



# VINOTÍCIAS

O MUNDO DO VINHO EM SUAS MÃOS



**VINHOS INSULARES – PARTE 1**  
**POR MÁRCIO OLIVEIRA**

# NESSA EDIÇÃO



05

**VINHOS INSULARES – PARTE 1 - POR MÁRCIO OLIVEIRA**

**“CHADWICK E OS DESAFIOS DOS VINHOS FINOS CHILENOS” - POR SUZANA BARELLI**



08



08

**“NOVA SÉRIE APRESENTA SINASTRIA ENTRE SIGNOS E VINHOS, COMEÇANDO POR AQUÁRIO” - POR MIRIAM AGUIAR**

**03 VINHO DA SEMANA**

**05 ARTIGO**

**08 SELEÇÃO DE ARTIGOS**

**09 VIAGEM**

**11 VINHO E CULTURA: DICA**

Alguns leitores do VINOTÍCIAS solicitaram que eu sugerisse um vinho por semana, anotando notas de degustação e onde comprar:

- A lista de 2015 contemplou 260 rótulos diferentes e a de 2016 alcançou 156 vinhos.
- Em 2017 degustamos 786 vinhos em degustações com Confrarias, e listamos mais de 180 rótulos sugeridos como vinhos da semana!
- No ano de 2018 chegamos a mais de 1000 rótulos e sugerimos 252 vinhos da semana.
- Em 2019 provamos 1.120 vinhos diferentes nas diversas Confrarias que orientamos e sugerimos 142 rótulos como vinhos da semana.
- Em 2020 provamos menos vinhos por conta da pandemia (436 no total, já que parte das Confrarias foram adiadas e parte com degustações on-line), e sugerimos 117 rótulos como vinhos da semana.
- Em 2021 provamos 982 vinhos diferentes, sendo 64 deles com screw cap. Dos vinhos com rolhas, 2 estavam bouchonnées, 3 apresentaram vazamentos nas rolhas e estavam decrépitos. Abrimos 5 vinhos do Porto a fogo. Fizemos sugestão de 112 rótulos como Vinho da Semana.
- Em 2022 provamos 1.034 vinhos diferentes, sendo 92 deles com screw cap. Dos vinhos com rolhas, 1 estava bouchonnée, 2 com vazamentos nas rolhas e estavam decrépitos sendo usadas para mostrar os seus aromas. Abrimos 2 vinhos do Porto a fogo. Fizemos sugestão de 106 rótulos como Vinho da Semana.
- Em 2023 provamos 1.511 vinhos diferentes, sendo 122 deles com screw cap. Dos vinhos com rolhas, 2 estavam bouchonnée. Abrimos uma garrafa de Vinho do Porto a fogo. Fizemos sugestão de 130 rótulos como Vinho da Semana.

Os vinhos geralmente são provados em degustações promovidas semanalmente, sendo a grande maioria delas realizadas às cegas.

\*\* A pedidos, introduzimos uma escala que relaciona o vinho e preço, segundo a escala:

- Até R\$75 - \$
- Entre R\$75 e R\$ 150 - \$\$
- Entre R\$ 150 e R\$ 250 - \$\$\$
- Entre R\$ 250 e R\$ 500 - \$\$\$\$
- Entre R\$ 500 e R\$ 1.000 - \$\$\$\$\$
- Acima de R\$ 1.000 - Estelar

## QUINTA DO VALE MEÃO 2019 – DOURO – PORTUGAL

Quinta do Vale Meão, propriedade que dá nome ao vinho, foi a última das aproximadamente 30 grandes quintas que pertenceram à famosa Dona Antónia Adelaide Ferreira, conhecida por todos como “Ferreirinha”, um dos nomes mais importantes da história vinícola de Portugal, em especial do Douro. O Meão foi a única quinta que Ferreirinha construiu do zero, em um terreno onde antes só havia mato e animais selvagens, uma área ainda pouco explorada do Douro Superior, justamente pela distância que separava a região das cidades do Porto e de Vila Nova de Gaia e pela dificuldade em se chegar até lá. Francisco Javier de Olazabal, trineto da lendária Ferreirinha, assumiu a gestão do grupo nos anos 1970 e, ao longo dos anos, em um processo de aquisição das partes de familiares e coproprietários, em 1994, tornou-se, juntamente com seus filhos, único proprietário da quinta. Em 1998, após renunciar ao cargo de presidente da A.A.Ferreira, Francisco estabeleceu a empresa F. Olazabal & Filhos, da qual é o atual presidente e seu filho Francisco de Olazabal y Nicolau de Almeida é o enólogo.

Desde a sua primeira safra, em 1999, o vinho tem recebido todos os anos prêmios impressionantes da imprensa especializada, incluindo o de “Melhor Vinho de Portugal” na safra 2000 pela Revista de Vinhos, o quarto lugar no ranking dos melhores vinhos do mundo de 2014 da Wine Spectator, além dos 96 pontos de Robert Parker para a safra 2011. Rico, denso e incrivelmente complexo, é um tinto que pode evoluir por muitos anos. Uma unanimidade!

Por mérito próprio, o Quinta do Vale Meão é realmente um dos mais cobiçados vinhos de Portugal. Destaque merecido pela qualidade que este vinho oferece em todas as colheitas em que é lançado. A Quinta produz ainda um segundo vinho, o Meandro do Vale Meão, feito a partir das vinhas mais novas que também merece elogios por sua qualidade.



**Composição de Uvas:** Blend de Touriga Franca (60%), Touriga Nacional (35%), Tinta Barroca (3%) e Tinta Roriz (2%). Após esmagamento as uvas passaram por um choque térmico seguido de pisa a pé durante quatro horas, em lagares de granito. O mosto foi transferido para cubas de vinificação de pequena capacidade com controlo de temperatura. Nesta colheita 10% dos vinhos fermentaram com o engaço e as castas foram vinificadas separadamente. Maturado 18 meses em barricas de carvalho francês de 225 litros, sendo 45% novas e 55% de segundo ano.

**Notas de Degustação:** Cor rubi escuro. Aromas de frutas vermelhas e negras maduras, toques florais, de ervas maceradas e de especiarias, que aparecem tanto no nariz quanto na boca. Um vinho encorpado que impressiona pelos taninos polidos, com acidez vibrante e final persistente, com toques terrosos, de amoras, de violetas, de mineral e alcaçuz.

**Estimativa de Guarda:** Beba agora ou até 2029 (guarda sugerida pela vinícola é de 10 anos), mas pelo que provei, aguenta tranquilamente 20 anos!

**Reconhecimentos:** 95 WS; 96 RP e 98WE

**Notas de Harmonização:** Harmoniza com carnes vermelhas grelhadas, assadas ou ensopadas. Cordeiro ou Cabrito serão muito bem-vindos como companhia.

**Serviço:** servir entre 16 e 18°C

**Faixa de Preço – Estelar**

**Em BH: MISTRAL - Rua Cláudio Manoel, 723 - Savassi - BH. Tel.: (31) 3115-2100.**

## VINHOS INSULARES – PARTE 1

POR MÁRCIO OLIVEIRA

**Para a maioria dos amantes de vinho, a primeira associação para os vinhos insulares seriam os produzidos nas ilhas italianas ou gregas. Isso é compreensível devido à percepção da Itália e da Grécia como historicamente países vinícolas desde a antiguidade.** Ninguém pode argumentar que algumas das ilhas mais famosas para a produção de vinho são, de fato, italianas ou gregas. Da Sardenha e Sicília a Creta e Santorini, essas ilhas são verdadeiros tesouros de variedades autóctones e lar da cultura antiga do vinho.

No entanto, a Europa possui diversas ilhas que contribuem significativamente para a criação de vinho. Desde os solos vulcânicos dos Açores em Portugal até as costas acidentadas da Córsega na França e as vinhas encantadoras da Madeira até os vinhos dourados da ilha italiana de Pantelleria ou Lanzarote nas ilhas canárias da Espanha, cada ilha traz um conjunto único de características que criam sua expressão nos vinhos locais.

As ilhas da Croácia também têm uma longa história de vinificação que remonta aos tempos anteriores aos romanos. A geografia única da Croácia, com suas inúmeras ilhas espalhadas ao longo da costa adriática, oferece um ambiente ideal para a viticultura. Cada ilha possui suas distintas tradições de vinificação, variedades de uva autóctones e diversos terroirs, tornando-se um destino fascinante para os amantes de vinho.

E não se pode esquecer também dos vinhos feitos nas ilhas Norte e Sul que forma a Nova Zelândia e a vizinha Tasmânia, na Austrália, entre outras que vamos detalhar. Este será nosso tema nos próximos artigos do Vinotícias.

**CRETA – Grécia** - A maior das ilhas gregas, Creta, produz vinho há mais de 4.000 anos. É conhecida por suas variedades de uva nativas como as brancas Vilana, Vidiano, Dafni e Thrapsathiri. As variedades tintas mais populares são Kotsifali, Liatiko e Mantilari. Você poderá provar todas estas variedades a qualquer momento que visitar Creta, mas a experiência de vinificação estará disponível apenas durante o pico da época da colheita (final de agosto).

Das 250 cepas de uvas nativas da Grécia, umas 45 são usadas para a produção de vinhos comerciais, e em Creta 11 delas são muito utilizadas. Atualmente muitas variedades quase extintas estão voltando a serem pesquisadas para a produção de vinho. Essas uvas são cultivadas em altitudes que variam do nível do mar a mais de 900 metros, e em solos que incluem calcário, ardósia, argila de cálcio e terra vermelha. O clima quente e as paisagens variadas da ilha criam vários estilos de vinho. Nas latitudes meridionais típicas das ilhas gregas, a colheita realiza-se no final de agosto a início de outubro.

As técnicas de condução dos vinhedos são bastante características. Em Santorini, e mesmo em Creta, as plantas crescem espalhadas sobre o solo, sem nenhum suporte. O caule tem seu desenvolvimento conduzido horizontalmente, em anéis superpostos, para proteger as folhas do vento sequíssimo. A ilha possui extensa tradição produtora de vinhos, tanto que é possível visitar as diversas prensas de vinho esculpidas em pedra, espalhadas por toda região, datadas da era veneziana (século XII).

A uva Vilana é indiscutivelmente um clássico da viticultura da Ilha de Creta. Cria um vinho branco seco com coloração amarela e tons esverdeados. Nos aromas percebe-se flores, notas cítricas e peras frescas que trazem na boca um gosto frutado, macio e com acidez marcante. Harmoniza muito bem com saladas, peixe frito e frutos do mar.

Jorge Lucki aponta os vinhos de Creta, além de Santorini, como outra opção grega de melhor custo-benefício. A região enfrenta problemas similares a Santorini no manejo dos vinhedos, mas tem vantagens para a cultura de uvas brancas. O movimento de valorização de variedades autóctones ganhou corpo nas últimas décadas, tanto entre consumidores como produtores de vinhos. Diversos vinicultores ao redor do mundo não poupam esforços para recuperar ou salvar uvas que foram esquecidas, ou, em alguns casos, chegaram a beirar a extinção.

Na Grécia Antiga vinificação foi uma ocasião especial com oferendas aos deuses. Nos tempos modernos, continua a ser um evento muito tradicional e festivo. Começa cedo pela manhã quando todas as famílias e parentes recolhem e carregam as uvas. Tradicionalmente, a parte mais divertida do processo era a pisa de uvas. Esta antiga técnica vitivinícola ainda é praticada em algumas regiões da Grécia, e Creta em particular. É uma ocasião super única com muitas tradições e diversão.

Muitas vinícolas estão localizadas nas regiões de Chania e Heraklion. Elas oferecem a oportunidade de você participar de vinificações de final de agosto a início de outubro. É uma ótima maneira de aprender sobre a cultura vitivinícola de Creta, conhecer as vinícolas locais, saber sobre diferentes técnicas de vinificação, e, claro, experimentar o melhor de vinhos tintos, brancos e rosados de Creta.

**SANTORINI – Grécia** - Famosa por suas paisagens deslumbrantes e dramáticas vistas para o oceano, praias ensolaradas e edifícios icônicos caiados de branco com tetos pintados de azul, Santorini também é conhecida por sua viticultura única. Santorini é uma das regiões vinícolas mais emocionantes da Grécia, conhecida por vinhos brancos feitos a partir da uva local de Assyrtiko, produzida como um vinho varietal ou misturada com Athiri e Aidani.

Os solos vulcânicos da ilha, ventos fortes e métodos tradicionais de cultivo de uvas produzem vinhos excepcionais, particularmente os brancos de Assyrtiko nítidos e movidos por minerais. O Assyrtiko é um vinho branco nítido e mineral feito da uva local Assyrtiko, que prospera nos solos vulcânicos de Santorini em videiras conduzidas de uma forma peculiar. Enquanto Assyrtiko é uma uva consistente, criando vinhos poderosos, maduros e com toques minerais de pedra e fumaça, com notas cítricas; é impossível separá-la da região em que é cultivado. Primeiro de tudo, Santorini foi coberto em lava e cinzas quando um vulcão explodiu há mais de um milênio, criando um solo de forte influência vulcânica.

Além disso, a ilha recebe muito pouca chuva, então os vinhedos dependem de névoas úmidas do mar e do nevoeiro noturno para obter água. O nevoeiro e a precipitação são absorvidos pelo solo poroso e vulcânico, forçando as videiras a criarem raízes profundas à procura de água. Essas condições aumentam a intensa mineralidade e a qualidade salina nos vinhos de Santorini, ambos definindo características do vinho da Assyrtiko.

Os vinhedos de Santorini provavelmente parecerão curiosos para quem não cultivou vinho em uma ilha. Os produtores de vinho protegem suas parcelas dos ventos incrivelmente fortes que saem do mar do mar Egeu usando o método Koulara, ou videiras tecidas em forma de cesta com cachos de uva no meio. Por outro lado, os ventos fortes e quentes impedem doenças nas vinhas, o que significa que é muito mais fácil trabalhar organicamente em Santorini. A falta de argila no solo da ilha também impediu a filoxera de atacar videiras, permitindo que muitas videiras antigas sobrevivam e continuem produzindo ótimos vinhos.

Além dos brancos secos, a Assyrtiko é usada em Santorini para o Vin Santo. Neste caso, os cachos são secos ao sol tórrido de agosto ou setembro por dez dias, e envelhecido em barricas por anos. Estes vinhos doces são extremamente longevos (um século ou mais), embora seu baixo teor alcoólico. Alguns Vin Santos são resultado da combinação da Assyrtiko com a Aidani Aspro, variedade usada na Idade Média para a produção do Malvasia. A planta é vigorosa, produzindo mosto com teores relativamente baixos de açúcares e ácidos. O corte dá ao Vin Santo aromas florais de jasmim.

**SICÍLIA – Itália** - A maior ilha do Mediterrâneo, na Sicília, tem uma rica história de vinificação que remonta a milhares de anos. Apesar de ser uma ilha, na ponta da bota da Itália, tem um território bastante vasto, com cerca de 25,5 mil quilômetros quadrados. E há ainda as ilhas e arquipélagos vizinhos como as Eólias, Ustica, as Égadas, Pantelleria e as Pelágias.

A Sicília produz vinho desde antes de 750 a.C. Da Antiguidade clássica até nossos dias, essa parte da Itália foi um verdadeiro caldeirão de culturas, invadida por fenícios, gregos, cartagineses, vândalos, árabes, normandos e espanhóis, que deixaram sua marca nos monumentos e na cultura siciliana. Durante todo este tempo, a presença dos fermentados sempre foi marcante e atingiu seu ápice no século XVIII, quando os ingleses criaram o vinho Marsala. O vinho da região foi negligenciado até recentemente, porque grande parte da história moderna da Sicília foi baseada na vinificação a granel, lembrando que a região é a terceira maior produtora de vinho da Itália. Ultimamente, mais produtores focaram na qualidade modernizando métodos e equipamentos, criando a vanguarda da vinificação siciliana. Agora, existem várias regiões importantes liderando a produção e fornecendo diversidade aos vinhos desta ilha.

A Sicília produz uma gama diversificada de vinhos tintos e brancos, usando variedades de uvas locais como Nerello Mascalese, Nocera, Nero d'Avola, Frappato, Perricone e Catarratto, Carricante, Grillo, Zibbibo, Inzolia, além de variedades internacionais. A Nero prospera no ensolarado clima da Sicília, oferecendo sabores de frutas e especiarias escuras. Os solos vulcânicos do Monte Etna contribuem para o caráter distinto dos vinhos produzidos nesta região.

O Etna, localizado no leste da Sicília, é a região vinícola mais conhecida da ilha e é bastante influenciada pelo vulcão ativo do Monte Etna. O solo vulcânico não apenas influencia a mineralidade dos vinhos, mas as inclinações fornecem o benefício da elevação e da exposição ao sol, criando uma combinação única de maturação e intensidade misturada com elegância e acidez. Os vinhos brancos, rotulados como Etna Bianco, são baseados na uva de Carricante e os vinhos tintos rotulados como Etna Rosso, são baseados em Nerello Mascalese, frequentemente misturados com a suculenta Nerello Cappuccio.

A costa sul da Sicília abriga a região de Vittoria, que é mais conhecida pelo vinho Cerasuolo di Vittoria, uma mistura tinta profundamente frutada da Nero d'Avola e da floral Frappato. Os vinhos resultantes são tipicamente de corpo médio e fáceis de beber, menos influenciados pelo solo vulcânico, mas ainda distintamente terrosos.

Completando a diversidade desta ilha há a região de Marsala, no oeste da Sicília, que produz o vinho fortificado com o mesmo nome. A qualidade dos verdadeiros vinhos de Marsala, dos grandes e tradicionais produtores sicilianos, como Florio, Pellegrino, entre outras cantinas, está muito longe do vinho de cozinha barato, próprio para molhos. Os vinhos de qualidade são ricos com camadas de aromas e sabores de nozes em estilos seco ou doce, verdadeiros néctares podendo acompanhar sobremesas ou serem bebidos como vinho de meditação.

Então, pensando num dia de muito calor, que tal provar um vinho destas ilhas? Saúde !!! Aproveite para comentar se gostou ou não!!! (Este artigo está baseado em material disponível na internet, e minhas considerações em relação as pesquisas).



OS ARTIGOS A SEGUIR SÃO REPRODUÇÕES DAS MATÉRIAS E ARQUIVOS VEICULADOS NOS PRINCIPAIS JORNAIS BRASILEIROS, QUE TRATAM DO TEMA, SENDO CITADOS SEM NENHUM VALOR DE JUÍZO, CORREÇÕES, INSERÇÕES OU CENSURA, PROCURANDO DIVULGAR A CULTURA DO VINHO ENTRE AS PESSOAS QUE RECEBEM O VINOTÍCIAS

## “CHADWICK E OS DESAFIOS DOS VINHOS FINOS CHILENOS” - SUZANA BARELLI

LE VIN FILOSOFIA – 27/01/2024

Dono dos vinhos Señá, Viñedo Chadwick e Don Maximiano, o empresário comemora os 20 anos da Cata de Berlin, degustação que mostrou o potencial dos seus vinhos.

Ousadia talvez seja o melhor adjetivo para definir o empresário chileno Eduardo Chadwick, dos vinhos Señá, Viñedo Chadwick, Don Maximiano e, mais recentemente, Pizarras, no Chile. Seu melhor lance foi apostar na “Cata de Berlin”, degustação às cegas na qual os rótulos chilenos de Chadwick ficaram à frente de tintos consagrados como os châteaux Lafite, Margaux e Latour, e italianos, como Solaja. A prova, conduzida pelo inglês Steven Spurrier (1941-2021), já famoso por outra degustação às cegas, o Julgamento de Paris, mostrou ao mundo que o Chile também tinha tintos de (muita) qualidade.

“Naquela época, nenhum vinho chileno era degustado pelos críticos internacionais. Não tínhamos nenhuma pontuação para mostrar aos consumidores e aos comerciantes”, conta Chadwick.

Antes desta degustação histórica, o ousado Chadwick já havia escalado o Aconcágua, o pico mais alto da Cordilheira dos Andes, e recuperado a vinícola da família, fundada por Don Maximiano (daí o nome do tinto premium) em 1870. Tinha também transformado o campo de polo da família (então o esporte preferido do seu pai) em um dos vinhedos de cabernet sauvignon mais prestigiados do país, e que dá origem ao tinto Viñedo Chadwick. O vinhedo fica ao lado das vinhas de outros dois vinhos chilenos, o Almaviva e o Don Melchor... Leia a reportagem completa em: <https://www.estadao.com.br/paladar/le-vin-filosofia/chadwick-e-os-desafios-dos-vinhos-finos-chilenos/>

## “NOVA SÉRIE APRESENTA SINASTRIA ENTRE SIGNOS E VINHOS, COMEÇANDO POR AQUÁRIO” - MIRIAM AGUIAR

MONITOR MERCANTIL – VINHOS – 26/01/2024

Entre 16 de abril e 8 de outubro de 2021, publiquei nesta coluna uma série de artigos que intitulei de Zodíaco dos Vinhos. Foi uma espécie de viagem eno-astrológica, que me permitiu trabalhar de forma criativa o repertório das principais castas viníferas, tomando de empréstimo os conhecimentos de Astrologia para caracterizar as uvas e seus vinhos.

Mais do que supor que as uvas fossem marcadas por uma configuração astrológica particular, assim como se afirma em relação às pessoas, interessou-me buscar uma analogia entre aquilo que prevê o repertório qualificador dos signos em seus humores e personificações e as principais características que cada cepa pode conferir aos seus vinhos.

Eu poderia usar outros repertórios, como música, filmes, personagens da história, mas achei que o tema da Astrologia teria um apelo mais universal e lúdico. O objetivo foi didático, buscando uma forma original para dissertar sobre as principais uvas que dão origem aos vinhos mundialmente.

Falei sobre cada signo e escolhi três uvas para os três decanatos de cada signo. O tema causou curiosidade e agradou muitos leitores. Mas sempre observei que as pessoas queriam que as uvas do seu signo fossem as mesmas dos vinhos que mais gostam, embora este não fosse de fato o objetivo. Por tal analogia, eu sugeria que algumas cepas tinham perfil “ariano”, outras “canceriano” e por aí vai. Ou seja, eu não estava indicando o vinho que cada signo deveria beber. Afinal, se alguém é de libra, isso não significa que tenha atração por pessoas ou elementos mais “librianos”.

Diante dessa busca de cada um pelo vinho que gostaria, resolvi agora me inspirar no conceito de “sinastia” da Astrologia para tentar indicar qual vinho poderia ser mais atraente para cada signo. A sinastia estuda as afinidades entre os signos. Quem trabalha nessa área busca avaliar as afinidades entre duas pessoas pela avaliação de seus mapas astrais. Como isso está fora do nosso propósito, me limitarei a indicar aqui, principalmente, qual é o signo oposto complementar de cada signo vigente no momento da publicação (uma por mês) para pressupor quais as uvas teriam espírito semelhante.... Leia a reportagem completa em: <https://monitormercantil.com.br/nova-serie-apresenta-sinastia-entre-signos-e-vinhos/>

## 15 A 24. JUN. 2024 – VINO GOURMET PERU - VIAGEM COM EXPERIÊNCIA CULTURAL E ENOGASTRONÔMICA

**Conhecido por sua cena culinária ricamente variada, o Peru agora está procurando um lugar ao sol no mundo dos vinhos. Na realidade, ele é o país mais antigo produtor de vinho da América do Sul.**

O país pode ser o próximo grande produtor de vinho, isto porque, tem a mesma altitude e influência oceânica de seu vizinho, o Chile. Além disso, não sofre com geadas e ainda se beneficia com as correntes de ar em direção aos vinhedos, proporcionando assim um equilíbrio perfeito entre temperatura e umidade.

Quando falamos do Peru, logo nos vem à cabeça a imagem de Machu Picchu e ceviche – prato peruano que tem como ingrediente peixe cru marinado em suco de limão ou outra bebida cítrica. Dificilmente, o país nos remeterá a um cenário vinícola ou fará lembrar uma taça de vinho, mas o fato é que o Peru quer estar na rota de vinho, e mais do que isso, o país tem a pretensão de ser um dos grandes produtores de vinhos do mundo.

Sua produção de vinho e cultivo das uvas são feitas, principalmente, nas regiões de Ica, Lima, Moquegua, Arequipa, Ancash e La Libertad, sendo que a maior produção ocorre em Ica. O país possui como característica o equilíbrio essencial entre a umidade e contrastes diários da temperatura, que oferecem condições ideais de crescimento da videira.

Apesar de seus vinhos ainda não estarem entre os mais conhecidos, as vinícolas estão apostando em tecnologia para que, num futuro próximo, possam concorrer diretamente com os outros países da América do Sul. As principais uvas cultivadas são as Tannat, Petit Verdot, Malbec, Cabernet Sauvignon, Sauvignon Blanc, Sémillon e Albillo. O Pisco Sour, a “caipirinha peruana,” é um destilado de vinho fresco e fermentado do mosto da uva.

Já a gastronomia peruana é fantástica! Não é toa que muitos consideram Lima a capital gastronômica da América Latina. A culinária do país vai muito além do famoso ceviche, possuindo diversos pratos típicos bem peculiares e diferentes de tudo, utilizando ingredientes que só são encontrados localmente, como carne de alpaca, além das pimentas e temperos para os mais variados gostos.

Mantendo suas raízes, mas em contínua evolução, a cozinha peruana vive um momento de reconhecimento. O Peru é hoje a casa de grandes cozinheiros e chefs mundiais. No mundo inteiro as pessoas estão conhecendo sua cultura e apreciando seus pratos. O prato que abriu as portas do Peru para o mundo talvez seja o ceviche.

A cozinha Peruana é muito rica e variada, com sabores marcantes. Tem, por um lado, a cozinha da costa do Pacífico, por outro lado a cozinha das montanhas, e por outro a cozinha da selva amazônica. Os sabores mais marcantes se encontram na diversidade de peixes e frutos do mar, assim como na grande variedade de legumes e frutas, sem esquecer das batatas e dos milhos. Entre os principais ingredientes podemos distinguir os ajíes, aji mirasol,

aji panka, aji limo, o aji amarillo e o rocoto, aguaymanto, quinoa, chirimoya, achiote, maiz mote, yuca, olluco, camote, papa amarilla, huayro, perricholi, huamantanga, maiz morado, huacatay, entre outros. Todos estes ingredientes são muito utilizados na cozinha peruana, depende muito da região onde se está cozinhando.

O Peru foi a sede do grande Império Inca, que se expandiu por quase toda América Latina. Os incas criaram um sistema de agricultura muito engenhoso, formavam terraços para cultivar sobre os terrenos dos Andes, ajudados por um sistema de irrigação de água. Nesta época, o ingrediente fundamental era a batata, e dela, os incas fizeram o famoso prato elaborado com restos de batata desidratada e reidratada, conhecido como carapulca.





Em seguida veio a colonização dos espanhóis, que também já traziam 800 anos de colonização árabe. Nessa época se desenvolveu o que hoje é conhecida como a comida criolla, da qual podemos destacar o prato ocopa (amendoim processado, aji, leite e queijo), característico da cidade de Arequipa ao sul do Peru.

Depois chegaram os chineses pelo Pacífico no século XIX e XX e desenvolveram a tão famosa cozinha chifa. Entre seus pratos podemos destacar o lomo saltado (file mignon, tomate, cebola roxa, molho shoyu e batata frita servido com arroz).

Em 1899 chegaram os primeiros japoneses ao Peru e foi bem ali que a aclamada cozinha nikkei começou. Os japoneses deram um aporte muito importante à cozinha peruana, especialmente em relação aos peixes. Entre os pratos podemos destacar o tiradito, uma espécie de sashimi acompanhado por um molho apimentado.

**Peça o Roteiro que já está finalizado e inclu** • visitas a vinícolas com degustação de entre vinhos. • almoços em vinícolas e restaurantes reconhecidos • **Completa apostila com informações do destino, regiões e produtores**

**vitivinícolas visitados. • Informações e Reservas: Na Zenithe Travelclub.** Consultoria e Operadora de Viagens Culturais e de Conhecimento. Belo Horizonte. Contatos: GERMÁN ALARCÓN-MARTÍN; WhatsApp:  [\(31\) 99834-2261](https://api.whatsapp.com/send?phone=549998342261) ou e-mail para contatos: [german@zenithe.tur.br](mailto:german@zenithe.tur.br)

## NOTÍCIAS ENOGASTRONOMICAS E DICAS

### MUDANÇAS SIGNIFICATIVAS NA INDÚSTRIA DO VINHO NO HORIZONTE

“Temos que produzir menos”. A professora Simone Loose, da Universidade de Geisenheim, espera grandes desafios para a indústria do vinho este ano: “A tendência de declínio do consumo não desaparecerá, mesmo que a economia se recupere”.

O declínio do consumo de vinho levará a mudanças significativas na indústria. Apesar dos grandes desafios, o ProWein Business Report 2023 vê uma “fresta de esperança”.

Muito, muito complicado, muito pouco lucrativo. Este é o resultado do ProWein Business Report 2023, que a Prof. Simone Loose, chefe do Institute for Wine and Beverage Business da Geisenheim University, preparou em nome da ProWein. Para este barômetro do setor, ela entrevistou 2.000 membros da indústria do vinho, incluindo produtores, exportadores, importadores, retalhistas de vinho, bem como representantes das indústrias de restauração e hotelaria dos países vitivinícolas mais importantes da Europa e do exterior.

A situação da economia global ainda é avaliada como frágil. 59% dos inquiridos estavam preocupados com a recessão econômica global, quase metade com o declínio do consumo de vinho – em 2022 o número ainda era inferior a um terço. Quase três quartos citaram os aumentos de custos como uma ameaça aos seus negócios, um número ligeiramente inferior aos 85% que o fizeram em 2022. As questões da cadeia de abastecimento foram citadas com muito menos frequência como problemas - embora a pesquisa tenha ocorrido antes dos rebeldes Houthi quase fecharem o Mar Vermelho e o Canal de Suez ao transporte marítimo, causando mais problemas e aumentos de preços na logística global.

Duas em cada três empresas e vinícolas melhoraram sua estrutura de custos. Um em cada dois retalhistas de vinho reduziu a sua carteira ao retirar da lista vinhos não rentáveis - o que, ao mesmo tempo, aumenta a pressão competitiva sobre produtores, exportadores e importadores. 54% dos comerciantes e 60% dos produtores registraram lucros mais baixos em 2023.

**Segmento básico ganha, vinhos premium perdem** - O único segmento de mercado que registou crescimento em 2023 foi o dos vinhos baratos e populares. No varejo, os vinhos premium perderam 12% e os da classe média, 7%. O segmento básico aumentou 12%. De acordo com o relatório empresarial, esta tendência continuará, embora em graus variados dependendo da região. Entre os produtores de vinho, todos os três segmentos perderam ligeiramente.

As regiões onde os retalhistas registaram o maior declínio nas vendas de vinhos premium são a América do Norte (EUA e Canadá) com menos 42% e a Escandinávia (Finlândia, Dinamarca, Noruega e Suécia) com menos 43%. O crescimento mais significativo no segmento popular foi registado na Holanda (20%), Áustria (18%) e Suíça (15%). Os retalhistas alemães perderam 11% no segmento premium e 5% no segmento médio, enquanto os vinhos básicos aumentaram 13%. Os autores do estudo esperam que esse desenvolvimento continue a aumentar nos próximos dois anos. Apenas menos de 40% dos entrevistados veem boas chances de sucesso em uma estratégia premium exclusiva.

**Razões para o declínio do consumo** - O menor rendimento disponível dos consumidores é citado como uma das principais razões para o declínio do consumo de vinho. As tendências de saúde também estão fazendo com que muitos consumidores, especialmente os mais jovens, abandonem o álcool ou mudem para bebidas com menor teor alcoólico (movimento “NoLo”). Os pesquisadores de mercado de Geisenheim escrevem que a indústria do vinho também poderia se beneficiar disso com uma gama maior de produtos desalcooolizados. No entanto, outras bebidas como a cerveja e as bebidas espirituosas estão a revelar-se uma ameaça ainda maior ao cenário vitivinícola, com as vendas a crescerem significativamente à custa do vinho, especialmente na América do Norte, na Escandinávia e nos Países Baixos.

Loose explicou que os “grandes intervenientes” na indústria global de bebidas alcoólicas têm uma vantagem em comparação com muitos produtores de vinho devido aos seus orçamentos de publicidade significativamente maiores. 91% dos produtores de vinho franceses entrevistados para o relatório disseram que outras bebidas alcoólicas poderiam chegar melhor aos consumidores mais jovens. Esta opinião é partilhada pela maioria dos países produtores – com exceção da Áustria.

A conclusão do Relatório de Negócios ProWein é: A indústria deve fazer tudo ao seu alcance para aproveitar a tendência de saúde e levar alternativas como os vinhos “no-and-low” à maturidade técnica e sensorial para que sejam vistos pelos varejistas e consumidores tão sérios sejam vistos vinho. “A tendência

de declínio do consumo não desaparecerá quando a economia recuperar”, enfatiza o Prof. Loose. As razões para o declínio do consumo de vinho variam de região para região

**O vinho precisa ser mais fácil de entender** - Uma clara maioria de especialistas do setor também afirma que o vinho precisa ser apresentado na comunicação de uma forma que seja mais fácil de compreender. Outras bebidas alcoólicas têm uma imagem menos elitista e por isso chegam melhor aos consumidores jovens. Para competir com as despesas de marketing de outras bebidas, o vinho deve tornar-se novamente mais rentável. Apenas uma pequena parte da indústria continua a comercializar o vinho como um produto premium exclusivo.

Uma estratégia de comunicação simplificada terá impacto na legislação vitivinícola e, portanto, na política vitivinícola. De acordo com o Business Report, as fronteiras geográficas tornar-se-ão menos importantes, uma vez que, de qualquer forma, atrairiam apenas os fãs de vinho muito interessados. Loose, portanto, exige: “Não copie o sistema AOC, ele não tem futuro.” Isso coloca sob uma nova luz as atuais discussões sobre classificações de vinhedos na Alemanha e na Áustria com base no modelo da Borgonha. Em vez disso, os varejistas e produtores precisam se concentrar em novos conceitos que sejam compreensíveis para os clientes para alcançar novos grupos-alvo.

**O marketing do vinho do futuro na perspectiva dos retalhistas e produtores** - Apesar do declínio do consumo de vinho durante anos, as áreas e quantidades de produção permaneceram as mesmas até recentemente. Isso levou a um excesso de oferta global. Três quartos dos produtores observam, portanto, um desequilíbrio no mercado, que afeta os preços das uvas e do vinho em barrica.

No entanto, devido aos investimentos de longo prazo em sistemas e máquinas, os produtores ficam presos às suas vinhas durante décadas. O resultado é uma concorrência de preços que é ruínosa para muitas empresas. A maioria dos produtores é, portanto, a favor de reduzir o excesso de oferta, reservando vinhas ou utilizando de forma diferente as áreas vitícolas. Quando questionados se a ajuda governamental era necessária para isso, quase 50% dos produtores responderam “sim”. Por outro lado, muitos também não acreditam que o apoio público seja necessário.

Devido à já baixa rentabilidade do negócio do vinho, apenas alguns vêem as reduções de preços como uma solução, especialmente em Espanha e na Alemanha, onde os preços do vinho em barrica já são muito baixos. Os produtores em França, Itália e Espanha consideram que as campanhas orientadas para o mercado, como as dirigidas aos consumidores jovens, são mais promissoras. De qualquer forma, o resumo do capítulo feito pelo Prof. Loose em uma frase é: “Temos que produzir menos!” “Temos que produzir menos”. A professora Simone Loose, da Universidade de Geisenheim, espera grandes desafios para a indústria do vinho este ano: “A tendência de declínio do consumo não desaparecerá, mesmo que a economia se recupere”.

O declínio do consumo de vinho levará a mudanças significativas na indústria. Apesar dos grandes desafios, o ProWein Business Report 2023 vê uma “fresta de esperança”.

Muito, muito complicado, muito pouco lucrativo. Este é o resultado do ProWein Business Report 2023, que a Prof. Simone Loose, chefe do Institute for Wine and Beverage Business da Geisenheim University, preparou em nome da ProWein. Para este barómetro do setor, ela entrevistou 2.000 membros da indústria do vinho, incluindo produtores, exportadores, importadores, retalhistas de vinho, bem como representantes das indústrias de restauração e hotelaria dos países vitivinícolas mais importantes da Europa e do exterior.

A situação da economia global ainda é avaliada como frágil. 59% dos inquiridos estavam preocupados com a recessão econômica global, quase metade com o declínio do consumo de vinho – em 2022 o número ainda era inferior a um terço. Quase três quartos citaram os aumentos de custos como uma ameaça aos seus negócios, um número ligeiramente inferior aos 85% que o fizeram em 2022. As questões da cadeia de abastecimento foram citadas com muito menos frequência como problemas - embora a pesquisa tenha ocorrido antes dos rebeldes Houthi quase fecharem o Mar Vermelho e o Canal de Suez ao transporte marítimo, causando mais problemas e aumentos de preços na logística global.

Duas em cada três empresas e vinícolas melhoraram sua estrutura de custos. Um em cada dois retalhistas de vinho reduziu a sua carteira ao retirar da lista vinhos não rentáveis - o que, ao mesmo tempo, aumenta a pressão competitiva sobre produtores, exportadores e importadores. 54% dos comerciantes e 60% dos produtores registaram lucros mais baixos em 2023.

**Segmento básico ganha, vinhos premium perdem** - O único segmento de mercado que registou crescimento em 2023 foi o dos vinhos baratos e populares. No varejo, os vinhos premium perderam 12% e os da classe média, 7%. O segmento básico aumentou 12%. De acordo com o relatório empresarial, esta tendência continuará, embora em graus variados dependendo da região. Entre os produtores de vinho, todos os três segmentos perderam ligeiramente.

As regiões onde os retalhistas registaram o maior declínio nas vendas de vinhos premium são a América do Norte (EUA e Canadá) com menos 42% e a Escandinávia (Finlândia, Dinamarca, Noruega e Suécia) com menos 43%. O crescimento mais significativo no segmento popular foi registado na Holanda (20%),

Áustria (18%) e Suíça (15%). Os retalhistas alemães perderam 11% no segmento premium e 5% no segmento médio, enquanto os vinhos básicos aumentaram 13%. Os autores do estudo esperam que esse desenvolvimento continue a aumentar nos próximos dois anos. Apenas menos de 40 % dos entrevistados veem boas chances de sucesso em uma estratégia premium exclusiva.

**Razões para o declínio do consumo** - O menor rendimento disponível dos consumidores é citado como uma das principais razões para o declínio do consumo de vinho. As tendências de saúde também estão fazendo com que muitos consumidores, especialmente os mais jovens, abandonem o álcool ou mudem para bebidas com menor teor alcoólico (movimento "NoLo"). Os pesquisadores de mercado de Geisenheim escrevem que a indústria do vinho também poderia se beneficiar disso com uma gama maior de produtos desalcooolizados. No entanto, outras bebidas como a cerveja e as bebidas espirituosas estão a revelar-se uma ameaça ainda maior ao cenário vitivinícola, com as vendas a crescerem significativamente à custa do vinho, especialmente na América do Norte, na Escandinávia e nos Países Baixos.

Loose explicou que os "grandes intervenientes" na indústria global de bebidas alcoólicas têm uma vantagem em comparação com muitos produtores de vinho devido aos seus orçamentos de publicidade significativamente maiores. 91 % dos produtores de vinho franceses entrevistados para o relatório disseram que outras bebidas alcoólicas poderiam chegar melhor aos consumidores mais jovens. Esta opinião é partilhada pela maioria dos países produtores – com exceção da Áustria.

A conclusão do Relatório de Negócios ProWein é: A indústria deve fazer tudo ao seu alcance para aproveitar a tendência de saúde e levar alternativas como os vinhos "no-and-low" à maturidade técnica e sensorial para que sejam vistos pelos varejistas e consumidores tão sérios sejam vistos vinho. "A tendência de declínio do consumo não desaparecerá quando a economia recuperar", enfatiza o Prof. Loose. As razões para o declínio do consumo de vinho variam de região para região

**O vinho precisa ser mais fácil de entender** - Uma clara maioria de especialistas do setor também afirma que o vinho precisa ser apresentado na comunicação de uma forma que seja mais fácil de compreender. Outras bebidas alcoólicas têm uma imagem menos elitista e por isso chegam melhor aos consumidores jovens. Para competir com as despesas de marketing de outras bebidas, o vinho deve tornar-se novamente mais rentável. Apenas uma pequena parte da indústria continua a comercializar o vinho como um produto premium exclusivo.

Uma estratégia de comunicação simplificada terá impacto na legislação vitivinícola e, portanto, na política vitivinícola. De acordo com o Business Report, as fronteiras geográficas tornar-se-ão menos importantes, uma vez que, de qualquer forma, atrairiam apenas os fãs de vinho muito interessados. Loose, portanto, exige: "Não copie o sistema AOC, ele não tem futuro." Isso coloca sob uma nova luz as atuais discussões sobre classificações de vinhedos na Alemanha e na Áustria com base no modelo da Borgonha. Em vez disso, os varejistas e produtores precisam se concentrar em novos conceitos que sejam compreensíveis para os clientes para alcançar novos grupos-alvo.

**O marketing do vinho do futuro na perspectiva dos retalhistas e produtores** - Apesar do declínio do consumo de vinho durante anos, as áreas e quantidades de produção permaneceram as mesmas até recentemente. Isso levou a um excesso de oferta global. Três quartos dos produtores observam, portanto, um desequilíbrio no mercado, que afeta os preços das uvas e do vinho em barrica.

No entanto, devido aos investimentos de longo prazo em sistemas e máquinas, os produtores ficam presos às suas vinhas durante décadas. O resultado é uma concorrência de preços que é ruínea para muitas empresas. A maioria dos produtores é, portanto, a favor de reduzir o excesso de oferta, reservando vinhas ou utilizando de forma diferente as áreas vitícolas. Quando questionados se a ajuda governamental era necessária para isso, quase 50% dos produtores responderam "sim". Por outro lado, muitos também não acreditam que o apoio público seja necessário.

Devido à já baixa rentabilidade do negócio do vinho, apenas alguns vêm as reduções de preços como uma solução, especialmente em Espanha e na Alemanha, onde os preços do vinho em barrica já são muito baixos. Os produtores em França, Itália e Espanha consideram que as campanhas orientadas para o mercado, como as dirigidas aos consumidores jovens, são mais promissoras. De qualquer forma, o resumo do capítulo feito pelo Prof. Loose em uma frase é: "Temos que produzir menos!"... Leia mais em: [https://magazin.wein.plus/prowein-business-report-wir-muessen-weniger-produzieren-signifikante-veraenderungen-der-weinbranche-am-horizont?utm\\_campaign=Newsletter&utm\\_source=Newsletter\\_2024\\_04&utm\\_medium=EN](https://magazin.wein.plus/prowein-business-report-wir-muessen-weniger-produzieren-signifikante-veraenderungen-der-weinbranche-am-horizont?utm_campaign=Newsletter&utm_source=Newsletter_2024_04&utm_medium=EN)

(Fonte – WEINPLUS – Alexander Lupersböck - 22/01/2024).

## PESQUISADORES DA TU WIEN RESOLVEM O MISTÉRIO DA ROLHA DE CHAMPAGNE

Uma equipe do Instituto de Mecânica dos Fluidos e Transferência de Calor da Universidade de Tecnologia de Viena (TU) analisou matematicamente o que

acontece quando as rolhas de champanhe são estouradas pela primeira vez. Eles complementaram seus cálculos com imagens de câmeras de alta velocidade – e obtiveram resultados surpreendentes.

Enquanto a rolha voa a uma velocidade de cerca de 20 metros por segundo, o gás que escapa ultrapassa a rolha e quebra a barreira do som a uma velocidade de cerca de 400 metros por segundo. À temperatura ambiente, são 340 metros por segundo. Isto cria uma onda de choque que altera significativamente as condições de pressão na frente da boca da garrafa. A temperatura também muda abruptamente à medida que o gás se expande. Em alguns locais, pode arrefecer até 130°C negativos e até pequenos cristais de gelo seco podem formar-se a partir do CO<sub>2</sub> do vinho espumante. “Temperaturas diferentes levam a cristais de gelo seco de tamanhos diferentes, que dispersam a luz de maneiras diferentes. Isso resulta em fumaça de cores diferentes. Em princípio, você pode determinar a temperatura do vinho espumante a partir desta cor”, explica o autor do estudo, Lukas Wagner.

O estrondo quando uma garrafa de espumante é aberta rapidamente não se deve apenas à expansão abrupta da rolha, que cria uma onda de pressão. A onda de choque causada pelo jato supersônico de gás – comparável ao estrondo sônico dos aviões – também contribui para o som característico.

“Inicialmente, não esperávamos que fenômenos supersônicos realmente ocorressem quando uma garrafa de champanhe estourou”, diz o autor do estudo, Bernhard Scheichl. “Mas, como mostram nossas simulações, isso surge naturalmente das equações da mecânica dos fluidos, e nossos resultados concordam muito bem com os experimentos.” Os métodos desenvolvidos para o estudo também podem ser aplicados a outras áreas que envolvam fluxos de gás ou mísseis balísticos, como projéteis ou foguetes.... Leia mais em: [https://magazine.wein.plus/news/researchers-at-tu-wien-solve-the-mystery-of-the-champagne-cork-pop-supersonic-shock-wave-and-cold-shock-on-opening?utm\\_campaign=Newsletter&utm\\_source=Newsletter\\_2024\\_04&utm\\_medium=EN](https://magazine.wein.plus/news/researchers-at-tu-wien-solve-the-mystery-of-the-champagne-cork-pop-supersonic-shock-wave-and-cold-shock-on-opening?utm_campaign=Newsletter&utm_source=Newsletter_2024_04&utm_medium=EN)

(Fonte – WEINPLUS – 22/01/2024).