas simples? Ainda estou trabalhando nisso.

Quando crescer, quero ser filósofo.

1. Autor do livro *The complete joy of homebrewing* [A alegria completa da fabricação caseira de cerveja] e um dos responsáveis pelo ressurgimento de cervejas artesanais e especiais nos Estados Unidos. (N. T.)

ENCHENDO O CANECO

Steven D. Hales

A boca de um homem contente está repleta de cerveja.

Provérbio egípcio, 2200 a.C.

Cerveja: a causa de — e a solução para — todos os problemas da vida.

Homer Simpson, 1997 d.C.

A cerveja, em sua vasta variedade, de simples purê de cevada acidentalmente fermentado por levedura às modernas *lagers*, *ales*, *stouts*, *bocks* e *triples*, é a mais democrática das bebidas, consumida por plebeus e aristocratas da mesma forma. A Bud Lite pode ser servida no mais simples dos bares americanos e a Andelot Cuvee Diabolique, no mais luxuoso dos restaurantes, mas por toda parte e a qualquer momento, é cerveja.

Diferentemente do vinho, que antes era uma bebida de elite para a nobreza e considerada um presente divino de Dionísio, a cerveja sempre foi uma bebida disponível a todos os cidadãos. Na verdade, há muito tempo a cerveja é uma mercadoria primordial, parte do dia a dia das pessoas. No Egito, os escultores de pedras e os trabalhadores que construíram as pirâmides eram pagos com cerveja e pão, sendo um galão por dia o salário padrão. Três mil anos mais tarde, impérios tinham ascendido e sido derrubados, religiões haviam fracassado e outras haviam nascido, e a cerveja ainda era uma constante. Em 1249, o pub Adam and Eve foi construído em Norwich, na Inglaterra, para servir aos pedreiros que construíram a catedral da cidade. Estes, assim como seus ancestrais, recebiam em pão e cerveja. E até os dias de hoje ainda é possível curtir

um merecido chope no Adam and Eve. A cerveja continua sendo a bebida do povo. Ela — e não o vinho ou os destilados — é o que abastece a geladeira das lanchas de pesca, é a bebida perfeita para acompanhar cachorros-quentes em estádios de futebol e o saciador de sede ideal após cortar a grama num dia quente de verão.

De forma crescente, os especialistas no assunto perceberam que cerveja é, em todos os quesitos, igual ao seu irmão esnobe, o vinho, quando se trata de uma bebida fina para acompanhar uma boa comida. No último quarto de século nos Estados Unidos, a cerveja tem passado por um considerável renascimento, com as cervejarias retornando não só às tradições herdadas da Alemanha e da República Tcheca, mas também à inovação e aos componentes do sabor belga, e aos estilos britânicos e irlandeses. Até mesmo as maiores cervejarias corporativas dos Estados Unidos sentiram a pressão e estão produzindo pelo menos algumas cervejas com métodos artesanais.

A cerveja é um grande aglomerador de seres humanos, de todas as épocas, de todos os lugares da Terra, e essa onipresença em nosso cotidiano faz dela um veículo pelo qual podemos examinar as nossas vidas — e isso, querido leitor, é o começo da filosofia. A cerveja dirige a condição humana, ainda que a pessoa não esteja em condição de dirigir. Mas o que a *filosofia* sóbria tem para nos dizer sobre nós mesmos enquanto erguemos outro copo? Os amantes e estudiosos da cerveja neste livro aceitaram falar sobre como fortalecer sua mente através do levantamento de copos.

Você sem dúvida já participou de muitas discussões sobre se uma cerveja tem gosto melhor do que outra, se aqueles que discordam de seu gosto são idiotas, ou se o deleite está na boca de quem bebe. Mas o que realmente constitui uma boa cerveja? Existem critérios objetivos que separam o delicioso do desprezível, ou será que realmente *de gustibus non est disputatum*?¹ Por que os aficionados por cerveja desprezam a Pabst Blue Ribbon, mas reverenciam a Chimay Blue Grande Réserve? Seria uma *ale* direto do barril e servida no copo realmente melhor do que uma latinha de alumínio estupidamente

1. Gosto não se discute.

gelada? Seria simplesmente pura arrogância ou existem verdades reais sobre cerveja e sobre gosto? Alguns filósofos reúnem tais questionamentos e fazem deles assuntos estéticos. Na primeira parte deste livro, “A arte da cerveja”, seus companheiros de filosofia considerarão essas questões.

Em seu astucioso e engraçado “Sede de autenticidade: uma estética da arte dos cervejeiros”, Dale Jacquette considera que consumir cerveja apropriadamente é participar de uma forma de arte, do momento que uma *ale* é tirada do barril e passa de um líquido abstrato para uma sólida existência ao instante que o último rastro de espuma passa pelo copo. Mas será possível produzir uma autêntica cerveja em Portland ou em San Diego, ou seria mais como um “autêntico colar indígena” fabricado na Tailândia? Jacquette argumenta que uma cervejaria alemã que adere à Lei de Pureza da Cerveja (*Reinheitsgebot*) de 1516 fabrica um produto que é autêntico de uma forma que uma cervejaria belga ou americana que segue conscientemente uma lei medieval germânica não é. No entanto, da mesma forma como o jazz e o blues são tipos singulares de música americana, talvez possa haver cervejas culturalmente autênticas vindas de Pittsburg também.

Mesmo que um produto surja de uma tradição cultural específica, ele pode, ainda assim, ser uma fraude. Garrett Oliver, em “Matrix etílica: realidade *versus* fac-símile na produção de cerveja” discute produtos que não são o que parecem ser, ou que são comercializados como se fossem. O “queijo americano”, por exemplo, é mais um plástico comestível do que queijo de verdade e o pão macio produzido em série tem muito pouco em comum com os caseiros que saem mais duros e com aquela casca grossa. Num determinado ponto, talvez não chamemos mais tais coisas de queijo ou pão, mas meros fac-símiles do objeto real. O mesmo vale para a cerveja. Uma bebida levemente fermentada, muitas das vezes feita a partir de milho ou arroz, com um pouco de extrato de cevada misturado e filtrado com carvão vegetal ativado para tornar o sabor mais agradável... é *cerveja*? Oliver acredita que não. E enquanto ele convida para uma compreensão e uma apreciação renovadas do objeto real, como cervejeiro, ele realmente entende as forças que pressionam contra os

métodos artesanais, e em direção à rampa escorregadia que dá numa piscina dessa “quase” cerveja, quente e de má qualidade.

Ainda assim, mesmo que haja bom senso para se fazer uma cerveja genuína e autêntica, qual é o gosto da cerveja em si? “Autêntico” não significa “excelente”. Mas é razoável da parte de quem bebe a cerveja tcheca Budweiser Budvar (produzida desde 1265) criticar quem bebe a Budweiser americana, produzida pela Anheuser-Busch? Existe uma verdade absoluta em se tratando de gosto? Michael Lynch, em “A verdade sobre a cerveja” lida com essa questão. Ele contrasta o que chama de *realismo da cerveja*, a visão de que as pessoas gostam de uma cerveja porque ela realmente é boa, com *relativismo da cerveja*, o pensamento de que se você gosta de uma cerveja, então ela é boa — e somente porque você gosta dela. Lynch defende um meio-termo: que a qualidade de uma cerveja vai além do que qualquer gosto pessoal idiossincrático, mas, ao mesmo tempo, ela está intrinsecamente ligada ao julgamento de bebedores de cerveja razoáveis, condições ideais de consumo e padrões de excelência socialmente compartilhados. Existe uma verdade genuína, continua Lynch, de que a Smuttynose IPA (*india pale ale*) é superior à Schmalz Lite, mas não é uma verdade inteiramente dissociada do paladar humano.

Peter Machamer, em “A boa cerveja, ou como discutir gosto”, também se interessa pela maneira como uma pessoa pode avaliar cervejas. Ele concorda plenamente com Lynch: nenhum julgamento da qualidade de uma cerveja é satisfatório sem entender o paladar humano. Antes de proceder às questões de avaliação, ele alega que precisamos, antes de qualquer coisa, usar o vocabulário correto. Um vocabulário de cerveja pode se tornar um pouco complexo. Expressões descritivas simples incluem doce, seco, teor alcoólico, de levemente a plenamente encorpado, sensação de efervescência, lúpulo (que dá a sensação de amargor), malte (com definições como “doce tipo melaço” e “de sabor forte”), sabores adicionados (frutas, ervas, mel) etc. Nos casos mais extremos, os degustadores de cerveja podem identificar os componentes da bebida pelos seus nomes científicos. Mas e em relação à avaliação?

Machamer argumenta que o que faz uma cerveja ser considerada boa está tão fortemente ligado ao contexto em que se bebe que a noção de

Lynch sobre as condições ideais de consumo não faz sentido. Uma Sam Adams Honey Porter é má opção num piquenique debaixo de um sol quente de verão, mas uma excelente pedida em frente a uma lareira numa noite de inverno com neve. A essencialidade do contexto pode significar até mesmo que a melhor cerveja, na verdade, é a cerveja de graça.

Não importa qual seja o contexto, existem certas limitações absolutas no que diz respeito ao que uma cerveja pode ser. Em “Que qualidade que nada! Falando abertamente sobre a estética da cerveja; ou por que a cerveja americana é tão ruim?”, Martin Stack e George Gale apontam que nenhuma bebida humana pode ser tão básica quanto Diabo Verde, tão ácida quanto ácido de bateria ou tão amarga quanto jiló. Outras restrições no que diz respeito à cerveja são determinadas pela tradição e pelas necessidades do processo artesanal que a produz. Eles discutem os métodos de produção da cerveja e o que eles significam em relação aos tipos e sabores. Stack e Gale argumentam que a zombaria universal das cervejas americanas produzidas em massa está diretamente ligada às medidas de corte de custo da maioria das cervejarias corporativas. Os preços são mantidos baixos, minimizando as matérias-primas, apesar de, ironicamente, ser a partir desses ingredientes que os sabores são criados. Em outras palavras, as cervejas americanas produzidas em massa podem ser ruins, mas as cervejarias tomaram uma decisão consciente de lhe fornecer menos cerveja por garrafa. Dessa forma eles podem bancar a compra de mais cavalos Clydesdales e lanchas cigarettes para propaganda e promoção da marca.

Sam Calagione, em “A produção de cervejas extremas nos Estados Unidos”, concorda com a avaliação de Stack e de Gale sobre as cervejas corporativas americanas. Ele aponta que apenas três cervejarias produzem 80% de toda a cerveja que os americanos bebem e que isso acontece em num país que supostamente promove a individualidade e a liberdade de escolha. Enfrentando essa hegemonia está o que Calagione chama de a “arte *outsider*” da produção artesanal. Ele vê o movimento da cerveja artesanal — cervejarias pequenas, locais, independentes e ousadas — como

bandas de garagem num mundo dominado pela Clear Channel, como se fossem os roqueiros punks ou o Dylan elétrico das *ales*. Num estilo Emerson, Calagione argumenta que o experimentalismo e o risco corrido pelas cervejarias artesanais são muito mais verdadeiros para o espírito americano do que a homogeneização mercadológica da sua cultura.

A cerveja pode ser comercializada, mas não é uma mercadoria qualquer, como uma geladeira ou um par de sapatos. Sociedades antigas tratavam a cerveja como uma bebida civilizadora, moralmente elevadora, em total contraste com a ameaça puritana de abstinência que ainda corre no mundo ocidental. A importância da cerveja se reflete em muitos mitos da criação do mundo, e é uma das mais antigas e persistentes ideias na história humana. Por exemplo, *A Kalevala*, o épico nacional da Finlândia, devota muito mais versos para a criação da cerveja do que para a nominalmente mais momentosa criação do mundo. Em seu preâmbulo, o trovador canta os prazeres rejuvenescedores da cerveja:

Deixe-me cantar uma lenda antiga,
 Que deve ecoar adiante os enaltecimentos
 Da cerveja que experimentei,
 Da efervescente cerveja de cevada.
 Traga a mim uma taça espumosa
 Da cevada dos meus ancestrais,
 A fim de que meu canto não se torne enfadonho,
 Cantando a partir de água apenas.
 Traga-me também uma caneca de cerveja forte,
 Ela aumentará o nosso encantamento,
 O prazer da noite.
 (*A Kalevala* — Elias Lönnrot)²

2. Tradução livre. (N. E.)

No épico babilônico de 4 mil anos de idade *Gilgamesh*, o selvagem Enkidu é civilizado pelo poder humanizador da cerveja:

Enkidu não sabia nada sobre comer pão
E sobre beber cerveja ele não foi ensinado.
A meretriz falou com Enkidu, dizendo:
“Coma o pão, Enkidu, é a forma como se vive.
Beba a cerveja, como é o costume do país”.
Enkidu comeu até que ficasse saciado,
Bebeu a cerveja — sete canecos! — e ficou expansivo e cantou com alegria!
Estava exultante e seu rosto reluziu.
Baniu seu corpo desgrenhado com água
E esfregou-se com óleo, e tornou-se humano.
(*A epopeia de Gilgamesh* — anônimo)³

Após sete canecos de cerveja purificarem Enkidu o suficiente, ele se torna o braço direito do rei Gilgamesh, e lutam muitas batalhas lado a lado.

Podem existir poucas dúvidas quanto ao prazer da cerveja, assim como não se pode duvidar do desprazer da indulgência excessiva. Muitos dos escritores na primeira parte do livro argumentam que existe um significado para se escolher a cerveja pela qualidade. Mas deveríamos sempre buscar a mais alta qualidade? Isso é uma questão moral ou meramente prática? E como exatamente o companheirismo de se beber socialmente se conecta com a amizade permanente e genuína? A segunda parte do livro, “A ética da cerveja: prazeres, liberdade e caráter” olha justamente para essas questões.

Se você tivesse 50 reais para gastar em cerveja, compraria uma caixa de cerveja realmente boa ou duas ou três caixas de cerveja barata que não chega à metade do sabor? Em “Mill *versus* Miller, ou prazeres superiores e inferiores”, seu devoto organizador considera essa exata questão no contexto da filosofia moral do pensador do século XIX John Stuart Mill, o qual argu-

3. Tradução livre. (N. E.)

menta que a pessoa deveria levar uma vida melhor aprendendo a apreciar as qualidades mais admiráveis das coisas, em vez de acumular grandes quantidades de prazeres de baixa qualidade. Mill seria a favor de se comprar uma caixa com os 50 reais. Mas, como argumento, há riscos nessa abordagem; quanto mais apreciativo o indivíduo se torna em relação à alta qualidade, menos se satisfaz quando confrontado com a baixa. Para um fã da Stoudt's Double IPA, uma Miller Lite não vai descer nada fácil. Infelizmente, essa última é muito mais acessível que a primeira. Quando se trata da busca do prazer, a teoria de Mill é sutil, provocativa e merecedora de ponderação.

Em *De Moralia*, Plutarco, o escritor grego do século I d.C., escreveu que “a finalidade da bebida é alimentar e aumentar a amizade”. Plutarco sabia do que estava falando. No entanto, Jason Kawall pergunta em “Mais um chope? Sobre cerveja, amizade e caráter” se as amizades que giram em torno do ato de beber junto são especialmente profundas e se valem a pena. Indo mais a fundo nas reflexões sobre amizade, de Aristóteles aos pensadores modernos, Kawall sustenta que beber alguns chopos socialmente leva a pessoa a se expor mais, a compartilhar futuras atividades, à confiança, e gera certos tipos de histórias que são parâmetros de uma amizade rica e autêntica. Enquanto a cerveja (e o álcool que felizmente ela contém!) é o catalisador do início da amizade, não é a base da amizade subsequente. Kawall considera a questão de se outras coisas podem servir à amizade tão bem como a cerveja — por que não amigos de café, por exemplo? — e conclui que, realmente, a convivência e o ritual social de se beber cerveja é único.

A cerveja sempre foi considerada um produto essencial; foi regulamentada em um dos mais antigos conjuntos de leis já encontrados, o Código de Hamurabi, que regulamentou o preço da cerveja e detalhou as punições para comerciantes desonestos. A lei continua a adotar um intenso interesse na cerveja quase 4 mil anos mais tarde, como Alan McLeod discute em “Cerveja e autonomia”. Advogado canadense atuante, McLeod analisa as estranhas e variáveis leis canadenses que regulam a fabricação caseira, a produção comercial, o ato de viajar com cerveja, a propaganda e a embalagem, além dos impostos

e das responsabilidades relacionadas à cerveja. Ele não está simplesmente interessado em mobilizar os canadenses amantes da cerveja, mas em explorar o conceito vital de autonomia. Se existe algum valor para os cidadãos em serem livres da interferência de um governo injusto em relação a como conduzir suas vidas privadas, então certamente deveriam vivenciar uma grande liberdade em se tratando do prazer de uma humilde cerveja. Mas como McLeod nos mostra, de forma perturbadora e convincente, essa liberdade é severamente reduzida.

O papel da cerveja na vida não se limita a apreciar sua estética ou ainda à reflexão ética sobre o seu consumo. Existe também uma antiga tradição segundo a qual beber cerveja traz um tipo de sabedoria. Em *Edda Poética*, compilação nórdica do século XIII, o herói Sigurth pede a Sigrdrifa (Brunhild) para ensiná-lo a ser sábio e pergunta se ela sabia o que aconteceu em todos os outros mundos. Em resposta, Sigrdrifa diz:

Cerveja eu trago-te, | árvore de batalha,
Misturada de força | e poderosa fama
Encantos ela guarda | e sinais de cura,
Feitiços inteiramente bons | e runas da alegria.
(*Edda Poética* — compilação anônima)⁴

Nada de livros, Google, nem um time de professores. Sigrdrífa traz a cerveja — e então talvez o famoso amor que os estudantes têm pela bebida não seja tão remoto em relação a seus estudos como se pode pensar. Mas que tipo de sabedoria se pode ter em estados alterados? A *Edda* é enigmática nesse ponto, mencionando “runas de *ales*” e seu poder de curar homens mortais “até que os deuses tenham partido”. A terceira parte do livro, “A metafísica e a epistemologia da cerveja”, explora tais questões.

Em “Cerveja e gnose: o hidromel da inspiração”, Theodore Schick observa que não há dúvidas de que a cerveja é psicoativa porque sua ingestão

4. Tradução livre. (N. E.)

altera nosso estado de consciência. Mas isso também seria revelador? Isso nos dá algum tipo de conhecimento especial? Alguns filósofos, tais como o grande teórico de Harvard, William James, consideram que sim. Schick defende que ainda que as alterações causadas pela cerveja não nos forneçam nenhum fato novo, realmente nos familiarizam com um estado particular de consciência. Algumas formas de conhecimento requerem certas experiências; sentir raiva, amor e ódio requer que vivenciemos essas emoções. Nenhuma mera descrição será suficiente. O mesmo vale para a cerveja; para saber como ela é, deve-se beber um pouco. Além do mais, Schick sustenta, fazê-lo pode alterar o valor e o significado que atribuímos a fatos triviais da experiência diária.

Neil A. Manson também endereça questões de conhecimento em seu diálogo “A irracional efetividade da cerveja”. Manson toma como ponto de partida a frase atribuída a Benjamin Franklin, de que a cerveja é a prova de que Deus nos ama e quer que sejamos felizes.⁵ Inspirado no livro *Diálogos sobre a religião natural*, de David Hume, os personagens criados por Manson — Demi, Phill e Clem — debatem a legitimidade do design inteligente, o ajuste fino cósmico e a complexidade irreduzível. Bebendo cerveja numa taberna, analisam a questão sobre se o milagre feito pela levedura de transformar o açúcar presente no malte de cevada em álcool — precisamente a química que produz grande prazer — é verdadeiramente uma evidência de uma divindade caridosa. E, é claro: se a divindade é perfeitamente benevolente, então por que as ressacas?

O capítulo final dessa parte, “O que seria um estilo de cerveja?”, escrito por Matt Dunn, lida com a questão metafísica: quais são os *tipos* de cerveja? Pode parecer trivial a princípio, como se alguém pudesse simplesmente comprar um bom livro de referência e consultar: existem *pilsens*,

5. Foi com grande pesar que tomei conhecimento (como um estudioso devoto, todavia era meu dever) de que a frase de Benjamin Franklin é quase que certamente apócrifa. No entanto, ele realmente disse algo parecido sobre o vinho. Numa carta de 1779 para o Abbé André Morellet, escreveu: “Ouvimos falar sobre a conversão da água em vinho no casamento em Caná como sendo um milagre, mas essa conversão acontece, pela bondade de Deus, todos os dias diante de nossos olhos. Contemple a chuva que cai dos céus sobre nossos vinhedos; entra nas raízes de nossas videiras, para se transformar em vinho — uma constante prova de que Deus nos ama e ama que sejamos felizes”.

ales, lagers, stouts, bières de garde, dubbels, weizenbier, altbiers, lambics, bitters, milds, porters... No entanto, alguém teve que escrever esse manual de referência, e como *eles* decidiram? Existe uma classificação natural de cerveja dentro de uma espécie de tabela periódica de cervejas, ou nosso esquema de classificação é formado por conveniência, interesses idiossincráticos ou tradição? Os tipos de questões que Dunn levantou são similares àquelas que os biólogos se perguntam quando tentam decidir quantas espécies existem no mundo e o que, exatamente, as dividem.

O pensamento modesto sobre a cerveja e o ato de bebê-la levantam uma série de questões filosóficas, como já vimos. Mas e os grandes filósofos? Existem, é claro, o testemunho de “The Philosophers’ Drinking Song” [A canção ética dos filósofos] do Monty Python:

Immanuel Kant era um bêbado praticante
Que raramente era estável, com certeza.
Heidegger, Heidegger era um pedinte bebum
Que poderia “pensar” com você debaixo da mesa
David Hume poderia chegar ao cume
E ultrapassar Friedrich Hegel.
E Wittgenstein, que bêbado suíno!
Tão sem noção quanto Schlegel.
Não havia nada que Nietzsche não soubesse
Sobre levantamento de copo contra o estresse
Sócrates, coitado, vivia embriagado
Com o livre-arbítrio de John Stuart Mill
Era meia caneca e virava um barril
Platão, é o que dizem, nem mais comia
Era só meia caixa de uísque todo dia
Por uma garrafa Aristóteles se oferecia
Hobbes, fã de um gole, só bebia e dava mole
E Descartes, bêbado fedido,

Disse: “Bebo, logo existo”.

É, Sócrates, que falta você nos faz,

Um pequeno adorável pensador,

Mas um vagabundo quando bebia demais.

(Música composta por Eric Idle e ouvida pela primeira vez no 22º episódio da série de televisão “Monty Python’s Flying Circus”)⁶

Deve ser verdade que Hume e Sócrates foram pessoas com quem você teria vontade de virar um copo, mas em geral o Monty Python exagera no julgamento. No entanto, existem filósofos que tiveram um interesse na produção de cerveja e na embriaguez, e aqueles cujas teorias podem ser trazidas à tona para sustentar os interesses dos amantes da cerveja. A parte final do livro, “A cerveja na história da filosofia” trata desses assuntos.

Em “Mais bebida, proclama o espirituoso prelado”, David Hilbert considera o pensamento do filósofo do século XVIII e bispo anglicano George Berkeley, conhecido pela posteridade como o defensor da tese radical de que não existe nada considerado no mundo. Segundo Berkeley, bancos de bares, barris de chope, canecos e toda a parafernália de vida ordinária (assim como todo o restante) são meras ideias e não existem fora da mente daquele que está sentado à mesa, tirando um chope e bebendo dos canecos. O que é menos conhecido é que Berkeley dedicou muito de sua energia de sua vida já avançada para promover o uso da invenção-preparação-mistura, que ele chamou de água de alcatrão, para o tratamento de uma grande variedade de males do corpo. Felizmente, Berkeley pensou que muitas de suas mesmas virtudes eram encontradas em algumas cervejas. Pode parecer paradoxal que o mesmo homem pudesse alegar tanto que a cerveja só existe como uma ideia nas mentes dos que a consomem quanto que pode curar para todos os males conhecidos. Hilbert investiga a solução de Berkeley para esse paradoxo, demonstrando que é possível tanto apreciar quanto se beneficiar da cerveja, ainda que ela seja apenas uma ideia.

6. Tradução livre. (N. E.)

Immanuel Kant, longe de ser um bêbado praticante, provavelmente não foi o companheiro de bebida mais divertido. Ele levou uma vida pacata e sem grandes acontecimentos na pequena cidade de Königsberg, na Prússia, e ficou conhecido, primeiramente, por sua pontualidade e deferência. Porém, como Steven M. Bayne nos mostra em “As lentes da cerveja e o idealismo transcendental”, o pensamento de Kant sobre percepção e realidade tem relevância considerável para os entusiastas da cerveja. Muitos notaram que, após alguns copos, seus parceiros de bebida se tornaram mais bonitos — mas essa beleza é genuína e objetiva ou deveria ser interpretada como um artefato puramente subjetivo das lentes da cerveja? Kant tem uma história muito interessante para contar sobre como a cognição humana ajuda a formar os fatos do mundo.

No capítulo final do livro, “Para além da Grolsch e da Orval: cerveja, embriaguez e poder no pensamento de Nietzsche”, Rex Welshon explora a aparente contradição no pensamento do famoso gênio desconcertante da filosofia. Nietzsche culpa os amantes germânicos da cerveja pela “intoxicação alcoólica da Europa, que até hoje acompanhou a preponderância política e racial dos germânicos”. Por outro lado, ele enaltece exacerbadamente a embriaguez, que associa com poder, adivinhação, sensualidade, leveza, força e criatividade — sob os cuidados do deus grego Dionísio. Nietzsche insiste que a mais espiritual e sublime embriaguez é dionisíaca, enquanto reclamava sobre o “quanto há do peso enfadado, da umidade, do obscuro, quanta *cerveja* há na inteligência alemã!”. Welshon ordena tudo isso, argumentando que, para Nietzsche, transformações psicológicas não são efetuadas somente pela cerveja em si, mas vêm da grande saúde e do espírito nela contido.

Os temas e os interesses ligados à cerveja desde a antiguidade — o prazer, a amizade, o controle, o conhecimento, e a espiritualidade revitalizantes — permanecem sem redução até os dias atuais. Tomara que *Cerveja & filosofia* ilustre que águas profundas correm debaixo da superfície das nossas atividades diárias, que algo tão prosaico quanto saborear uma cerveja com os amigos é, na verdade, um aspecto da complexa, maravilhosa e infinitamente fascinante vida da mente.

No final, a filosofia é tão uma parte da cerveja quanto a cevada, como até mesmo a linguagem da sua produção revela. Os cervejeiros medem a quantidade de açúcar tanto na mistura a ser fermentada quanto no produto final, já fermentado. Como a sacarose é pesada e densa, a quantidade de açúcar determina a densidade da cerveja. A razão entre a densidade da cerveja e a da água pura determina sua densidade relativa, também chamada de gravidade específica. Junto com o ciclo de fermentação, a quantidade de açúcar também determina a quantidade final de álcool da cerveja, já que a levedura consome açúcar e produz álcool. Então, a medida de quanto açúcar há nos tonéis é uma estatística vital ao processo de produção. Mas até aqui, na ciência da fermentação, a arte da filosofia pode ser encontrada — os níveis de açúcar são medidos em graus Plato.⁷ Mera coincidência? Acho que não.

7. Também é o nome de Platão em inglês. (N. T.)

UM BRINDE À CERVEJA E À FILOSOFIA

Cilene Saorin

A filosofia parece ser desconcertante. Talvez porque construir e verbalizar pensamentos nem sempre é tão fácil. Muitos, diante do desafio das palavras, recorrem a um certo toque de divindade — uma verdade teológica de tempos antigos que define, de forma romântica, a maresia aos olhos e os estados ligeiramente alterados.

Nesta elevação de ânimo, o desconcerto se esvai e, em seu lugar, surge uma avalanche de pensamentos. À mão: um belo copo de cerveja; e ao lado: amigos que não lhe deixam calado. Neste cenário — para muitos, bastante familiar — todos têm o que falar sobre todos os assuntos. Dos temas mais irrelevantes aos superpolêmicos, uma coisa é certa: regado a cervejas, pensar e conversar ao redor de uma mesa é muito bom!

Certamente alguns dos mais notáveis predicados da cerveja são a sociabilidade e a irreverência, reunindo seres humanos de todas as épocas e de todos os lugares da terra em um papel fundamental para a integração e o pensamento.

Desde a Antiguidade, o prazer, a amizade, o conhecimento e a espiritualidade são alguns dos interesses humanos associados à cerveja. Neste livro, a filosofia e a cerveja se misturam, apresentando reflexões sobre a origem, o desenvolvimento, o sentido, os valores e a ética em nossas vidas sob o ângulo desta bebida milenar e essencial à mesa. A cerveja, que altera nosso estado de consciência, também nos ajuda a pensar diferente. A cerveja como combustível da filosofia; e a filosofia como matéria-prima humana da cerveja.

É curioso perceber como todas as culturas, as tradições e os valores de diferentes povos, manifestados através de diversas expressões de arte como pin-

tura, escultura, música, literatura e gastronomia, se constroem desde sempre pelo que a terra oferece e, por consequência, pelo que é posto à mesa. Claude Lévi-Strauss, o memorável antropólogo da cozinha, dizia que esta atividade converte a natureza em cultura. Exatamente o que é a cerveja: um dos belos resultados vindos da cozinha.

Da terra: a água, os grãos, as flores, as sementes, os condimentos, as frutas, todos ingredientes passíveis de serem utilizados na cerveja. Cevada, trigo, aveia, centeio, arroz, milho, sorgo, lúpulo, rosa, violeta, coentro, alcaçuz, chocolate, café, laranja, framboesa, cereja, cassis, pêssego, bacuri,¹ e o que mais estiver ao alcance na natureza. Do homem: a inteligência, a curiosidade, a paciência, a intuição, a inspiração e a criatividade para transformar e ampliar prazeres. Para fazer nascer diferentes culturas.

Cerveja & filosofia é um livro dedicado às pessoas que gostam, respeitam e entendem a cerveja como uma bebida de grande importância histórica, diversidade de estilos e versatilidade gastronômica. Transcende em sutilezas, muito mais do que normalmente se imagina, e apresenta delicadeza ou robustez com aromas provocantes, refinados e marcantes. É preciso ter a mente aberta e deixar que a cerveja fale por si mesma. Como música, é preciso ouvir com cuidado o que ela tem a dizer — e é bem possível que surpreenda e faça sorrir.

Com a compreensão e a sensibilidade renovadas, fica mais fácil entender o pensamento provocador de John Stuart Mill, filósofo do século XIX citado neste livro, que diz: “A vida é melhor aprendendo a apreciar as qualidades mais admiráveis em vez de acumular grandes quantidades de prazeres de baixa qualidade”. De certa forma, é o caminho para o amadurecimento gastronômico. Então que tal beber menos e melhor?

É certo que deve haver os que não gostem muito da ideia de lançar-se na experiência de degustar e rever valores. É preciso respeitar, mas digamos que o prazer à mesa sempre foi fundamental e que o equilíbrio pode ser agradável e saudável! Vale a pena pensar um pouco.

1. Bacuri: fruto do bacurizeiro (árvore grande e muito ornamental), encontrado sobretudo na região da floresta amazônica; fruto apreciado, ótimo para compota, sorvete, refresco e... cerveja!

No final das contas, e principalmente com este livro, eu parei para pensar no que me faz dedicar tantos anos da minha vida às cervejas, procurando convencer as pessoas a enxergá-las de forma diferente e a redescobri-las à mesa. Creio que acreditar, pura e simplesmente, nesta “verdade” seja minha maior força. Uma questão de filosofia de vida — que, segundo o dicionário, trata-se de uma concepção da vida de forma mais ou menos racional. Ou seja, é pensar e também sentir. Sigo então adiante movida pela paixão e pelos sorrisos meus e dos que passam pelo meu caminho.

E certamente não estou sozinha — esta resposta parece ser a mesma para uma legião de pessoas que, como eu, dedicam grande energia e bonitas palavras às cervejas. Pessoas como os brilhantes e inspiradores autores deste livro, cuja filosofia ajuda a nos aproximarmos dos sabores e da sensibilidade gastronômica de outros tempos e de todos os tempos. Um livro adorável e divertido, que recomendo ler com o tal toque de divindade à mão!

Boa leitura e saúde sempre!