

Vinhos



3 Q e 4 P



IVAN CARLOS REGINA
 é engenheiro do setor de transporte público,
 associado do Instituto de Engenharia
 e autor dos livros *Vinho, o Melhor Amigo*
do Homem e Harmonizando Vinho&Comida
 E-mail: ivanregina@terra.com.br

No mundo do vinho existem três gráficos que procuram medir a qualidade de um vinho, aos quais já nos referimos anteriormente.

O primeiro é o que indica a qualidade em função do seu tempo de estocagem (*gráfico 1*).

No seu nascimento o vinho já tem alguma qualidade, mas esta será crescente com o tempo. No início de sua vida o vinho melhora muito, mas logo ele começa a se estabilizar e o vinho entra naquilo que chamamos de “patamar de consumo”. Atingida sua vida útil, a qualidade do vinho começa a declinar e ele logo depois morre.

O tempo gasto neste processo é que varia, existindo vinhos que duram apenas um ano e outros que duram mais de 20 anos.

Consulte tabelas especializadas para saber o ponto ótimo de consumo de seu vinho preferido.

A segunda curva importante é que relaciona a qualidade do vinho com seu preço (*gráfico 2*).

Quando os preços são baixos, variações incrementais normalmente levam a aumento de qualidade.

Este aumento, entretanto, tende

a diminuir quando o preço se eleva muito. Assim, num vinho que é o dobro do preço de outro, sendo ambos baratos, pode dobrar a qualidade, mas esta relação é impossível para vinhos de grande qualidade.

Acima de um determinado patamar de qualidade torna-se muito dispendioso – ou às vezes até impossível – aumentá-la.

Nossos vizinhos chilenos, por exemplo, já têm muitos vinhos recebendo até 95 pontos de nota da crítica especializada, mas não conseguem romper esta barreira.

Por outro lado têm produzido vinhos com 90, 92 pontos cada vez mais baratos. Conversei com alguns enólogos chilenos que manifestaram sua preocupação com este “teto de qualidade”, pois um país costuma mais ser julgado pelos vinhos ícones do que por sua média de qualidade.

Assim os vinhos de preço médio costumam apresentar melhores relações preço/qualidade do que os muito baratos ou muito caros.

O último dos gráficos é o que relaciona a avaliação de um vinho com um número estatisticamente significativo de avaliadores, e que é representado por uma curva normal (*gráfico 3*).

As pessoas avaliam os vinhos de

uma forma uniforme, que converge para uma nota comum. Se um determinado vinho é avaliado como ótimo por muitas pessoas, dificilmente ele será avaliado como péssimo por outras pessoas.

Muito raramente se vê vinhos avaliados com notas muito diferentes, principalmente se os avaliadores forem expertos. Não que o paladar se modifique ou se torne diferente entre um leigo e um conhecedor, mas a prática leva ao reconhecimento de padrões de qualidade de uma determinada amostra de forma mais fácil.

Se juntarmos todos estes gráficos, obteremos uma “zona ótima de consumo” (*gráfico 4*).

Se pudéssemos, numa abstração, recomendar a escolha de vinhos baseado neste último gráfico, diríamos: compre vinhos dos quais todos já gostaram, de preços medianos e consuma-os no prazo certo. Creio este ser o único conselho que podemos aprender com o estudo da qualidade do vinho, que, aliás, é o produto mais difícil de ser adquirido.

E por quê?

O vinho é (junto com o queijo) um produto perecível, mas que pode melhorar com o tempo, e depois estragar definitivamente.

Ele é produzido num grande número de países, com diferentes “terroirs” e por diferentes métodos.

O vinho apresenta diversidade de tipos e variação de qualidade impressionante. Ele é vendido a varejo e por atacado, numa extensa cadeia logística que o retira do vinhedo e o coloca em nossa mesa de refeição.

É o produto mais interligado à história do homem e, principalmente, à sua cultura e civilização.

Assim é impossível comprarmos vinhos sem o avaliarmos dentro do conceito dos 3 Ps (product, place, price).

Costumo fazer uma brincadeira (maldosa) quando me ligam perguntando por um vinho bom, ao que eu sempre respondo – “De que faixa de preço?”.

Quando o amigo responde – “Qualquer uma”, indico sempre o Chateau Petrus, de Pomerol, e onde ele pode ser comprado.

Alguns minutos mais tarde o colega, indignado, me telefona de volta – “Mas o vinho que você me indicou custa dez mil dólares”, e eu, invariavelmente, retruco: “Mas eu te perguntei o preço, você falou qualquer um”.

Estes vinhos caríssimos, inacessíveis para nós, evidentemente não têm boa relação entre preço e qualidade.

Não conheço ninguém que não avalie a qualidade do produto, o preço e o ponto de venda quando se trata de vinho.

Resta um último ponto de análise, o quarto P, de promoção.

Tenho um amigo que só compra vinho pelo desconto.

Ele me telefona, dizendo: – “O vinho está de 200 reais por 70 reais, logo estou ganhando 140 reais por garrafa”, e eu sempre respondo: – “Mais provavelmente você estará perdendo seus 70 reais”.

Muitos importadores oferecem descontos simplesmente por que os vinhos são ruins ou já estão estragados, já passaram do ponto de consumo.

Se comprar vinho já é uma coisa difícil, imagine comprar vinho em promoção. É como atravessar um campo minado de bermuda: ou vá com o mapa das minas ou tenha muita fé.

Às vezes o vinho é bom e está no tempo correto do consumo, mas foi mal estocado, conservado em depósitos quentes, mal arejados, o que provoca extinção de seus aromas e sabor a queimado.

O correto é adquirir uma garrafa em promoção, experimentá-la, e só depois comprar mais, se for o caso. Às

vezes não dá, pois o vinho se esgota, mas é melhor perder uma oportunidade do que comprar vinhos estragados.

Algumas importadoras não se dão nem o trabalho de disfarçar: já lançam vinhos novos (novidades) com altos descontos – de tanto por muito menos – simplesmente zombando dos consumidores.

Por isto, desconfie sempre de pechinchas e grandes descontos, em especial de vinhos brancos e roses, que têm vida curta.

Os vinhos mais longevos, como os fortificados Porto e Madeira, ou os tintos encorpados, como os Bordeaux e os Barolo, raramente se encontram em promoção.

Ninguém bebe vinho bom se não sabe comprá-lo. A única alternativa é estudar o assunto, ou confiar em quem entende. Um amigo ou uma amiga, às vezes até mesmo um vendedor de confiança, é sempre importante, pois a amizade sempre ressalta a qualidade do vinho. Saúde! 🍷

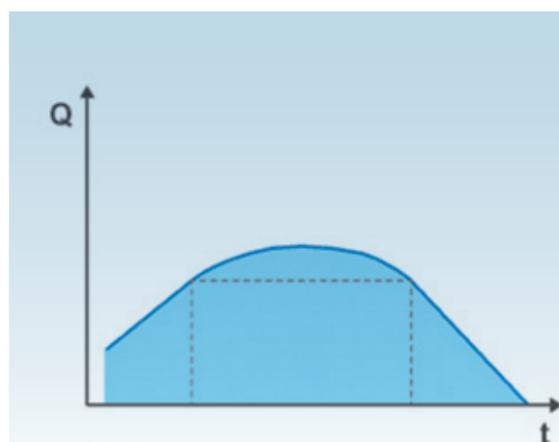


Gráfico 1

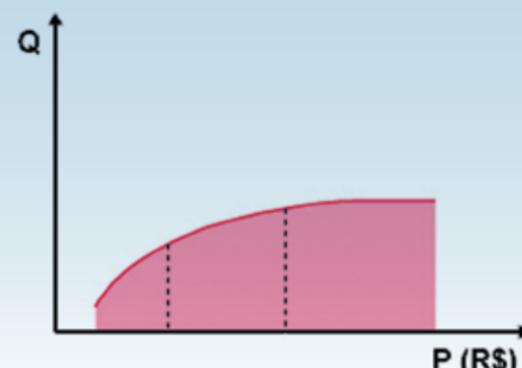


Gráfico 2

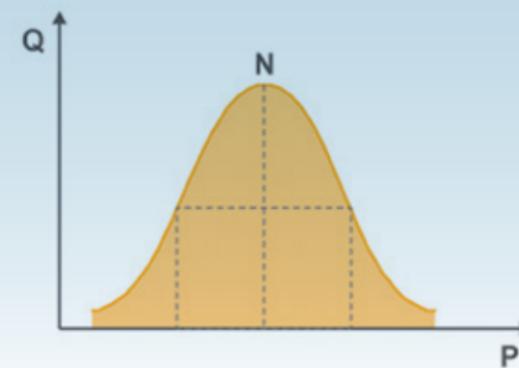


Gráfico 3

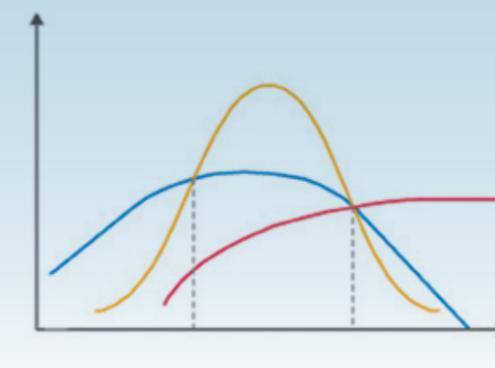


Gráfico 4