

A COMPLEXIDADE AROMÁTICA DO VINHO – O PRAZER DA PROVA CONSCIENTE

A civilização do vinho conquistou o mundo de hoje. Existem atualmente muito poucos povos que escapam ao atrativo desta bebida fascinante. Pode dizer-se que o consumo de vinho deve obedecer a duas regras: a moderação e o bom gosto, o que se resume na frase “beber pouco, mas beber bem”. São com certeza os bons vinhos que permitem esta filosofia de vida. Ensinam a virtude da temperança, a quem quiser escutar a sua mensagem.

Paulo J.F. Cameira dos Santos¹, Vasco Penha Garcia²

¹ Instituto Nacional de Investigação Agrária e Veterinária



² Bacalhô Vinhos de Portugal



iStock





1. Introdução

O Médio Oriente foi o berço da Agricultura, há mais de 11 000 anos na região designada Crescente Fértil (Figura 1). Foi também aí que começou a cultura da vinha, que nasceu na Mesopotâmia, expandindo-se depois por toda a região mediterrânica. Nessas primeiras Civilizações, as uvas e o vinho sempre tiveram um carácter sagrado, mas foi na Grécia Antiga que, a par do enorme desenvolvimento que teve a Filosofia, se operou a “divinização” do vinho.

Dionísio é na antiga religião grega o deus dos ciclos vitais e do vinho, mas também da intoxicação que funde o bebedor com a deidade. Foi o último deus aceite no Olimpo, filho de Zeus e da princesa Sêmele.

Platão, na sua obra magistral *A República* apresenta-nos o seguinte diálogo:

“— *Se queres falar dos apaixonados e do seu procedimento tomando-me como exemplo, aceito, por amor da discussão.*

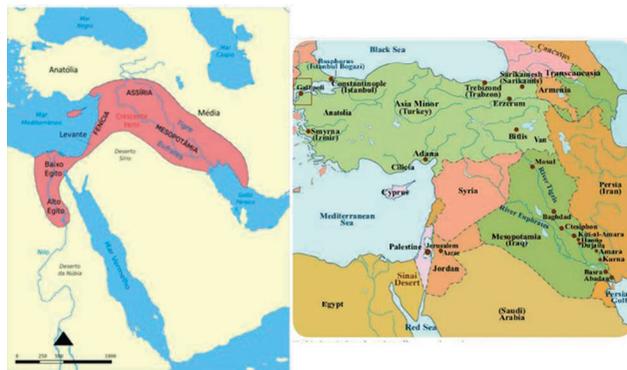
— *Pois então!* – exclamei eu –. *Não vês que os que gostam de vinho fazem exatamente o mesmo e qualquer pretexto lhes serve para saudarem todos os vinhos?”*

Diálogo entre Gláucon e Sócrates.
In “*A República*” – Livro V.
Platão (375 a.C.)

Este diálogo entre dois grandes filósofos da Antiguidade, evidencia que um deles (Gláucon) admite estar apaixonado, e que o outro (Sócrates) aproveitava para comparar o enamoramento humano com a atitude “dos que gostam de vinho”.

É uma das muitas passagens que a Literatura Clássica nos apresenta para exaltar a capacidade do vinho para despertar emoções.

Na era moderna, sobretudo após o desenvolvimento das ciências Agroalimentares, ter de admitir que as emoções têm um papel importante na prova e na avaliação dos vinhos é um facto que nos pode deixar um pouco nervosos. Isto porque, ao afirmar tal realidade, parece que colocamos em risco os pressupostos positivistas que estão subjacentes aos prodigiosos avanços científicos e técnicos dos nossos tempos.



Crescente Fértil
há 11 000 anos atrás –
as principais potências agrícolas eram a
Mesopotâmia, a Fenícia e o Egipto

Crescente Fértil
há 2 000 anos atrás –
são visíveis as divisões político-
administrativas

Figura 1 – O Crescente Fértil, berço da Agricultura e foco de expansão das variedades europeias de *Vitis vinifera*.

Tendencialmente, a Prova deveria ser uma ciência exata, ou seja, independente da forma como nos sintamos a respeito dela e dos produtos que estamos a avaliar.

Além disso, temos o “problema” da linguagem. Na nossa experiência quotidiana, constatamos esta realidade: as palavras servem não apenas para transmitir informação, mas também para expressar sentimentos e influenciar os outros. Como receptores, a linguagem cumpre a sua função quando nos afeta (de uma maneira ou doutra), e nos leva a experimentar algo, nos faz tomar uma decisão, ou nos faz (por exemplo) ter confiança onde antes não existia.

O provador não pode, pois, deixar de ter confiança – essa é a palavra-chave – não apenas nas informações que lhe chegam diretamente dos sentidos ao provar um vinho, mas também nesses fluxos de informação neuronal, depois de serem “impregnados” pelas emoções e sentimentos.

2. A prova é uma arte difícil

A primeira dificuldade deriva do carácter subjetivo da prova (apoiar-se em impressões pessoais), sendo que a personalidade do provador tem um papel essencial. Por definição, um fenómeno “objetivo” é precisamente aquele que, contrariamente à prova organolética, se presta a medições e que é possível

expressar por números. É independente do operador; diz respeito ao objeto e não ao sujeito pensante. Ao fazer uma pesagem ou fazer a medição de um comprimento, o resultado é sempre o mesmo qualquer que seja a técnica, o aparelho de medida e o momento. No entanto, não é possível medir objetivamente um gosto, um aroma; as tentativas feitas a este propósito ainda não surtiram efeito até hoje.

Os quatro gostos elementares – doce, ácido, salgado e amargo – opõem-se e modificam-se mutuamente. O gosto de um vinho não é de modo nenhum o resultado de uma soma aritmética de vários componentes.

Desde há muito que o engenho humano tem proposto numerosos olfatômetros, mas nenhum deles pode prescindir do órgão humano que é o olfato. Um dos aparelhos que se propõe aproximar a química das emoções humanas, é o vulgarmente designado “SNIFFER” e está representado na Figura 2.



Figura 2 – Aparelho de cromatografia em fase gasosa de alta resolução, com um by-pass que permite desviar uma parte do fluxo para uma via lateral, possibilitando ao operador “cheirar” cada composto separado, ao mesmo tempo que o visualiza no display.

Não é possível definir quantitativamente a intensidade de um aroma ou de um gosto, sem os referenciar a estímulos iguais ou diferentes, sem os

PUBLICIDADE
1/2 página

comparar, havendo uma acentuada perda de rigor, caso não se trate exatamente do mesmo gosto nem do mesmo aroma. Temos capacidade para afirmar que um gosto é mais forte do que outro, mas é-nos impossível afirmar quantas vezes. Por outras palavras, não existe proporcionalidade direta entre as sensações percebidas pelos sentidos e as concentrações das substâncias sápidas e aromáticas presentes na amostra.

Alguns trabalhos de investigação sugerem que existe uma constante entre o estímulo (necessário para produzir uma sensação olfativa) e a concentração total, ou seja:

$$I = k [C] \quad [1]$$

onde:

I – Intensidade do estímulo percebido pelo nariz;

[C] – concentração do composto na solução;

k – constante de proporcionalidade.

A questão está em determinar, para cada composto (por exemplo, de entre os que estão apresentados nos Quadros 1 e 2), o valor da constante k.

Peynaud & Blouin (1997)^[1] propõem que as sensações são proporcionais aos logaritmos das concentrações dos estímulos, o que equivale a dizer que $k = \text{Log}_{10}$.

Nas últimas duas décadas, muitos estudos foram feitos neste sentido. Uma parte desses estudos propõe-se melhorar o valor atribuído à constante k (conservando a equação [1]); um outro grupo de estudos põe em causa a simplicidade da equação [1], e contrapõe outros modelos mais sofisticados. A discussão continua acesa entre os investigadores.

3. O provador confrontado com a impotência das palavras

Os diferentes vinhos são submetidos à competência do especialista em prova, às suas disposições, ao seu vocabulário, ao sentido exato que atribui a tal ou tal qualidade, a tal defeito, o que sublinha a importância da personalidade do provador, ou seja, a prova vale o que valer o ser humano que prova. Cada vez que pega num copo, o provador põe



Shoek

em prática os seus conhecimentos e utiliza toda a sua experiência profissional. A infalibilidade não pertence ao domínio da prova, sendo, portanto, de admitir que o parecer de um mesmo provador possa variar consoante as suas disposições e as condições de trabalho, entre outros fatores.

Existem, portanto, bastantes diferenças entre: (a) consumo de vinho; (b) prova *consciente*; e (c) prova profissional. A primeira dessas diferenças é o facto de que o consumo de vinho [alínea a)] ser geralmente mudo, e no outro extremo, a prova profissional [alínea c)] ser obrigatoriamente falada. Entre estes dois extremos, temos a prova *consciente* [alínea b)], de que falaremos de seguida (ponto 4).

É muito raro que o indivíduo que apenas se limita a engolir o vinho [alínea a)] comente as sensações: não analisa as sensações, nem sequer para ele próprio, quanto muito limita-se a dizer que é bom ou mau. É o chamado consumo “distraído” de vinho.

Pelo contrário, o provador *consciente* e o provador profissional exprimem aquilo que sentem e formulam uma opinião, dado que estes últimos provam com o objetivo de travar conhecimento com o vinho e falar dele.

O valor dos provadores das classes b) e c) depende não apenas da sua sensibilidade como instrumento detetor – nesse caso seriam meros “cromatógrafos de alta resolução”; o seu valor depende também da sua capacidade para reconhecer aromas e gostos e apreciar a sua harmonia. Depende, enfim, da sua capacidade para descrever impressões.

Peynaud e Blouin (1977)^[1] referem que “*não basta que haja um palato bem exercitado, sentidos justos e afinados, uma memória rápida e dócil, e que o provador se saiba colocar nas melhores condições para avaliar um vinho. É necessário possuir um vocabulário gustativo suficientemente extenso e rigoroso para exprimir as sensações e motivar a respetiva avaliação.*”

É por isso que não é possível transformar-se num provador *consciente*, de forma rápida, em poucas semanas. A cultura do *Fast & Low Cost* é incompatível com o mundo do vinho.

A *terminologia* define-se como o conjunto dos termos empregues de forma especial numa arte, numa ciência ou numa técnica. Qualquer terminologia, devido à sua especialização, surge um pouco hermetica, esotérica, quer dizer, dirigida apenas àquelas que já fizeram a sua iniciação nessa linguagem. Por isso, a linguagem do provador é surpreendente para o leigo, talvez porque “*o vinho, companheiro banal das nossas refeições, seja demasiado familiar para ser tomado a sério*”^[1].

4. A prova consciente

Vimos já que existem bastantes diferenças entre o consumo *distraído* do vinho e a sua prova *consciente*. Os fundamentos da prova *consciente* estão na criação de uma base de dados na nossa memória, o que

PUBLICIDADE

1/2 página

exige passar a estar atento aos aromas do que nos rodeia, a fim de enriquecermos a nossa memória olfativo-gustativa.

Sabemos que o grau de sensibilidade é variável e inato para cada pessoa – e que a aprendizagem de uma metodologia maximiza as nossas capacidades percetivas^[2]. Ou seja, a *performance* de um provador depende em muito da sua capacidade de sistematizar e descrever as sensações.

A prova *consciente* torna-se, pois, sinónimo de prova *lúcida, esclarecida, reflexiva e senciante*.

5. A complexidade do aroma

São várias centenas os compostos aromáticos já identificados no vinho, muitos deles partilhados pelos frutos, vegetais e outras substâncias comuns inesperadas^[3]. Para referir apenas alguns exemplos: são as metoxipirazinas que dão o aroma a pimentos verdes ao Cabernet Sauvignon e ao Cabernet Franc; é o caprilato de etilo que dá ao Chardonnay o aroma a ananás; o acetato de etilo cria o aroma de pera que se encontra presente em muitos vinhos jovens (incluindo o Beaujolais novo); tanto o piperonal como uma das deltalactonas podem fornecer o aroma de pêssago; outra das deltalactonas é responsável pelo cheiro a coco; os terpenos dão ao Moscatel o seu inconfundível odor a uvas; as iononas dão aroma a flores; o benzaldeído ciano-hídrico é causador dos aromas a cereja; o acetato de etilo dá ao Pinotage um cheiro a banana; e a oxidação de certos ácidos gordos resulta em aromas herbáceos, de relva recém-cortada.

Portanto, nos primórdios do contacto com a prova *consciente*, pode ser útil começar por dividir as sensações em *desagradáveis* e *agradáveis* e, num segundo tempo, isolar os compostos químicos responsáveis. Para tal, apresentamos os Quadro 1 e 2, que mostram algum trabalho já feito pelos investigadores neste domínio.

Claro que as coisas não são assim tão simples, pois, acima de determinadas concentrações, uma substância química conotada com o epíteto *agradável* pode tornar-se *desagradável*. É o caso das metoxipirazinas, que acima de 230 mg/L se tornam num defeito.

Quadro 1 – A linguagem dos provadores. Algumas sensações aromáticas “desagradáveis”

Substância química	Descritor
Acetato de etilo	Cola, verniz de unhas
Ácido acético	Pungente
4-etil-fenol 4-etil-guaiacol	Suor de cavalo
Sulfureto de hidrogénio	Ovos podres
Di-sulfureto de carbono	Borracha
4-metil-tio-butanol	Terroso
2-mercaptoetanol	Borracha queimada

Quadro 2 – A linguagem dos provadores. Algumas sensações aromáticas “agradáveis”

Substância química	Descritor
Acetato de isoamilo	Bombom de banana acidulado
Alfa-ionona	Violeta
Linalol	Flor de laranjeira
Nérol	Rosa, magnólia
Alfa-terpeniol	Conífera, resina de pinheiro
Óxido de nérol	Erva recém-cortada
Metoxipirazinas	Pimento verde

O fenómeno inverso também se verifica. Por exemplo, o acetato de etilo, em certos vinhos licorosos muito velhos, pode tornar-se num aroma agradável (geralmente designado por *vinagrinho*) se a sua concentração estiver abaixo de 100 mg/L, e conjugado com um *bouquet* aromático de alguma complexidade. 🍷

Bibliografia

- [1] Peynaud, E. & Blouin, J. (1997). O Gosto do Vinho – O grande livro da prova. Litexa Editora, Lisboa e Porto. ISBN: 972-578-135-X.
- [2] Simon, J. (1994). À descoberta do vinho. Editorial Caminho, SA. Lisboa. ISBN 972-21-0976-6.
- [3] Cameira dos Santos, P.J.; Cunha, H.; Franco-Duarte, R. & Couto, J.A. (2022). Os compostos isoprénicos da uva e o seu papel no aroma varietal do vinho. *Vida Rural*, 1878:28–35.