



O VINHO SENTIDO

sem descrever aromas
ou atribuir pontuações

Virgílio Loureiro
Manuel Malfeito Ferreira



PLÁTANO EDITORA

ÍNDICE

Agradecimentos

Prefácio

Introdução

Parte I – A prova clássica e os sentidos

1. A evolução da prova sistematizada de vinhos

Os autores iniciais

Os precursores menos conhecidos

As fichas da prova sistemática

As avaliações das revistas de vinhos

2. A técnica e a terminologia da prova convencional

Condições prévias

A técnica clássica de prova

O vocabulário das sensações

Uma ficha convencional

3. Os tipos de prova e a análise sensorial

Como se obtêm as metáforas aromáticas

Os vinhos «maruvados»

A análise sensorial com base na comparação de vinhos

A substituição dos sentidos por instrumentos

4. A complexidade físico-química dos vinhos

Bases químicas e físicas que afetam o aspeto

Bases químicas do gosto e das sensações de boca

Bases químicas da percepção do aroma

5. A prova de vinhos e o cérebro humano

6. O cérebro provador

Processamento de informação pelo cérebro

A visão

A audição

O tato
O gosto ou paladar
O olfato
A diversidade de respostas sensoriais aos estímulos

7. O cérebro integrador

O flavor «visual»
O flavor «auditivo»
A aprendizagem perceptual do flavor

8. O cérebro emocional

O olfato como «emoção sensorial»
O prazer e a estética
Sumário

9. Notas finais

Parte II – O novo método de prova: descrever e entender as emoções do provador

- 1. Da experiência a um novo método**
- 2. Estilos de vinho e uma escala para os medir**
- 3. A sequência de prova**
- 4. Resultados da aplicação do método**
 - Descrições dos vinhos
 - Evolução da preferência ao longo do tempo
 - A validação do método pelos pares
 - A importância das emoções negativas
 - A simplificação da ficha

Parte III – Modas, estilos de vinho e preferências

- 1. A evolução do estilo dos vinhos ao longo da história**
 - O vinho na Antiguidade
 - O vinho na Idade Média

As origens da moda recente
A globalização dos gostos e das notas
A irresistível atração pela doçura e suavidade

2. As modas atuais

O estilo de vinho «medalha de ouro»
Um método que favorece os «mais fortes» e os «que vão a todas»
Quando os extremos se tocam
Um ponto de fuga: a exposição repetida ou o método emocional

3. Os vinhos de nicho

4. Adaptação dos vinhos ao «gosto global»

Manipulação dos vinhos brancos
Vinhos tintos ao «gosto dos mercados»
Envelhecimento em garrafa e brancos «adultos»
Questões finais

5. Quando a emoção fala mais alto

O efeito aureóla
Os «pré-conceitos» habituais
A segmentação dos consumidores
O efeito da familiaridade

6. O vinho como objeto de estética

O vinho pode ser um objeto de estética?
As qualidades emergentes
A difícil distinção entre estética e preferência
E se, pelo contrário, tudo fosse fácil?
A ocasião faz o vinho

7. As estéticas do vinho

O sentido de lugar: a estética da natureza
A viticultura sem *terroir*
Oportunidade de vindima e *terroir*
A nossa experiência com vinhos de *terroir*

O lote: a estética do enólogo

8. Enosofia: uma forma de entender o vinho

Uma ficha de interpretação da forma do vinho

9. A harmonia dos vinhos com a comida

Interações dos sabores da comida e do vinho

Os diferentes graus de harmonia

Contexto histórico

A escolha dos vinhos para acompanhar os pratos

Pratos da culinária tradicional portuguesa

Pratos da culinária contemporânea

Epílogo

Anexo 1: Atitudes perante a prova de vinhos

Anexo 2: Exercícios de prova

Anexo 3: Escolha de vinhos para organizar uma sessão com o novo método de prova

Anexo 4: Estilos de vinho

Bibliografia

Índice alfabético

Nota à 2.^a Edição

Quando se publica uma obra com um método de prova de vinhos totalmente novo, é natural que haja reações dos leitores mais atentos e interessados. E assim aconteceu, testemunhando o interesse com que o livro foi aceite. Alguns dos comentários recebidos permitiram-nos confirmar a dificuldade de apreensão do novo método de prova, principalmente por parte de colegas com grande experiência, interessados em entender todos os detalhes e em dar contributos para a sua melhoria. É com gratidão para com eles e ao entusiasmo com que acolheram o novo método, que decidimos introduzir ligeiras melhorias na ficha de prova e na descrição detalhada do flavor. Algumas referências bibliográficas foram atualizadas, tendo-se aproveitado para corrigir alguns erros tipográficos entretanto identificados.

■ 3. Os tipos de prova e a análise sensorial

A terminologia anteriormente descrita aplica-se aos diferentes tipos de prova. Pode ser técnica, para o profissional, descritiva, para o cientista, hedónica, para o consumidor, ou ser o conjunto de todas elas. As referências elaboradas a descritores aromáticos são comuns na chamada análise descritiva e necessitam de longos períodos de treino para aferir a sensibilidade e a terminologia dos provadores. Os resultados são tratados estatisticamente no seu conjunto e raramente refletem as respostas individuais. Nestes casos, a prova assume a forma de análise sensorial, considerada como o método científico utilizado para evocar, medir, analisar e interpretar as respostas aos produtos – vinhos, outras bebidas ou alimentos – como percebidas pelos sentidos. De uma forma simplista, a análise sensorial necessita da prova, mas a prova não precisa de respeitar as regras da análise sensorial. Nesta, os sentidos são educados, calibrados e formatados para responder sempre da mesma maneira aos estímulos. A resposta individual é diluída no meio das respostas do chamado «painel de prova», constituído por um número variável de pessoas, onde a aplicação de técnicas estatísticas permite obter o resultado final. A variabilidade de respostas pode ser grande, e é árdua a tarefa para ter painéis de prova treinados e numerosos.

Uma das maiores dificuldades da prova sistemática de vinhos junto do consumidor é a aparente necessidade de provar como um perito para perceber de vinhos. Como a tendência para avaliar a perícia de prova parece ser a de reconhecer uma infinidade de aromas, ou ficamos felizes por acertar no que o perito diz ou ficamos com a autoestima em baixo se não o conseguimos fazer. No pior, ou melhor, dos casos fazemos orelhas moucas e dizemos para nós próprios: «O que importa é saber se gosto ou não gosto do vinho.» De facto, assim é, mas esperamos que no fim deste livro perceba as razões que o levam a «gostar ou não gostar» e deixe de se preocupar com as metáforas aromáticas, que são para os profissionais.

Como se obtêm as metáforas aromáticas

A questão da descrição de odores em análise sensorial merece ser apresentada com base em exemplos, para que se perceba como são produzidas segundo o método científico. A técnica clássica assenta na análise descritiva quantitativa, em que cada provador indica a intensidade com que percebe determinado aroma. Recentemente, os investigadores têm preferido usar a frequência de citação, equivalente ao número de vezes que um descritor é mencionado, em vez da sua intensidade, por considerarem mais adequado à descrição de produtos complexos. A caracterização de cada vinho é feita comparando as diferentes frequências dos descritores

atribuídos a cada vinho. Não nos deteremos na explicação estatística, pois o que pretendemos evidenciar está bem ilustrado na tabela I.9, onde são apresentados apenas os descritores aromáticos mais comuns de duas castas internacionais bastante estudadas, a Sauvignon Blanc e a Pinot Noir (cujos vinhos foram provados em copo preto). O número de descritores totais é cerca de quatro vezes maior que o apresentado na tabela I.9, fazendo supor que cada provador terá cheirado todos os aromas, mas não é assim. Em regra, o método inclui a determinação e seleção prévias dos descritores por provadores experientes. Depois, faz-se uma lista mais curta, que será utilizada por um número maior de pessoas. A descrição mais consensual tem em conta a frequência de citação, conjugando a totalidade das respostas individuais. Os exemplos da tabela I.9 são apenas dois entre muitos descritos na literatura científica. No caso da Sauvignon Blanc, salta à vista a maior especificidade dos odores, pois parece que, ao ler os primeiros, já conseguimos adivinhar a casta. Mesmo assim, quatro dos dezoito peritos não referiram o aroma a «maracujá», considerado como típico desta variedade. Pelo contrário, os descritores do Pinot Noir poderiam aplicar-se a vinhos de outras castas. De facto, os estudos científicos, ao terem em consideração a resposta variável de muitos provadores, fazem com que não seja possível detetar diferenças significativas em muitos dos descritores. Por exemplo, a Merlot só se distinguiu da Cabernet Sauvignon de Bordéus com base na nota dada a «caramelo», mais alta na primeira casta, enquanto as notas de «rosa» e «couro» foram iguais³². Porém, o descritor «caramelo» foi igual nas duas castas noutras duas sub-regiões de Bordéus estudadas. Ou seja, mais do que a casta, parece ter sido a região a determinar as notas mais elevadas de «caramelo».

Há poucos estudos com vinhos portugueses para que o leitor possa avaliar por si a utilização destes descritores. Um dos raros exemplos é o que procura estabelecer a distinção entre os perfis aromáticos de Touriga Nacional e Tinta Roriz³³. Os descritores mais frequentes na primeira foram «brandy de ameixa», «amora», «cereja», «frutos silvestres» e «uva passa», enquanto a Tinta Roriz cheirava mais a «erva». A referência a «violeta» ou a «bergamota» seria de esperar em Touriga Nacional, mas os provadores não as consideraram como relevantes ou acharam mais adequados os outros descritores.