

A experiência do gosto

O mundo do vinho segundo Jorge Lucki



Copyright © 2010 by Jorge Lucki/ Valor Econômico S.A.

Grafia atualizada segundo o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990, que entrou em vigor no Brasil em 2009.

Capa

Flávia Castanheira

Mapas

Sonia Vaz

Preparação

Maria Cecília Caropreso

Índice remissivo

Luciano Marchiori

Revisão

Camila Saraiva

Ana Maria Barbosa

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, sp, Brasil)

Lucki, Jorge

A experiência do gosto : o mundo do vinho segundo Jorge Lucki / Jorge Lucki. — São Paulo : Companhia das Letras, 2010.

ISBN 978-85-359-1759-8

1. Vinho e vinificação I. Título.

10-10022

CDD-641.22

Índice para catálogo sistemático:

1. Vinho : História

641.22

[2010]

Todos os direitos desta edição reservados à

EDITORA SCHWARCZ LTDA.

Rua Bandeira Paulista, 702, cj. 32

04532-002 — São Paulo — SP

Telefone: (11) 3707-3500

Fax: (11) 3707-3501

www.companhiadasletras.com.br

A Lonka, Dora, Juliana e Tonzinho

Sumário

Apresentação – Angela Klinke, 17

Nota do autor, 19

INTRODUÇÃO AO MUNDO DO VINHO

Paladar globalizado, ou quando tudo acaba em Cabernet, 25

Aromas, sabores e maquiagem nos barris de carvalho, 28

Da casca do sobreiro e do risco de beber um *bouchonné*, 32

Tanino, anidrido, histamina e a sensibilidade de cada um, 36

Eterna disputa entre os “natura-ateus” e os “terroiristas”, 41

O desafio europeu de vencer o calor na prova dos taninos, 45

Acidez e taninos em plena harmonia pelo bem comum, 49

Astronomia e biologia a favor do vinho de *terroir*
valorizado, 53

Muitas emoções com uma Magnum e suas irmãs maiores, 58

O prazer que não precisa ser uma caixinha de surpresas, 62

O sublime sabor da maturidade, 65

Podres poderes de um micélio benquisto, 69

- Elas são a diferença entre força e brutalidade, 73
Gabarito do sabor, 79
Dando tratos à rolha no jogo dos experts, 82
Saber servir: aspectos importantes para harmonizar vinhos
num jantar em casa, 85
Um decanter contra o imediatismo da modernidade, 91

OS DIFERENTES TIPOS DE VINHO

- O *nonsense* do preconceito de cor ao encher a taça, 97
Brunello pede cuidado para se beber algo além do rótulo, 101
A esperteza que envolve um vinho “sem compromisso”, 105
Cada um de nós tem uma bagagem única de experiências, 109
Brinde espumante antes de começar a beber estrelas, 113
A saga sem afetação dos californianos, 117
Desprezado, mas necessário na adega dos bebedores vips, 121
Dê uma chance ao Madeira, fruto de acidentes, 125
Independência para o cultivo, a produção e a qualidade, 129
A transição na escala do conservador ao moderno, 141

CONHECENDO AS UVAS

- As várias faces da Pinot Noir, 149
Os alternativos Sauvignon Blanc viram *in* entre modernos, 152
Pomerol e Saint Emilion garantem o prestígio da Merlot, 156

VISITANDO PAÍSES PRODUTORES

- Novo e Velho Mundo sugerem uma saudável infidelidade, 163
Sopa de letrinhas e o avanço da Pinot Noir, 167
Os segredos de uma campeã de audiência, 174
A evolução e o reconhecimento do vinho nacional, 189
Da pioneira Serra Gaúcha à descoberta de novos *terroirs*, 194

A magia da terra produtiva entre o Pacífico e os Andes, 202
Novos espanhóis entram na briga com o Vega-Sicília, 208
Prestígio que desafia todos os conceitos e previsões, 218
Portugal deixou de ser apenas Vinho Verde, Dão e Porto, 223
Vantagem dos uruguaios começa no embalo da feijoada, 229

QUANDO AS PARTICULARIDADES DAS REGIÕES FAZEM TODA A DIFERENÇA

Champagne, borbulhas coroadas, 237
Uma ofensiva etílica na poeira da máfia, 243
Uma região instigante numa França já soberba, 248
As crianças cheias de personalidade do Romanée-Conti, 257
As mulheres mandam no mundo galego, 262
Terroir, caprichos da Pinot Noir e uma banana para
os gurus, 266
Chablis é um começo para os “tintófilos” aguerridos, 277
No jardim das oportunidades, o branco dos terraços
parisienses, 281
Os consumidores e produtores merecem ordem na casa, 289

JUNTANDO PRAZERES ATRAVÉS DA HARMONIZAÇÃO

Arde e assopra: pratos tropicais combinam com o *crème
de la crème* dos fermentados brancos, 305
Os segredos e as surpresas das combinações de vinhos
e pratos de inverno, 310
Os brancos que reverenciam as sutilezas do peixe cru, 314
Casamento de tinto com queijo acaba em divórcio
litigioso, 318
Companheiros para o ataque ao panetone e às nozes, 322
Paixões que podem ser plenamente satisfeitas na Páscoa, 325
A cozinha condimentada e seus parceiros mais sensuais, 329

PERSONAGENS DO MUNDO DO VINHO

Cálice amargo: os bastidores nada nobres da disputa pelo
Château d'Yquem, 335

Vovô era uma uva: a noite em que os herdeiros do Domaine
Ramonet mostraram que um vinho vai muito além dos
buquês e dos taninos, 342

O bacante: Thomas Jefferson, amante e lobista do vinho no
país do burbom, 347

A saga dos Rothschild, 351

O futuro em uma nota: Robert Parker determina o sucesso
ou o fracasso de um rótulo, 357

Angelo Gaja faz história na Itália: trajetória do produtor mais
poderoso do país, 363

Pelas mãos de Rolland matura-se um *blend* de sucesso, 369

Ele sabia a diferença entre um vinho ruim
e o mau bebedor, 374

Índice remissivo, 377

INTRODUÇÃO AO MUNDO DO VINHO

Paladar globalizado, ou quando tudo acaba em Cabernet

O clube dos consumidores que bebem qualquer vinho, desde que seja elaborado com Chardonnay, se for vinho branco, ou com Cabernet Sauvignon, se for tinto, está cada vez maior. Essa é uma questão de paladar, de moda, de facilidade ou de marketing? Na verdade é um pouco de tudo.

A partir da década de 1970, cada vez mais regiões produtoras de vinho passaram a fazer parte do mercado. Sem um nome comercialmente forte, como os tradicionais Bordeaux, Borgonha ou Chianti, a alternativa é destacar o nome da uva no rótulo, uma maneira de dar identidade a quem não tem, de se apropriar de um nome conhecido, de credibilidade, já que a cepa é internacional. Cabernet todo mundo conhece: é a principal uva dos Bordeaux, o mais célebre dos vinhos tintos; Chardonnay é a variedade dos famosos Borgonhas brancos.

Além de conhecidas, essas uvas também têm a vantagem de se adaptar facilmente às mais diversas condições climáticas. O clima é a principal barreira ao plantio de qualquer uva em qualquer lugar. Outras uvas que dão vinhos famosos, como a Sangiovese

(dos Chiantis), a Pinot Noir (Borgonhas tintos) ou a Riesling (a rainha dos vinhos da Alsácia), têm dificuldade de se aclimatar fora de suas regiões de origem. Embora a febre da Chardonnay e da Cabernet tenha atingido até produtores tradicionais — Itália, Espanha e Portugal —, os países do Novo Mundo — Austrália, Estados Unidos, Argentina, Chile e África do Sul — foram os grandes usuários dessa estratégia de conquista de mercado, aproximando-se mais daqueles consumidores — que são a maioria — que não têm paciência para gravar nomes de regiões, sub-regiões ou produtores. Para o iniciante, o nome da uva é sinônimo de garantia.

Essa oferta geral de Cabernet e Chardonnay provoca uma globalização ou, mais exatamente, uma standartização, criando um padrão mundial de vinhos, fazendo com que o vinho perca sua mágica, um de seus maiores atrativos. O vinho corre o risco de se tornar um produto cada vez mais monótono, cada vez mais industrial, sem riscos, mas também sem charme. Além da excessiva oferta de rótulos com essas uvas, muitos deles não refletem o lugar, a procedência. Por trás de cada uva há também sua tipicidade e sua origem. Sem isso, os vinhos ficam todos iguais, sem personalidade, como *fast-foods*, comidas com o mesmo gosto. De nada adianta fazer um Bordeaux na Califórnia; Bordeaux fazem os bordaleses — os vinhos californianos devem ter sua personalidade própria. Esse foi, por exemplo, o grande objetivo (e desafio) de Christian Moueix, proprietário do Château Petrus (um dos vinhos mais famosos e caros de Bordeaux) ao se instalar no Napa Valley, em 1982, para produzir o vinho Dominus. O vinho pode ter o espírito dos grandes Châteaux de Bordeaux, mas reflete o *terroir* da Califórnia.

Não acredito que no curto ou médio prazo os países do Novo Mundo vão mudar significativamente, direcionando-se para a produção de vinhos elaborados com outras uvas, ou para a pes-

quisa de uvas mais apropriadas a seus respectivos climas e solos, desenvolvendo assim um produto seu, como acontece nos países produtores tradicionais, dando uma personalidade a seus vinhos, uma diferenciação. Uma identificação. Esporadicamente, alguns países já transmitem essa imagem, por exemplo a Nova Zelândia, com seus vinhos à base de Sauvignon Blanc, a Austrália, com a Shiraz, e a Argentina com a uva Malbec. É louvável ainda o caso de Portugal, que está conquistando novos mercados graças à modernização de seus métodos vitivinícolas e à adaptação às suas variedades de uvas indígenas, tão originais quanto seus nomes, Touriga, Trincadeira ou Castelão.

Existe um número limitado de uvas nobres capazes de compor grandes vinhos, mas muitas não têm a importância que merecem. Fico contente quando vejo um vinho se destacar fora do eixo Cabernet, Merlot e Chardonnay. Isso é acreditar e apostar na evolução do paladar do consumidor e, conseqüentemente, na sua capacidade de apreciar um bom vinho.