

T&H

Bebidas e Harmonizações

Alessandra Souza Queiroz Melo




**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E
ARTES**

REITORA

MARGARETH DE FÁTIMA FORMIGA DINIZ

VICE-REITOR

BERNARDINA MARIA JUVENAL FREIRE DE OLIVEIRA



Diretor do CCTA

JOSÉ DAVID CAMPOS FERNANDES

Vice-Diretor

ULISSES CARVALHO SILVA

Editor a do



Conselho Editorial

CARLOS JOSÉ CARTAXO

GABRIEL BECHARA FILHO

HILDEBERTO BARBOSA DE ARAÚJO

JOSÉ DAVID CAMPOS FERNANDES

MARCÍLIO FAGNER ONOFRE

Editor

JOSÉ DAVID CAMPOS FERNANDES

Secretário do Conselho Editorial

PAULO VIEIRA

T & H

TURISMO & HOTELARIA

Bebidas e Harmonizações

Alessandra Souza Queiroz Melo

Organização

Editora do CCTA

João Pessoa

2020

© *Copyright by* GCET, 2020

Produção Gráfica e Capa

ELÍDIO VANZELLA

GRUPO DE CULTURA E ESTUDOS EM TURISMO





Ficha catalográfica

Ficha catalográfica elaborada na Biblioteca Setorial do CCTA da Universidade Federal da Paraíba

M528t Melo, Alessandra Souza Queiroz.
T&H Turismo & Hotelaria: bebidas e harmonizações
[recurso eletrônico] / Alessandra Souza Queiroz Melo. - João
Pessoa: Editora do CCTA, 2020.

Recurso digital (1,44MB)

Formato: ePDF

Requisito do Sistema: Adobe Acrobat Reader

ISBN: 978-65-5621-092-6

1. Bebidas e Harmonização. 2. Enologia. 3. Alimentos e
Bebidas – Harmonização. 4. Enogastronomia. I. Título.

UFPB/BS-CCTA

CDU: 641.87-025.18

Elaborada por: Susiquine Ricardo Silva CRB 15/653

Direitos desta edição reservados à:

GELINS/UFS Impresso no Brasil

Printed in Brazil

Depósito legal na Biblioteca Nacional, conforme decreto nº 1.825, de 20 de dezembro de 1907.



SUMÁRIO

Unidade 1	10
1 A harmonização e a experiência gastronômica	11
2 O impacto da harmonização na construção do cardápio	20
3 Bebidas não alcoólicas	27
4 Bebidas alcoólicas	31
Unidade 2	42
1 Princípios básicos da enologia	43
2 Onde se produz: Velho mundo e novo mundo	46
3 Análise sensorial de vinhos: usos e costumes na degustação	59
4 Enogastronomia e as práticas contemporâneas de restauração	68
REFERÊNCIAS	78



PREFÁCIO

Há muito tempo, sábias palavras proferidas explicavam que para tudo existe a sua ocasião própria, e que há tempo para todo propósito debaixo do céu. Há tempo de nascer, tempo de plantar, e tempo de arrancar o que se plantou; tempo de curar; tempo de edificar; tempo de chorar, e tempo de rir; tempo de buscar, e tempo de perder; tempo de guardar, e tempo de deitar fora; tempo de estar calado, e tempo de falar. Que proveito tem o trabalhador naquilo em que trabalha? Essa pergunta se responde no próprio tempo. Quando Alessandra Queiroz iniciou seus estudos no curso de Turismo, na Universidade Federal da Paraíba, iniciou seu tempo de plantar e, certamente durante o percurso até a formatura, teve seu tempo de chorar, mas também teve seu tempo de rir com as amigas que se formaram, com as conquistas e com o aprendizado. Nesse meio tempo, Alessandra ingressou no GCET (Grupo de Cultura e Estudos em Turismo) e começou seu tempo de buscar novos horizontes, voos mais altos, iniciava um tempo de despertar para olhar o mundo de uma forma diferente, era o tempo da pesquisa se apresentando. Certamente não foi fácil, e deduzimos isso pela lembrança do seu olhar que, no início, era assustado, desvelando o tempo de calar. Felizmente isso pouco tempo durou e logo Alessandra iniciou seu tempo de falar, de escrever, de se revelar pesquisadora; e o primeiro trabalho foi publicado; e se revelou a chegada do tempo de iniciar a colheita do que foi plantado. O primeiro artigo publicado produziu uma marca definitiva de um sentimento bom e, nesse processo, a matemática se apresentou, pois logo ao número um foi somado outro um e então eram dois trabalhos publicados, rapidamente a progressão aritmética virou progressão geométrica e agora, com pouco tempo



passado, as unidades ficaram para trás, dando lugar as dezenas como unidade de medida para os trabalhos publicados, e o principal, reconhecidos pela relevância, de tal forma que, por serem referência, são citados em trabalhos dos que começam seu tempo nos estudos e na pesquisa. Quando se vive plenamente o tempo, os espaços começam a ficar pequenos e novos desafios se apresentam. Nem bem o tempo de se curar desse despertar foi visto, e o mestrado se apresentou, e um novo tempo de se edificar emergiu e agora num desafio maior, mas junto veio o tempo do crescimento, da sabedoria que tomou assento na sua vida e que agora, e por todo o tempo, não te abandonará mais, bastará apenas ouvir os conselhos. Com a sabedoria você conheceu dois tempos irmão, o tempo de ganhar e o tempo de perder. Compreendeu e aceitou que para ganhar algo é preciso perder outro algo; para construir sua dissertação e, ter o tempo de ganhar, foi preciso abrir mão de outras coisas que lhe eram agradáveis, foi preciso aceitar o tempo de perder. Nessa situação chegou o tempo de compreender que proveito tem o trabalhador naquilo em que trabalha, e que a felicidade está em fazer as escolhas certas nos tempos de ganhar e de perder. Respondendo no próprio tempo você escreveu este livro, que é muito especial, sobre Bebidas e Harmonizações. É especial porque é seu primeiro livro e, com certeza, de muitos que se seguirão, é especial porque é o resultado de você no seu tempo de edificar, de plantar e de colher. Parabéns Alessandra, colha agora as flores mais bonitas e os frutos mais doces, pois é o resultado de todo o seu esforço no tempo. E com sorriso no rosto veja o tempo continuar abrindo novas portas para você seguir crescendo, pois é o curso natural de quem tem proveito naquilo em que trabalha. O sucesso é merecido e todo seu. Parabéns!

Prof^a. Dr^a Adriana Brambilla
UFPB/GCET



APRESENTAÇÃO

Ao longo desta Unidade 1, o foco do nosso estudo será na evolução da harmonização e das bebidas não alcoólicas e alcoólicas, mostrando a você o que vem acontecendo com algumas das principais questões ligadas à temática. São apresentados aqui quatro subtópicos, iniciando de uma breve contextualização sobre a harmonização e a experiência gastronômica, para que você possa situar-se historicamente e perceber as mudanças que estão acontecendo, bem como a velocidade com que ocorrem. O segundo subtópico trata do impacto da harmonização na construção do cardápio, fazendo com que você distinga, conheça e compreenda o papel de todos os itens necessários para a elaboração de um cardápio. O terceiro subtópico trata especificamente das bebidas não alcoólicas, demonstrando a você o papel delas, na composição e harmonização dos cardápios. Por fim, o quarto subtópico, contempla as bebidas alcoólicas, para que você possa identificar e conhecer as tipologias. Esses são os primeiros passos, para que você forme uma base necessária e amplie seus conhecimentos nesta temática que, atualmente, faz parte das discussões da maioria das organizações.

Ao longo da unidade 2, iremos estudar sobre os princípios da enologia e quais alimentos podem ser acompanhados por vinhos. Você ficará informado sobre os conceitos, técnicas e as principais tendências ligadas à temática. Esta unidade se divide em quatro subtópicos, iniciando com os princípios básicos da enologia, para que você aprimore seus conhecimentos e identifique a importância dessa base teórica para a



aplicabilidade, no mercado de trabalho.

O segundo subtópico, apresenta as principais regiões produtoras de vinhos, você conseguirá identificar os aspectos das regiões produtoras, aperfeiçoando assim, seus conhecimentos. O terceiro subtópico traz as técnicas mais comuns da análise sensorial de vinhos, permitindo a você aluno, compreender as etapas necessárias para a realização de uma boa análise, e posteriormente, colocá-la em prática. Por fim, o quarto e último subtópico, mostra os principais conceitos da enogastronomia, possibilitando aprimorar seus conhecimentos sobre as principais tendências contemporâneas de restauração. Esses são os primeiros passos, para que você forme uma base teórica necessária e amplie seus conhecimentos e os coloque em prática.

Vamos começar?

A glass of red wine is positioned on the left side of the image, partially filled with a dark liquid. To its right, a plate of food is visible, featuring several pieces of cooked ribs, a slice of bread, and some green garnishes. The background is a blurred brick wall. The text is overlaid on the lower half of the image.

Unidade 1

O que é harmonizar?

1. A harmonização e a experiência gastronômica

Harmonizar em sua definição mais concisa, remete a pôr (-se) ou estar em harmonia e acordo. É uma combinação que expressa perfeição entre seres distintos. (BORGES, 2007). O termo harmonizar também pode ser compreendido, como uma conversa. A medida em que um ingrediente do prato fala, uma qualidade da bebida responde (VINUMDAY, 2016).

Para que ocorra a caracterização de maneira correta no preparo entre as bebidas e os alimentos, é necessário ocorrer uma conservação de sabores por ambos, sendo excluída qualquer possibilidade de um se sobrepor ao outro, desse modo, evita-se que as características das bebidas e dos alimentos se percam.

A harmonização, potencializa e enriquece as características dos alimentos e da bebidas, podendo alcançar o auge da experiência em que uma simples refeição torna-se um acontecimento memorável. Mas, afinal, o que é Harmonizar? Como a harmonização se insere nas experiências gastronômicas e quais são os seus efeitos?

Harmonização: experiências gastronômicas

Imagine um restaurante, com vários clientes com gostos diversificados, um senhor aparentemente da meia-idade com a sua esposa estão aguardando ansiosos o seu pedido, uma polenta de *magret* de *canard* acompanhada com um molho de maçã caramelizada, sugestão do chef do restaurante. Do outro lado da mesa, há um casal jovem que também estão ansiosos pelo seu pedido, o *boeuf bourguignon* na pressão.

O profissional encarregado pelas bebidas do restaurante, o *sommelier*, precisa pensar de maneira rápida e eficaz, ao sugerir a bebida mais adequada para cada situação, porém, conscientemente, ele sabe que o seu desafio maior é fazer com que essa combinação seja harmoniosa, visto que, uma má escolha pode acabar com um prato delicioso. Agora vamos pensar um pouco, imagine, quais bebidas você indicaria, tanto ao senhor com a sua esposa, quanto ao casal jovem, que os fizessem ter o prazer de uma boa refeição? De fato, é um desafio!

Figura 1- Bebidas e alimentos harmonizados.



Fonte: Residenciais.org

O alimento e a bebida necessitam cominhar lado a lado, para que ocorra um casamento harmonioso, assim, a harmonização será de fato, bem sucedida. O que é importante se ter em mente, é que não há uma combinação única e exclusiva, ou um casamento perfeito. Logo, a comida deve ser elaborada com o intuito de dar prazer, e a harmonização por sua vez, deve seguir os mesmos passos, considerando o gosto pessoal (SANTOS e SANTANA, 2008).

No exemplo do restaurante, em que o senhor da meia-idade com sua esposa, solicitou a *polenta magret* de *canard* com molho de maçã caramelizada, o *sommelier* precisou contemplar todos os aspectos do prato,

por exemplo, a ave escolhida possui um gosto marcante, caramelização do molho quebra a acidez da maçã. Assim, a escolha da bebida deve ser baseada nesses informes, considerando todos os aspectos do prato.

Nesse exemplo, a força da carne e do molho pedem uma bebida mais suave, com boa textura, o *sommelier* pode sugerir um *Pomerol* por exemplo, mas também, um *Borgonha* ou *Riaja* espanhol. Não havendo uma regra, mas sim, combinações satisfatórias, capazes de aguçar o paladar de quem os degusta.

A harmonização permite realçar os sabores dos alimentos e bebidas, tornando a experiência gastronômica ainda mais interessante e rica. Para colocar em prática a técnica de harmonizar, basta estar atento ao contraste e características dos alimentos e das bebidas, se é ácido, doce, amargo; no caso das bebidas, se possui teor alcoólico ou não. O mais importante é tentar chegar ao equilíbrio, de forma que um não se sobressaia sobre o outro, mas, que consiga alcançar um “terceiro” sabor, considerado o ápice, que surpreende em todos os sentidos. É exatamente nesse momento, em que a harmonização acontece (BORGES, 2007).

Ao longo dos anos o mercado gastronômico tem crescido consideravelmente, um dos seus maiores impulsionadores é a tecnologia,

compartilhando rapidamente sugestões de receitas, que contemplem diferentes ocasiões. A gastronomia atual contempla muito além da cozinha tradicional a qual estamos habituados, a espanhola, italiana, portuguesa e francesa. Atualmente, encontramos contribuições enriquecedoras da culinária das Américas e do Oriente, que trazem ao nosso paladar um sabor a mais, seja pelo tempero ou pelas diversas iguarias. Destacam-se as comidas japonesas, chinesas, mexicanas e árabes, pelas suas combinações multiculturais (SANTOS e SANTANA, 2008).

As bebidas também seguem essa linha modernizada, vinícolas modernas, por exemplo, juntam-se as tradicionais para que, em parceria, as oportunidades de melhoramento entre as combinações de pratos e bebidas se ampliem. As mudanças ocorridas ao longo do tempo, devido ao processo natural de evolução humana, trouxeram novos hábitos e costumes para as experiências gastronômicas, porém, os princípios da harmonização continuam os mesmos, reforçando a importância do companheirismo. O prato realça o sabor da bebida e no que lhe concerne, a bebida aparenta deixar o prato divinamente delicioso.

Mais a final o que é sabor? Ao considerarmos a experiência gastronômica, podemos perceber sua complexidade ao envolver todos os nossos sentidos. O sabor ao ser definido sucintamente, pode ser compreendido como um conjunto de sensações alfativas, táteis e

degustativas. Porém, a forma e a cor do que comemos, também contribui para a nossa percepção dos alimentos, criando expectativas que são baseadas nas experiências pessoais (VINUMDAY, 2016) . As papilas gustativas presentes principalmente na parte da língua, ao entrarem em contato com os alimentos e bebidas, são estimuladas através de células chamadas receptoras, que possuem como função enviar um impulso nervoso ao cérebro. Dessa forma, o cérebro em questão de segundos classifica o sabor em Umami, Amargo, Ácido, Salgado e Doce.

O universo dos sentidos na Harmonização

Compreendendo o universo dos sentidos na harmonização

A começar pelas primeiras impressões dos alimentos, à visão, identificamos à partir dela, à cor, formato, brilho, textura, tamanho, defeitos, integridade e outras propriedades referentes à expectativa da textura. Um dos fatores considerados o mais importante pelo consumidor na hora da compra é a aparência (RAIMUNDO, 2013).

A percepção do odor e do aroma, o alfato, é um dos sentidos químicos. Grande parte dos alimentos e bebidas que se identifica como “gosto” na verdade é aroma. Ao identificarmos a diferença de ambos, compreendemos que a partir da explicação da ISO 5492:2000, que o odor se caracteriza como uma propriedade sensorial perceptível pelo órgão olfativo a partir das substâncias aspiradas, o aroma por sua vez, se caracteriza como uma propriedade sensorial perceptível também pelo órgão olfativo, porém, pela via retronasal durante o processo de degustação (ISO, 2008).

A memória afetiva, o olfato, desempenha um papel fundamental no que se refere ao processo de interação sócio-afetiva dos seres humanos, certos tipos de odores podem

provocar respostas e fluxos emocionais intensos. Por isso, a alfação é considerada mais importante do que a gustação, por ter a qualidade afetiva em determinar um alimento como agradável ou desagradável (NETO; TARGINO, *et al.*, 2011).

A audição traz o sentido sonoro que é produzido pelo alimento durante a manipulação do alimento. A audição é importante na percepção e identificação das características crocrantes do alimento. A sonoridade também traz essa mesma lógica com relação as bebidas, o identificar a itensidade e persistência das borbulhas de uma bebida como por exemplo um refrigerante ou champagne (RAIMUNDO, 2013).

O tato traz a percepção da textura, consistência e temperatura do alimento ou da bebida. As percepções alcançadas a partir do tato, podem influenciar o prazer de comer. Dessa forma, é possível identificar a diferença de um café estremamanete quente para um milk shake ou de um suco para um biscoito, assim, cada alimento possui a sua textura e é a partir dela que pode ser possível a identificação.

O paladar é aquele sentido que permite sentir os gostos dos alimentos e identificá-los como salgados, doces, amargos e ácidos. Essa percepção só é possível graças as células

receptoras dos gostos que estão localizadas nas papilas espalhadas pela boca. Desse modo, a partir do paladar podemos reconhecer o gosto azedo do limão, o salgado de um hambúrguer e o doce de um chocolate.

2. O impacto da harmonização na construção do cardápio

Ao elaborar um cardápio, denominado também por lista, menu ou carta, será apresentado a relação das preparações que compõem o prato, por isso, sua principal finalidade encontra-se em auxiliar os clientes para as escolhas dos alimentos e bebidas. O cardápio é um dos principais meios de divulgação, venda e publicidade do restaurante, dessa forma, alguns fatores devem ser considerados que permitirão a elaboração e harmonização correta dos alimentos e bebidas.

Conhecer o seu público alvo permitirá trazer *insights* enriquecedores na elaboração do seu cardápio, assim como também é importante avaliar as possibilidades do estabelecimento, os equipamentos disponíveis, a mão de obra necessária, o tipo de modalidade e serviço oferecido, determinando assim, como será manuseado cada alimento e bebida. A partir daí, você terá informações suficientes que lhe ajudarão na elaboração da harmonização o seu cardápio (FREIRE e NOGUEIRA, 2019).

2.1. A Construção de um cardápio

Para harmonizar um cardápio de ser realizada com todas as categorias de bebidas. O mais importante dessa harmonização é se atentar-se para a preparação do paladar e a intensificação dos sabores dos pratos, os deixando ainda mais saborosos.

O primeiro passo para a elaboração da harmonização de um cardápio é ter em mente o modelo do cardápio a ser realizado e para qual ocasião. É preciso levar em consideração, a época do ano, a situação climática da região também podem influenciar na escolha das bebidas no momento de construção do cardápio (ALMEIDA, 2007).

Figura 2- Elaboração do cardápio.



Fonte: Guia da cozinha.

Para a elaboração dos cardápios de verão, são recomendadas bebidas mais leves e refrescantes, que trazem a leveza que a estação climática demanda. Uma boa opção seria os vinhos *rosés* ou verdes, que representam bem a suavidade, e ao somatizarem com a escolha correta do prato, chagasse ao equilíbrio. Já para o frio, quando a escolha do prato for por alimentos que são marcantes e fortes, as bebidas devem seguir a mesma lógica. Uma boa opção seriam vinhos tintos e brancos (TEICHMANN, 2007).

Existem bebidas que acompanham perfeitamente os pratos de sobremesas em um cardápio, desempenhando corretamente o papel da harmonização, um exemplo dessas bebidas são, os licores, vinhos do porto e os espumantes. Também é possível realizar a construção de um cardápio regional harmonizado com comidas e bebidas da própria região. Os alimentos e bebidas de uma mesma região tendem a se relacionarem melhor (FREIRE e NOGUEIRA, 2019).

Para a construção de um cardápio é importante compreender o que se pretende colocar ou o que já faz parte de um cardápio. Por isso, para esse momento será necessário considerar o sabor, textura, coloração odor, aparência e os ingredientes utilizados. Faça uma degustação de cada um deles se preciso for, e em seguida, faça anotações em um caderno. Com as bebidas faça o mesmo, deguste cada uma delas e faça anotações. Faça

combinações de alimentos e bebidas, mas para isso você precisa consultar suas anotações e está atendo a todos os detalhes.

No mundo das combinações existem as mais comuns no processo de harmonização, a por **complemento**, por **semelhança** e por **contraste**. A harmonização por complemento está relacionado a algo que esteja faltando entre a bebida e o alimento. A partir desse momento, vale recorrer às anotações realizadas sobre os alimentos e bebidas degustados, para que sua escolha seja assertiva. Um bom exemplo para ilustrar a harmonização por complemento, é a feijoadá, uma boa opção para contemplar o prato é buscar bebidas que contenham um toque de frutas cítricas, como é o caso da cerveja *Witbier e Fruit Lambic* (SANTI, 2017).

A harmonização por semelhança, acontece como o próprio nome já diz, por semelhança entre os componentes da bebida e dos alimentos, dessa forma, comidas mais doces devem ser acompanhadas com bebidas doces, comidas cítricas com bebidas cítricas. Essa combinação ficarão mais fáceis se consultado as anotações realizadas tanto das comidas quanto das bebidas, por isso, é importante realizar as anotações (BORGES, 2007).

É possível realizar as combinações considerando a coloração, textura e aparência das bebidas e dos alimentos.

Um exemplo é o frango assado, por possuir, geralmente, aparência pálida, bebidas com a coloração semelhante contempla muito bem o papel da harmonização. É possível também realizar a harmonização por semelhança em sobremesas, observando assim, sua textura, aparência e sabor.

Na harmonização por contraste, os opostos se atraem, isso mesmo, nela é preenchido os espaços do paladar com um toque de prazer. Assim, a comida e a bebida trazem uma sensação de satisfação, regozijo e prazer para aqueles que as degustam. Você pode combinar comidas gordurosas com bebidas doces e assim por diante.

A harmonização entre alimentos e bebidas possui uma força capaz de transformar a experiência de uma refeição, por isso, ao construir um cardápio deve ser apontado tal questão. A combinação harmoniosa entre alimentos e bebidas também tornam-se peculiares, por vezes, vai depender da percepção e preferência de cada pessoa (ALMEIDA, 2007).

Algumas dicas podem ajudar na valorização e contemplação do seu cardápio. Nas entradas, aposte em alimentos que equilibrem os sabores e os temperos suaves, assim não prejudicará o paladar do próximo prato. Uma opção

são as saladas, ou queijos. As saladas por sua leveza em sabor, combinam perfeitamente com bebidas tipos vinhos rosés e brancos.

Os queijos podem ser combinados com vinhos é possível sugerir para queijos mais suaves e frescos, como os de búfala e muçarelas, vinhos brancos leves, com aromas mais delicados (FREIRE e NOGUEIRA, 2019).

Para a combinação dos pratos principais, as carnes vermelhas são as mais solicitadas em cardápios, para combinar as bebidas com esse tipo de alimento, será necessário saber primeiramente qual carne será contemplada, um exemplo é a carne de carneiro e de boi, ficam ainda mais deliciosas se acompanhadas com um vinho tinto. Se a carne for branca, vinhos brancos ou tintos suaves irão harmonizar melhor o prato (VENTURINI FILHO, 2018). Massas e frutos-do-mar também são ótimas opções para entradas, em ambos é preciso saber quais componentes irão compor o prato, para que a escolha da bebida seja realizada harmoniozamente (BORGES, 2007).

Você também pode variar receitas diferentes para alimentos iguais, seja criativo e comece a variar os sabores

entre doces, salgados, ácidos e apimentados de maneira harmoniosa, isso dará um toque especial ao paladar (ALMEIDA, 2007). Ao seguir as dicas do conteúdo até agora estudado, você será capaz de preparar um cardápio para qualquer situação.

3. Bebidas não alcoólicas

Há uma grande variedade ofertada pelo mercado de bebidas não-alcoólicas. A água de coco, por exemplo, é considerada um ótimo repositivo de sais minerais fundamentais ao corpo humano, como o cálcio, fósforo e sódio.

Os refrigerantes são bebidas populares no mercado e possuem em sua composição água, extrato natural e suco. Esse tipo de bebida é gaseificada. Os sucos por sua vez, são bebidas concentradas, que não permitem em sua composição substâncias que sejam diferentes das frutas de origem.

Podemos encontrar também as bebidas energéticas, essas bebidas são obtidas através de misturas entre cafeína e ingredientes estimulantes. Há também as bebidas isotônicas, que são elaboradas através da mistura de ingredientes capazes de repor os sais minerais perdidos pelo corpo humano, em práticas de exercício físico, por exemplo.

Os chás prontos para beber são obtidos pela maceração ou pela fusão de brotos e folhas de espécies distintas. As bebidas lácteas do tipo achocolatados são produtos de origem animal, que contém em sua composição, o soro do leite. Há

também as bebidas a base de soja, que são produtos de origem vegetal, podendo ser utilizadas nos sucos de frutas.

Todas essas bebidas dentre tantas outras não-alcoólicas, podem fazer parte da elaboração do seu cardápio. Contemplar um cardápio com bebidas não-alcoólicas implica em saber o papel de cada uma delas e as suas contribuições. Assim, é possível harmonizá-las com os alimentos e fazer da refeição, um momento prazeroso.

3.1 O papel das bebidas não alcoólicas

As bebidas não alcoólicas fazem parte do cardápio e para que sua contemplação seja satisfatória, algumas informações básicas precisam ser consideradas.

A indústria de bebidas não-alcoólicas vem ampliando ecrescendo cada vez mais sua lista de variedades, há opção para todos os gostos e necessidades, variando entre bebidas com menor teor de calorias; bebidas para a saúde do corpo e dos ossos e as que auxiliam no funcionamento intestinal (SANTI, 2017).

Figura 3 - Bebidas não-alcoólicas.



Fonte: Legado consultoria.

De acordo com o Decreto n. 6871 de 4 de junho de 2009 (BRASIL, 2009), para que uma bebida seja considerada não-alcoólica, ela deve ter uma graduação alcoólica de até meio por cento em volume de álcool etílico potável, a vinte graus célsius. Elas também podem ser fermentadas ou não.

Em quase todos os estabelecimentos de restaurantes as bebidas não-alcoólicas estão nos cardápios para acompanhar as refeições. As variações entre bebidas pode acontecer dependendo do local ou país que esteja, os americanos por exemplo, costumam incluir bebidas como chá gelado, café e chocolate quente, em suas refeições (SANTI, 2017). As bebidas não alcoólicas também são utilizadas no acompanhamento, no anteceder

ou no encerramento das refeições. (BERNARDES; FREIRE e NOGUEIRA, 2019).

Durante as refeições, vale apostar, tirando as bebidas quentes e os coquetéis, em todas as outras bebidas sem álcool. Alguns exemplos podem ser citados, como sucos naturais ou industriais, refrigerantes, refrescos, água de coco, entre outras opções não-alcoólicas (VENTURINI FILHO, 2018).

4. Bebidas alcoólicas

O consumo de bebidas alcoólicas é uma prática antiga que percorre por praticamente todas as épocas e suas civilizações. Existe uma grande variedade de bebidas alcoólicas pelo mundo. Em estudos realizados por registros arqueológicos foi possível datar os primeiros indícios do consumo dessas bebidas pelo ser humano, por volta do período de 6000 a.C., demonstrando assim, o quão antiga é essa prática de consumo (VENTURINI FILHO, 2018).

O papel do álcool na mitologia era visto como algo divino, uma substância capaz de estimular o hábito de beber, talvez seja por causa dessa linha de pensamento que, até hoje, esse hábito seja preservado. O teor alcoólico das bebidas no início era considerado relativamente baixo, devido ao processo de fermentação, como era o caso das cervejas e os vinhos.

Com o passar do tempo e os avanços na humanidade e nos meios tecnológicos, foram surgindo novas formas de produzir as bebidas, a destilação é uma delas, assim, novas bebidas foram surgindo. As bebidas destiladas eram tidas como “remédios” capazes de sanar a dor de cabeça e outros problemas como preocupações, dissipando-as (ALCARDE, 2017).

4.1 Bebidas alcoólicas: Tipologia

A origem das primeiras bebidas alcoólicas é incerta, porém, há indícios de que tenham sido originadas por meio da fermentação de cevadas, uvas, tâmaras e mel. Para que você compreenda as tipologias das bebidas, primeiramente, vamos compreender como é realizado o processo de produção delas.

Figura 4- Bebidas alcoólicas.



Fonte: casamenteiras.

A elaboração das bebidas alcoólicas é realizada através da fermentação alcoólica, onde são transformados os açúcares que estão contidos na maioria dos produtos, sendo frutas e cereais os mais utilizados. Assim, é transformado os açúcares em álcool etílico e dióxido de carbono (SCHWAN. *et al.*, 2018). Após o terminar a fermentação, é normal acrescentar algumas substâncias que dão as bebidas características próprias, e também essas substâncias ajudam a impedir o crescimento dos microrganismos denominados patogênicos.

Existem também bebidas que podem ser classificadas como destiladas, nas quais o líquido utilizado como matéria-prima é aquecido; esse processo faz com que o álcool evapore e, conseqüentemente, seja condensado em uma serpentina.

A cerveja é uma bebida fermentada que possui, em sua maioria, ingredientes como levedura, água, lúpulo e cevada. Na antiguidade a sua forma de preparação era bastante diferente dos tempos atuais, no processo da sua elaboração a cevada era deixada de molho e quando germinava, era moída; após esse processo, o padeiro moldava-as em bolos e acrescentava a levedura. Já assados, os bolos eram colocados em jarras com água e ali ficavam até fermentar. Essa bebida é chamada de *Bouza* e ainda é fabricada pelos egípcios (DROGONE; SILVA, A.; SILVA, J., 2018).

A cerveja artesanal é uma bebida fermentada que, até hoje, tem a sua

presença bastante forte em várias localidades do mundo. A liberdade no preparo é que diferencia a cerveja artesanal da cerveja industrial. A partir dessa liberdade que essa bebida se aperfeiçoou em suas técnicas de combinação, manuseio, produção, estilos e variações de sabores (BREDA, 2018).

A *Chicha* é uma bebida fermentada de coloração amarelada e espumante. Sua produção é realizada no Peru, Equador, Colômbia, Argentina e Brasil. Para que a bebida se encontre em boas condições, com qualidade e sabor, é necessário um equilíbrio de álcool e ácido láctico (PILÓ; BARRIGA e ROSA, 2018).

A fermentada de frutas é uma outra opção de bebida, com graduação alcoólica de 4 a 14% de volume, ela é obtida através da fermentação do mosto de uma fruta considerada, fresca, madura, boa e de uma única espécie. A produção de bebidas alcoólicas fermentadas de frutas contribui para que a matéria-prima não seja desperdiçada e ganhe uma nova utilidade (FAGUNDES, et al. 2015).

Uma outra opção de bebida fermentada é o *Hidromel*, feita do mel. Ela é regulamentada pela legislação brasileira (2009), porém, essa bebida é pouco conhecida pelos brasileiros. Sua origem provavelmente é do continente africano, sendo essa bebida mais antiga do que a cerveja e o vinho (BARBOSA e MARTINS, 2017).

A cidra é uma bebida fermentada feita da maçã. A prática de fermentação do suco da maçã para a produção de bebidas alcoólicas é muito antiga nas regiões da França, Alemanha e Inglaterra. O comércio brasileiro, a sidra é considerada relativamente recente, ela aparece com características suaves e de baixa acidez (NOGUEIRA; et al. 2003).

O vinho branco é uma bebida fermentada extraída da uva, sua qualidade se encontra associada 50% a uva e 50% da técnica utilizada. Por isso, ao falarmos de vinho branco, estamos nos referindo a uma tecnologia enológica refinada. Em seu processo de vinificação, normalmente, se utiliza primeiro as uvas brancas, por possuir uma maturação mais precoce; assim, o produto final apresenta um teor alcoólico mais baixo (ARAÚJO, 2019).

O vinho composto é uma bebida com teor alcoólico entre 14% e 20% em volume, para a sua criação, alguns elementos devem ser incorporados em sua composição, como é o caso do vinho de mesa, que deve conter 70% do vinho composto (NOGUEIRA; et al. 2003). O vinho espumante tem destaque sobre os demais por suas características peculiares. Tendo como diferencial a formação da espuma *operlage*, quando servido na taça.

A elaboração dos vinhos espumantes é bastante distinta. Sua efervescência é adquirida por uma segunda fermentação, utilizando

um recipiente fechado. No Brasil, a sua elaboração vem ganhando espaço, porém, o brasileiro, por hábito, só faz uso do vinho em datas comemorativas (CALIARI; ROSIER e BORDIGNON-LUIZ, 2013).

Os vinhos licorosos, podem ser classificados como secos ou doces, eles são conhecidos como fortificados, são obtidos através da fermentação de bagos de uvas tintas ou brancas. Seu processo de vinificação é semelhante com os vinhos brancos, mas, suas características são completamente diferentes (OLIVEIRA, 2018).

O vinho tinto é formado pela fermentação alcoólica do mosto de uvas simples, consideradas em bom estado. Existe vários tipos de vinhos tintos, de acordo com a uva que foi utilizada, o clima em que o vinhedo se encontra, o teor de açúcar da uva e a forma de utilização em sua fabricação. Sua armazenagem é realizada em uma divisão da adega, que contém estantes e especificações que seguem as normas de segurança e higiene (VIEIRA, 2017).

O processo de obtenção da *Ácqua ardens* ou água ardente, é composto por sua maior parte por álcool etílico. É justamente esse álcool que provoca a embriaguez. A aguardente de cana-de-açúcar é produzida desde o período de 1538. Sua composição deve conter entre 38% a 54% (v/v) de graduação alcoólica. Sua denominação se deu por sua semelhança de coloração com a água e por apresentar ardência ao ser ingerida. Essa bebida é tipicamente brasileira, onde é conhecida por

“água que passarinho não bebe”, “arrebenta peito” e “caninha” (VIEIRA, 2017). O que a difere a aguardente da cachaça está justamente no teor alcoólico, em que o máximo permitido para cada uma delas são: 54% vol. para a aguardente e 48% vol. para a cachaça.

A cachada é uma bebida destilada, considerada típica e de produção exclusiva do Brasil, seu teor alcoólico varia entre 38% a 48% em volume, não ultrapassando esse valor. Sua fermentação se dá através do mostro da cana-de-açúcar. Há atualmente duas categorias de cachaças comercializadas no Brasil, a “cachaça de coluna” ou cachaça industrial e a cachaça de alambique, conhecida também por cachaça artesanal (CASCUDO, 2015).

O *cognac* ou conhaque é formado por uma variedade de uvas brancas, ele permanece por vários anos em tonéis de carvalho para conseguirem adquirir sabor, aroma e cor. A madeira de carvalho com o processo de destilação dão a distinção da bebida (ALCARDE, 2017).

Extraída do bagaço da uva, a graspa é uma bebida destilada. A bebida tem um grande produção mundial na Itália. Já no Brasil há poucos relatos da bebida (CASCUDO, 2015).

Outra bebida destilada alcoólica é o *pisco*, do departamento do Ica no Peru. A sua elaboração é realizada a partir das uvas denominadas “*pisqueiras*” (GUTIERREZ, 2003).

Uma das bebidas mais consumidas do mundo depois do *uísque* e da *vodka*, o *ruim* possui uma graduação alcoólica de 35% a 54% do volume. O ruim é obtido através do destilado simples de melão ou de misturas de cana-de-açúcar com melão. Ele é envelhecido em recipientes de madeira ou de carvalho (FÉRNANDEZ, 2018; DRAGONE, et al. 2018).

A tequila é realizada a partir da planta agaves, ela é originada do México. Existem dois tipos de tequila: a tequila 100% de agave e a tequila tradicional, em que essa utiliza apenas 51% dos açúcares de agaves. (GSCHAEDLER; ACEVEDO e AROCA, 2016).

Existem bebidas que são retificadas, essas bebidas são de origem agrícola e resultam de uma espécie de etanol concentrado, que passou pelo processo de destilação várias vezes. A *vodka* é um exemplo dessa bebida. Originada na Rússia e Polônia, sua matéria-prima é o etanol de alta pureza, sua concentração alcoólica é de no mínimo 95% do v/v. A graduação alcoólica da *vodka* é de 36% a 54% em volume (PRENTICE e HANDSJUK, 2016; ALCARDE, 2017). O gin é outro exemplo de bebida alcoólica retificada, elaborada mediante a odorização do álcool etílico potável que contém aromatizantes vegetais. Sua origem é holandesa, a graduação do gin ou genebra é de 35% a 54% de volume (PEREIRA, 2018). Existe também as bebidas obtidas por misturas, como é o caso dos

licores, uma bebida doce e aromatizada, obtida através da mistura de aguardente ou álcool, adicionada glicose, sacarose ou mel (DIAS, 2010).

Síntese

Nessa unidade, você aluno, pôde conhecer o significado e a importância de harmonizar na experiência gastronômica. Harmonizar é fazer com que as características dos alimentos e bebidas em uma refeição não se percam e sim, se complementam. Assim, a harmonização permite realçar os sabores, fazendo do momento uma experiência única e prazerosa. Para harmonizar um cardápio, se deve considerar algumas observações, o clima da região, o período do ano e qual o público alvo, todas essas informações são cruciais na hora da elaboração do cardápio e sua harmonização.

Ao contemplar as bebidas não-alcoólicas em um cardápio, é importante que você saiba a funcionalidade e contribuições de cada uma. As bebidas não-alcoólicas podem anteceder, acompanhar e encerrar as refeições. Sendo possível harmonizá-las com os alimentos sem que um anule o outro. As bebidas alcoólicas podem ser classificadas entre fermentadas e destiladas.

Vimos também nessa unidade, quais as categorias de bebidas alcoólicas e suas formas de elaboração. Ao aprimorar seus conhecimentos, com a temática da unidade 1, você está apto(a) a desvendar a unidade 2, que contempla os princípios da enologia e o acompanhamento entre vinhos e alimentos. Os conhecimentos por você adquiridos nesta unidade são,

formular cardápios harmoniosos, identificar bebidas alcoólicas e não-alcoólicas e harmonizar bebidas e alimentos.

A still life composition featuring a wine bottle and glass in front of a wooden barrel, with various fruits and vegetables in the foreground. The background is a light-colored wooden wall. The wine bottle is dark with a red cap, and the glass is filled with red wine. The barrel is made of light-colored wood. In the foreground, there are several walnuts, a bunch of purple grapes, and a red bell pepper. The overall scene is set on a wooden surface.

Unidade 2

Vinho acompanha todos os alimentos?

1. Princípios básicos da enologia

A enologia é conhecida como a ciência que estuda vinhos. Ao Pesquisar tudo o que diz respeito a temática, desde a plantação da uva até a finalização do vinho. Ao mesmo tempo, o termo enologia, também é utilizado com sinônimo do processo de vinificação, que contempla a fermentação, esmagamento das uvas, amadurecimento, clarificação, filtragem, estabilização e engarrafamento dos vinhos, o que para muitos é motivo de confusão.

Figura 5 - degustação de vinhos.



Fonte: Divinho.

O vinho é sem dúvida, uma das bebidas mais consumidas e procuradas do mundo inteiro, não é para menos, atrás dessa bebida há uma indústria que se encontra em desenvolvimento contínuo, com a finalidade de aumentar o crescimento da produção e do consumo dos vinhos. A indústria vinícola, é considerada atualmente uma das indústrias mais importantes no setor de faturamento, isso, para aquelas regiões que sabem explorar o seu potencial e aprimoram seus conhecimentos, trazendo qualidade e inovação (RIBÉREAU-GAYON, et al. 2007).

A produção dos vinhos passa por várias fases e estágios, desde a obtenção da matéria-prima, até sua armazenagem e comercialização. Todas essas etapas, devem ser estudadas e bem compreendidas, assim, o especialista de enologia, precisa estar atento, ao conhecer todo o processo que envolve a elaboração dos vinhos. O enólogo é o profissional que estuda a enologia, fazendo com que os vinhos tornem-se mais robustos, os melhorando e os aperfeiçoando, até chegarem à mesa do consumidor (FRANCO e BRAUNE, 2017).

A associação brasileira de enologia, traz a seguinte frase em seu site “ todo vinho tem marca. A marca da dedicação de um enólogo”. Isso demonstra a importância de se conhecer o profissional que está por trás da elaboração do vinho, trazendo aos degustadores tradicionais a garantia, procedência e qualidade dos vinhos.

Compete ao enólogo, as análises físicas, químicas e bioquímicas, bem como pesquisas tecnológicas e a interpretação correta dos resultados, a degustação e compreensão durante todo o consumo dos vinhos. Também faz parte desse processo, o controle e todo o processo dentro da cantina, o engarrafamento e o descanso (HENDERSON, et al. 2014).

Afinal, qual a diferença entre enólogo, sommelier e enófilo? Essa pergunta é realizada com mais frequência do que você imagina, e de fato, causa muita confusão ao defini-las. De modo sucinto, o enólogo é o profissional que

compreende tudo sobre a produção de vinhos. A forma como foi plantada e colhida as uvas até o produto final. Ele também entende sobre outras bebidas, sucos, conhaques e os espumantes (FRANCO e BRAUNE, 2017).

Os sommelier é o profissional especializado em bebidas alcoólicas do restaurante. Ele é o profissional ideal para ajudar a harmonizar bebidas e alimentos. Já o enófilo, e aquela pessoa que gosta de vinhos, mas não possui especialização na área. Os comerciantes de vinhos e os que entendem de vinhos, também podem ser chamados de enófilos ((RIBÉREAU-GAYON, et al. 2007).

2. Onde se produz: Velho mundo e novo mundo

O mundo dos vinhos apresenta várias surpresas, há diversas regiões que se destacam por suas vinícolas e por sua produtividade. Existe também, histórias fantásticas e informações surpreendentes que enriquecem ainda mais o conhecimento, como é o caso dos barris mais famosos do mundo.

O maior de todos os barris, fica localizado na cidade de Bad Durkheim, na Alemanha (BORGES, 2016). Sua construção teve iniciativa pelo vinicultor Fritz Keller no ano de 1934, foi preciso 200 árvores da floresta negra para a sua construção, com diâmetro de 14 metros o equivalente a um prédio de quatro andares, o barril tem capacidade de armazenar 1 milhão e 700 mil litros de vinho. O interessante é que ele nunca chegou a ser utilizado, por receio dele não suportar a carga. Hoje o barril possui uma nova funcionalidade, servindo como restaurante (BORGES, 2012).

Figura 6 - Armazenamento de vinhos.



Fonte: Carpemundi

O segundo maior barril do mundo, o *big Hanwood Barrel*, está localizado no sul da Austrália, na cidade de Griffith, com capacidade de 1,5 milhão de litros, ele também nunca foi utilizado para a finalidade de armazenar vinhos, atualmente ele serve como sala, para as provas de vinhos. Em *Thuir* na França, encontra-se o maior barril do mundo com vinho dentro, com capacidade para mais de 1 milhão de litros.

A expressão, velho mundo e novo mundo, é uma forma de separar os países por vinhos, considerando os primeiros relatos sobre a vitivinicultura. Entre esses países existem semelhanças e diferenças, assim,

os diferenciando também pela forma de produzir, consumir e comercializar os vinhos. Dessa forma, ao estudar a enocultura de cada região, podemos conhecer os costumes e a história de cada nação (AMARANTE, 2018).



Você sabia?

O Brasil pode consolidar-se como potência vitivinícola internacional? Confira um breve texto, explicativo. Disponível em: https://revistaadega.uol.com.br/artigo/a-nossa-moderna-vitivinicultura_6916.html

2.1. Vinhos e regiões produtoras

Ao falarmos dos vinhos do velho mundo, estamos nos referindo aos países que pertencem a essa divisão, como é o caso, por exemplo, Alemanha, França, Espanha, Itália e Portugal. Além desses países, outras regiões também são consideradas do velho mundo, por sua produção de uvas e a produção de bebidas derivadas da fruta, como é o caso da Armênia e a Turquia. Foi na Europa em que a vinificação começou a ser praticada de forma comum, e as primeiras técnicas que englobavam todo o processo de formação da bebida, surgiram.

A origem da história das formações de vinhos do velho mundo é incerta, não há como precisamente dizer quando tudo começou ou especificamente aonde começou. Ao longo dos séculos foram registrados praticamente quase todos os países europeus e algumas regiões do norte da África e da Ásia, que produziam o seu próprio vinho. No entanto, os países que possuem até os dias atuais, uma produção de vinhos fortíssima e que são considerados um dos melhores vinhos do mundo são, Portugal, França, Espanha, Itália e Alemanha (BORGES, 2012).

A representatividade dos vinhos tornou-se algo tão forte em

alguns países, que, por exemplo, em Champagne, o vinho é considerado uma filosofia de vida, que passa de geração para geração. Por tanto, a história desses vinhos começou desde os primórdios dessas civilizações e estendem-se até os dias atuais. Assim, permanecendo com suas tradições e acrescentando inovações capazes de manter o padrão de excelência parecido aos dos séculos anteriores, porém, com a delicadeza dos tempos modernos. O que mais é preservado na fabricação desses vinhos é a tradição na elaboração, para que dessa forma, sejam preservados os seus aspectos tradicionais (AMARANTE, 2018).

Os rótulos dos vinhos do velho mundo também seguem a tradição, por isso são mais fáceis de serem identificados. Sua roupagem, por exemplo, não permite conter especificações referentes as uvas utilizadas para o seu processo de fabricação, em vez disso, são utilizados no rótulo as identificações da região do cultivo, subtendendo assim, que ao saberem a região, conseqüentemente já se sabem qual tipo de uva foi utilizada. Os vinhos mais clássicos fabricados no continente europeu são:

Borgonha, é uma região que se destaca quando o assunto é produção e exportação de vinhos. Os vinhos dessa região, são exportados para todo o mundo, o seu destaque encontrasse ao ser uma das mais clássicas e sofisticadas produtoras dos vinhos franceses. Na região há praticamente dois tipos de uvas, Pinot noirs (que fazem os vinhos tintos) e

Chardonnay (que fazem os vinhos brancos).

Bordeaux, é uma das regiões produtoras de vinhos, mais famosas por todo mundo. As bebidas Bordeaux, são produzidas praticamente com uvas tintas, Merlot, Petit Verdot e Cabernet Franc e as brancas destacam-se a Sauvignon Blanc e a Sémillon. A “la belle endormie” (a bela adormecida) como era conhecida Bordeaux, por ter passado por um momento de pouco movimento e descaso, hoje destaca-se por suas vinícolas em lindos palácios, abertos para visitaçãõ.

Piemonte, é uma região ao sul da Itália, com lindos vilarejos ela é conhecida por produzir vinhos de ótima qualidade e de grande longevidade, os vinhos que mais se destacam nessa região são o Barolo e o Barbaresco. A uva mais utilizada em Piemonte é a Nebbiolo, através dela se fabricam os vinhos tintos.

Rhône, encontra-se localizada ao sul da França, essa região é conhecida por sua produção de vinhos tintos e brancos de excelente qualidade e de grande personalidade. Em sua produção, são utilizadas diferentes uvas para a fabricação dos vinhos, porém, a Syrah é a mais famosa dentre as uvas da região.

Douro, é uma das áreas vinícolas mais antigas da Europa, sem dúvidas é um dos nomes mais tradicionais e fortes no mundo dos vinhos. Famosa por sua fabricação de Vinhos do Porto, a região do Douro

destaca-se por vinhos concentrados, encorpados e potentes, de rótulos elegantes e que podem durar por muitos anos.

A fabricação de vinhos do velho mundo como pode ser visto anteriormente, pertence à maioria dos países da Europa, e alguns outros países da região asiática. Não é para menos, a região europeia possui uma tradição infinitamente maior do que em outras regiões do mundo. Os nomes dos vinhos são identificados pelas regiões ou vilarejos que são produzidos, e não pelas uvas utilizadas no processo de fabricação. Assim, esses vinhos possuem características únicas de produção e roupagem, sendo reconhecidos mundialmente (CUNHA e SILVA, 2019; PACHECO, 2019).

Ao falarmos dos vinhos do novo mundo, nos referimos aos aprendizados adquiridos pelos povos mais “jovens” por influência dos colonizadores. Por tanto, a fabricação dos vinhos do novo mundo unem tradição clássica com tecnologia e inovação. Os países que possuem uma tradição forte na elaboração de vinhos no novo mundo são, Argentina, Chile, Uruguai, Brasil, Estados Unidos, Austrália, Nova Zelândia e África do Sul (AMARANTE, 2018).

As características desses vinhos ao contrário dos vinhos europeus são mais versáteis e inovadores. Seu diferencial estende-se desde o plantio da videira, ao momento da colheita e o processo de vinificação.

Com textura mais macia, com teor alcoólico maior, com notas de carvalho em evidência, acidez reduzida e sabores mais frutados, utilizando-se de novas tecnologias que permitem o diferencial na hora da comercialização. A maioria dos produtores prefere que seus vinhos sejam consumidos ainda jovens, por observarem que a maioria dos consumidores, procuram vinhos mais marcantes e intensos e não possuem hábito de guardá-los por muito tempo.

Compreender os rótulos de vinhos do novo mundo não é uma tarefa difícil, já que eles utilizam nos rótulos diferentemente dos europeus, o tipo de uva utilizado no processo de fabricação, esse processo é chamado de varietal o que quer dizer, o vinho feito apenas uma categoria de casta de uva. Algumas castas se destacam por serem bastante representativas, como é o caso das Carona, Melo, Cabernet Sauvignon, Tempranillo, Malbec, Riesling e a Syrah.

Algumas regiões se destacam por serem especialistas em algumas castas, como é o caso do Chile, onde possui a maior parte da produção das uvas Carménère. Os vinhos chilenos são reconhecidos internacionalmente por sua qualidade. Esses vinhos podem variar bastante devido às localidades de cultivo, seus principais vales atualmente são, Casablanca, com excelentes vinhos brancos, Aconcagua, localizado ao norte de Santiago, Limari, localizado no extremo sul no Chile, Maule,

Colchagua, Maipo, e Curicó, localizados no sul de Santiago no vale central. E suas uvas mais cultivadas são *Cabernet Sauvignon*, *Sauvignon Blanc*, *Carménère*, *Chardonnay*, *Syrah* e *Pinot Noir* (CUNHA e SILVA; PACHECO, 2019).

Na região da Argentina a cultura da vinha já conta com 400 anos de história. Os vinhos argentinos no século XX só eram apreciados pelos próprios argentinos, por se tratar de vinhos fortes, com alto teor alcoólico e pesados. Por volta de 1980, novos produtores passaram a se adequar com os novos gostos internacionais, assim conquistando os consumidores de outros países. As principais regiões vinícolas da Argentina são, Rio Negro, Salta, Mendoza, San Juan e La Rioja. A maior região vinícola do país é a Mendoza, dela saem enormes quantidades de vinhos comuns e sofisticados (HENDERSON, et al. 2014; PACHECO, 2019).

O Uruguai, é uma região de grande importância na produção de vinhos da América do Sul, por exemplo, Montevideu e Punta del Este, são regiões riquíssimas em enoturismo. Alguns dos principais rótulos do país são, *BOUZA TANNAT SIN BARRICAS 2017*, é um vinho tinto elaborado com uvas Tannat, que são cultivadas em *Melilla* e em *Las Violetas*. Outro vinho dessa região é o *EL PRECIADO 1ER GRAN RESERVA 2011*, ele é um vinho composto que apresenta 18% de *Cabernet Franc*, 14% *Cabernet Sauvignon*, 7% *Merlot*, 5% *Tempranillo* e 56% de *Tannat*

(BORGES, 2012; AMARANTE, 2018).

Os Estados Unidos ocupa atualmente o posto de maior consumidor de vinhos do mundo. Foi a partir dos anos 70 que os vinhedos dos Estados Unidos tiveram o seu destaque. Atualmente, podemos dizer que quase todos os estados do país são produtores de vinhos. Destacando-se *Califórnia, Oregon, Nova York e Washington*. Alguns de seus vinhos podem ser citadas, por exemplo, o *Zinfandel Seghesio 2012*, ele é produzido com a uva Zinfandel e possui passagem de exatamente doze meses em barricas de carvalho, e o *Robert Mondavi Woodbridge 2017 Rosé*, esse vinho é uma mistura de uvas, com aromas e sabores com notas de melancia e morango. Atualmente, os vinhos da Califórnia são conhecidos mundialmente por sua qualidade e sua consistência (HENDERSON, et al. 2014).

A Austrália possui diversas regiões vitivinícolas, as que mais se destacam são, New South Wales (no sudeste), Victoria (extremo sudeste), South Australia (no centro sul do país) e Western Australia (no oeste). A Austrália lidera o número de vendas de vinhos na Inglaterra, considerada o mercado mais maduro do mundo. Nos últimos anos, a Austrália vem passando por momentos difíceis, com enchentes e incêndios que vão destruindo algumas zonas e trazendo diversos estragos, principalmente na agricultura (PACHECO, 2019).

A Nova Zelândia, é reconhecida por produzir alguns dos melhores vinhos do mundo, o seu destaque atual são os deliciosos vinhos produzidos com a casta de uva Pinot Noir. A nova Zelândia exporta em média por ano, 58,7 milhões de litros de vinho, possuindo certa de 10 regiões produtoras onde operam o equivalente a 530 vinícolas, dentro das limitações do país MOLINARI e NETO, 2016).



Você quer ver?

Confira um pouco mais sobre a região francesa de Champagne. Acesse um breve texto, explicativo. Disponível em: <https://blog.famigliavalduga.com.br/afinal-o-que-e-que-tem-em-champagne/>

A região da África do Sul, é atualmente a nação que mais investe na enocultura, sendo o trigésimo maior consumidor do mundo e o sétimo maior produtor, com 4,5% da produção mundial. A região de Constantia à 20 minutos da cidade do Cabo é a principal região vitivinícola do país. Alguns rótulos sul-africanos podem ser mencionados como, por exemplo, o *Out Of Africa Pinotage 2014*, *Glen Carlou Gravel Quarry Cabernet Sauvignon 2010*, *Glen Carlou Gravel Quarry Cabernet Sauvignon 2010* e o *Kleine Rust Chenin Blanc Sauvignon Blanc 2015* (AMARANTES, 2018).

A cultura vinícola brasileira teve seu início nos anos de 1532, porém, só nos anos de 1870, que de fato se firmou o plantio das videiras na Serra Gaúcha, onde se produz até os dias atuais, quase todo o vinho de qualidade brasileiro.

Há também outros estados brasileiros que possuem sua produção, mesmo que seja em pequena escala, como é o caso dos estados de Santa Catarina, Paraná e São Paulo. Alguns vinhos brasileiros podem ser destacados como um dos melhores, o *Villaggio Grando Merlot 2014* a uva utilizada para sua fabricação é a Merlot, e a região fica localizada em Água doce, Santa Catarina, ele é ótimo para harmonizar com pizzas e massas. Outro vinho de destaque brasileiro é o *Miolo Seleção Cabernet Sauvignon 2016*, fabricado na região de Campanha Gaúcha, as uvas utilizadas em sua

produção são as Cabernet Sauvignon e Merlot, sua harmonização fica por conta das massas ao molho sugo (MOLINARI e NETO, 2016; PACHECO, 2019).



Você quer ver?

Confira o vídeo da campanha do Ibravin “Seu vinho. Suas regras”. Com o intuito de impulsionar o consumo de vinhos nacionais. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=czW1D2bjByw&feature=emb_title.

3. Análise sensorial de vinhos: usos e costumes na degustação

A análise sensorial de vinhos aumenta a satisfação na hora da degustação, ela pode ser colocada em prática tanto pelos enólogos como pelos consumidores de vinho. A análise sensorial e a degustação são coisas distintas, embora sejam em muitas vezes tratados como sinônimos. Na definição da ISO sobre a análise sensorial, diz respeito ao exame das características de materiais que podem ser percebidos pelos sentidos humanos (som, sabor, textura, odor). A definição da degustação, consiste em avaliar um produto alimentar pela boca (MIELE, 2006).

Figura 7 - Análise sensorial dos vinhos.



Fonte: L'Italia.

Os órgãos dos sentidos utilizados para a análise sensorial são, audição, tato, gosto, visão e o olfato. Cada um possui suas devidas funções e importância na hora da análise sensorial. Ao relacionarmos o tato, por exemplo, refere-se a identificar através dele a consistência e a fluidez do vinho. A audição apresenta também o seu papel importante, ao compreender a sonoridade e a persistência das borbulhas que emanam das taças de vinhos (CARVALHO, 2016).

A visão, vai tratar da limpidez da bebida, da intensidade e da tonalidade da cor e de sua fluidez no caso dos vinhos espumantes. O olfato, apresenta seu papel importante, uma vez que ele é o sentido mais completo podemos dizer assim, do organismo humano. As substâncias para ser sentidas pelo olfato, devem ter aromáticas, possuindo concentrações de possam ser percebidas, sendo voláteis e solúveis.

O gosto somatizado com o sabor é outro dos sentidos fundamentais para a análise sensorial, gosto diz respeito as sensações que são percebidas pelo órgão gustativo, já o sabor nos remete as sensações olfativas, trigeminais e gustativas, que são percebidas durante a análise sensorial. Outras características são importantes para a análise, como o *Ataque*, essa é a primeira sensação a ser percebida, ela geralmente vem com a sensação adocicada de vinhos redondos macios. O adocicado também pode ser substituído facilmente pela acidez, isso se o vinho tiver acidez

pronunciada (MIELE, 2006).

Outra característica é o *corpo*, o corpo está relacionado a estrutura do vinho. Os vinhos que normalmente são mais aceitos pelos consumidores, é o estruturado, porém, irá depender do acompanhamento e o tempo que foi envelhecido. A *intensidade*, relaciona-se a sensação de grandeza do estímulo, ao colocá-lo na boca. A *evolução* ou *persistência aromática intensa*, conhecida pela sigla (PAI), diz respeito a complexidade do vinho, quanto mais complexo o vinho for maior será seu tempo de evolução na boca, vinhos complexos chegam a ter entre 10 a 13 segundos de PAI. Enquanto isso, vinhos pouco complexos chegam a ter seu PAI por apenas alguns segundos e muitas vezes não apresentam persistência alguma (MIELE, 2006; TECCHIO, MIELE e RIZZON, 2007).

Outra característica importante é o *equilíbrio*, os vinhos devem ser equilibrados com seus diferentes componentes. Por exemplo, os vinhos tintos são mais complexos, seu equilíbrio encontra-se na acidez, na untuosidade e nos taninos. Também são considerados fatores de equilíbrio dos vinhos o álcool e a acidez. Na *sensação tátil*, o que se destaca é a adstringência, quando há um excesso de adstringência isso afeta a mucosa dos lábios. Alcançando no que lhe concerne, a harmonia entre o prato e o vinho, a adstringência quase que desaparece (CARVALHO, 2016).

O **fim de boca**, diz respeito ao que aparece no fim da análise sensorial, antes de passar o vinho da boca para o esôfago e estômago ou lançá-lo para fora. O **retrogosto**, é um pouco parecido com o fim de boca, mas não devem ser confundidos, o retrogosto, diz respeito ao descritor que é encontrado após ingerir o vinho, podendo a qualidade do vinho ser negativa (MIELE, 2006).

A **tipicidade** faz relação às características do vinho com as uvas que foram utilizadas no seu processo de fabricação. Vale salientar que essas práticas estão associadas também a forma de cultivo das uvas e das práticas enológicas utilizadas. A **qualidade geral**, diz respeito a qualidade, as propriedades e as características do produto, capazes de satisfazerem as necessidades de uma pessoa. Os **defeitos**, diz respeito aos defeitos que o vinho pode originar no seu processo de produção, originados pelas uvas, ou pelo envelhecimento. Entre eles a oxidação e a acidez volátil, são defeitos comuns de se verem (CARVALHO, 2016).

Para os aromas dos vinhos, há uma classificação que deve ser seguida. Eles são classificados em quatro tipos, sendo o primário o que provem da uva e continua no vinho, o

fermentativo é aquele que vai se desenvolver entre a colheita da uva e o início da fermentação alcoólica do vinho. O secundário é aquele que se forma durante a fermentação alcoólica e a malolática (consiste em transformar o ácido málico em ácido láctico, por bactérias).

3.1. *Análise sensorial e suas técnicas*

Existem vários fatores que influenciam a análise sensorial dos vinhos, um deles é a forma como se pega na taça, algo que para muitos pode ser simples, mas para aqueles que degustam e analisam vinhos, sabem das variações que podem ocorrer por um “simples” gesto. O ambiente, a temperatura do vinho somatizada com a do ambiente e as condições do degustador, possuem influencia, para a análise sensorial dos vinhos.

Para os procedimentos avaliativos devem ser considerados, a forma de segurar a taça, deve segurá-la pela haste ou base, mas nunca pelo bojo. Deve-se inclinar a taça em no anglo de 45° para a frente, e gira-la lentamente. Para uma análise olfativa, aproximasse a taça ao nariz, inclinando certa de 45°. Deve-se colocar o nariz próximo à parede interna da taça e cheirar profundamente. Só assim será possível avaliar precisamente a intensidade e outras características do vinho (GALACHO, 2007).

Na análise gustativa, coloca-se o vinho na boca, devendo permanecer por certa de 4 a 6 segundos. Entre um vinho ou outro pode ser mastigado pães com sabores leves, não muito pronunciados. Deve ser evitada a água entre duas amostras, pois deve dar a boca um *stand by*.



Você quer ver?

Confira um pouco mais sobre as uvas utilizadas na fabricação dos vinhos chilenos. Acesse um breve texto, explicativo. Disponível em: <https://winesofchilebrasil.com/pais-vitivinicola/os-tipos-de-uvas/>

A sala de degustação precisa conter algumas orientações importantes, como, por exemplo, ela deve ser bem iluminada e ventilada, sem cheiros fortes capazes de influenciar a análise sensorial, ela deve ser confortável para que o degustador sinta se a vontade ao degustar os vinhos, a temperatura é algo de extrema importância a ser considerada, tanto para manter o vinho em ótimas condições, quanto para tornar o ambiente agradável aos visitantes (BRASIL, 2014).

Os horários também são considerados, o melhor horário para se degustar profissionalmente são às 11h da manhã e às 17h da tarde. Isso porque o estômago encontra-se mais receptivo ao vinho nesses horários. A temperatura dos vinhos a serem avaliados precisam estar entre 7°C a 8°C se forem espumantes, para os vinhos brancos a temperatura deve estar a 15°C e para os tintos devem estar a 15°C (GALACHO, 2007).

Uma observação muito importante é a sequência dos vinhos, a ordem de quem vem primeiro é fundamental na hora da degustação, vinhos leves antes dos encorpados, os brancos antes dos tintos, os vinhos jovens primeiro do que os envelhecidos, os que são fermentados em tanques antes daqueles que são fermentados em barris de carvalho, por exemplo. Os secos vêm primeiro do que os doces. Isso, o corre para que a degustação seja um momento prazeroso e não haja influências que comprometam a experiência (BRASIL, 2014).

Outro fator importante é o serviço do vinho na degustação, são avaliados os vinhos na sequência da esquerda para direita, para que não ocorra erros tanto da pessoa que está fazendo o serviço dos vinhos quando os degustadores com desencontros entre os comentários. O registro da avaliação, é importante, pois não se deve confiar apenas na memória, assim os degustadores contam com fichas de avaliação dos vinhos degustados.

4. Enogastronomia e as práticas contemporâneas de restauração

A enogastronomia é a arte de harmonizar bons vinhos e belos pratos em uma refeição, unindo cores, texturas, sabores e muita alegria, fazendo do momento uma experiência memorável. A enogastronomia é todo o processo que envolve cuidadosamente a escolha de um vinho para acompanhar um prato, levando em considerações fatores sensoriais de características olfativas e gustativas.

Figura 8 -Harmonização entre vinhos e alimentos.



Fonte: vinhos, bebidas e boa cia.

Desde os séculos passados, o vinho sempre foi o mais pedido ao acompanhar as refeições. Ao harmonizar os vinhos e os alimentos, algumas orientações devem ser seguidas, é preciso estar atendo ao vinho, analisando suas características e particularidades, deve-se estar atendo também a composição da receita que será servida (carne, peixe, as guarnições que serão acompanhadas, etc.). Deve atentar-se ao gosto pessoal de cada indivíduo, assim como seu orçamento disponível. Esteja por dentro das novidades culturais mais recentes e observe a temperatura do vinho e do prato (DUARTE, 2016).

O que torna esse tipo de harmonização prazerosa são as infinitas possibilidades de harmonização entre os alimentos e bebidas, podendo criar infinitas combinações que fazem da experiência gastronômica algo prazeroso ao paladar. A graça de harmonizar encontra-se justamente ao tentar novas combinações capazes de trazer novos prazeres à mesa, uma mistura de sabores, aromas e texturas.

Há algumas combinações que podem servir de norte para a harmonização, porém, elas não são regras, lembre-se, a harmonização de vinhos e alimentos depende também de quem os degustam. Assim, devemos considerar o gosto pessoal de cada um.

Para massas e carnes, vale apostar nos vinhos tintos. Os peixes podem vir acompanhados de um bom vinho branco. Para marinar a carne

de frango, utilize vinho tinto frutado. Para receitas que levam salmão grelhado, aposte em um delicioso vinho branco leve e refrescante. Se a receita levar molho de tomate, então pode utilizar vinho tinto menos ácido, agora se a receita tiver um molho mais cremoso, então pode apostar no vinho tinto mais ácido, para encorpar seu prato. É importante saber que pratos leves pedem vinhos mais jovens e pratos fortes combinam super bem com vinhos mais encorpados (GALACHO, 2007).

A restauração no que lhe concerne, refere-se ao preparo ou ao comércio de refeições, ela apresenta um papel importante para a construção de uma imagem positiva de um restaurante, por exemplo. Podemos ir mais além, ela também pode promover um destino turístico, por ser um local onde frequentemente os turistas realizam suas refeições, possuindo contato direto com a gastronomia local e regional, proporcionando experiências positivas ou negativas, a depender de como todo o processo é realizado (DUARTE, 2016).

No mundo da restauração é importante que aqueles que estejam a frente da elaboração dos alimentos e bebidas, se comprometam com processo da elaboração, de modo a suprir as necessidades dos clientes. Por isso, é importante que ocorra o equilíbrio entre a qualidade da produção das comidas e bebidas com os serviços que serão realizados ao

cliente. Teve-se deixar claro o que será oferecido e como será oferecido. De nada adianta, utilizar os melhores e mais sofisticados temperos e produtos, com as melhores técnicas culinárias para elaborar-se um prato, se o serviço que for oferecido seja feito de forma inadequada, não suprimindo as expectativas dos clientes (KRAUSE e BAHLS, 2016).

Contudo, a qualidade do serviço de restauração não se limita as relações interpessoais, como hospitalidade e cordialidade, nem tão pouco a elaboração dos alimentos. Há, um divisor de águas essencial nesse processo de prestação de serviço gastronômicos, um elemento fundamental que possui poder de influenciar a decisão final do consumidor, são os “tipos ou estilos de serviços”. Ou seja, são as técnicas e os métodos clássicos de entrega e apresentação dos pratos ao consumidor (CUSTÓDIO, 2013).

A maioria dos estabelecimentos presa por unir o útil com o agradável, bons pratos e bebidas com um toque de inovação. Assim, em muitos lugares do mundo, novas tendências vão surgindo, refletindo em novos estilos de preparo e até mesmo na estrutura dos restaurantes. Confira abaixo, algumas apostas para 2020.

O conceito “*open Kitchen*”, é uma aposta que promete invadir a maior parte dos restaurantes, embora muitos já utilizem e façam bom uso dele, a aposta agora, é que ele seja utilizado com maior frequência.

Isso porque, os consumidores cada vez mais desejam que os restaurantes sejam transparentes é porque não uma cozinha aberta? Fazendo com que os clientes vejam seus pratos sendo preparados e proporcionando ao cliente uma experiência a mais.

Outra tendência é o *“Locavore”*, trazendo aos pratos uma dieta composta por ingredientes locais. Isso porque, cada vez mais as gerações jovens estão reforçando o seu poder de compra, surgindo cada vez mais a noção de transparência como padrão de compra dos consumidores.

O *Take-away*, também ganha o seu destaque, as plataformas de alimentos fazem com que os restaurantes entrem nas casas dos clientes. Nos últimos anos o mercado de restauração irá integrar o conceito *“jantar imerso”* ou *“immersive dining”*, não será apenas pelos pratos e pelos sabores, mas pela realidade de cada restaurante.

Os menus infantis, também estão prometendo cara nova. Isso porque em muitos estabelecimentos de restaurantes eles são bastante negligenciados. A proposta é fazer com que os pequenos comam comidas gostosas e saudáveis, acrescentando, pão integral e quinoa para a brincadeira.

O movimento que promete ser tendência por muito tempo é o, *“movimento zero”*, diz respeito ao não desperdício de alimentos, e

promete invadir a maioria dos restaurantes. A ideia é que se evite ao máximo desperdiçar os alimentos, podendo fazer doações para aqueles que precisam ou utilizar em compostagens em horta orgânicas.

4.1. *Enogastronomia: conceitos*

Quando se pense em fazer uma harmonização entre vinhos e alimentos, existem alguns fatores que podem influenciar essa harmonização, como, por exemplo, a receita que o chef irá propor, o gosto pessoal, as tradições da região, a temperatura dos serviços de vinhos e dos pratos e o fator cultural. Algumas regras e técnicas podem ajudar nesse momento de compatibilizar os vinhos e os alimentos (CUSTÓDIO, 2013).

Primeiramente, deve-se decidir o que escolher antes, uma das grandes questões e indecisões de muitos consumidores, o vinho ou a comida. A resposta sempre dependerá do local em que estiver, por exemplo, se você estiver em um restaurante, é mais sensato que se escolha primeiro o prato e só depois faça sua escolha harmonizada do vinho. Contudo, se estiver entre amigos, ou em um restaurante que você já conheça a carta de vinhos, ou se tiver um sommelier a disposição para auxiliar, é recomendado fazer a escolha primeiramente do vinho e depois do prato, assim fará um casamento harmonioso entre ambos. Confira abaixo,

algumas regras que podem ser úteis para uma melhor harmonização (KRAUSE e BAHLS, 2016).

Os vinhos tintos, sempre saem melhor acompanhados por carnes, os tintos secos e leves, acompanham muito bem as carnes vermelhas fritas ou grelhadas, as carnes de frango também ficam mais saborosas acompanhadas por esses vinhos, assim como, as pizzas. Os tintos leves, acompanham massas com molhos leves. Os vinhos tintos encorpados, são timos com queijo estilo provolone. O tinto seco, combina muito bem com os frios, queijos parmesões, queijos amarelos, massas com molho de tomate e molhos condimentados.

Os vinhos brancos, fazem uma excelente harmonização se acompanhados por frutos-do-mar ou peixes. Os vinhos rosés, combinam com frango grelhado, verduras gratinadas, com entradas de tortilhas e omeletes. O vinho do porto, faz uma boa harmonização com frutas secas, bolos, sorvetes e sobremesas. Já os espumantes, harmonizam-se com peixes defumados (salmão), aves e carnes gordas assadas.

Síntese

Nessa unidade, você aluno, pode aprimorar seus conhecimentos ao conhecer os princípios básicos da enologia e sua importância aplicada dentro da gastronomia. Expandindo seus conhecimentos ao conhecer as regiões produtoras de vinhos, do velho e novo mundo, conhecendo as principais regiões que se destacam por suas vinícolas e por sua produtividade.

Ao entrarmos na temática sobre análise sensorial, você pode conhecer e aprender sobre as técnicas sensoriais, mais comuns nesse processo, assim como, costumes e usos na degustação. Você também, identificou a diferença entre, a análise sensorial e a degustação, embora sejam tratadas em algumas literaturas como sinônimos, são algo distintos e requerer cuidado e atenção ao defini-las.

Compreendemos o que significa a enogastronomia, uma arte que harmoniza bons vinhos e belos pratos, onde o seu diferencial encontra-se justamente em possibilidades de harmonização dos alimentos e bebidas, criando diversas combinações fazendo da experiência gastronomia algo prazeroso.

Ao ter concluído todos os conteúdos da unidade 2, você está conseguirá identificar as técnicas de análise sensorial, distinguir os conceitos da enologia e identificar práticas contemporâneas de restauração.

REFERÊNCIAS

- ALCARDE, André Ricardo. **Cachaça: ciência, tecnologia e arte**. Editora Blucher, 2017.
- ALMEIDA, C. T. **Apostila da disciplina técnica dietética 1**. 2007.
- AMARANTE, Jose Osvaldo Albano do. **Os segredos do vinho para iniciantes e iniciados**. Mescla Editorial, 2018.
- ARAÚJO, Lídia Maria Gouveia Ferreira. **Modelo de apuramento de custos de produção para a tomada de decisão: vinho branco e vinho tinto na região determinada do Douro, estudo de caso**. 2019. Tese de Doutorado. Disponível em: <<https://comun.rcaap.pt/handle/10400.26/29443>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2020.
- BARBOSA, Alex Bento; MARTINS, Edson Aparecido. **Produção Artesanal de Hidromel**. In: VI JORNACITEC-Jornada Científica e Tecnológica. 2017.
- BERNARDES, Sílvia Martinez; FREIRE, Rosana Benez Martins; NOGUEIRA, Sílvia de Fátima Barreto. Regras gerais de elaborações de cardápios. In: CHEMIN, Sandra e MARTINEZ Sílvia. **Cardápio: guia prático para elaboração**. 4º edição. Rio de Janeiro. Guanabara Koogan. p. 01-18. 2019.
- BORGES, Euclides Penedo. **Harmonização: o livro definitivo do casamento do vinho com a comida**. Mauad Editora Ltda, 2007.
- BORGES, Euclides Penedo. **O Fantástico Mundo dos Vinhos**. Mauad Editora Ltda, 2012.
- BRASIL, Renato Rodrigues. **Métodos sensoriais de prova de vinhos brancos e tintos: Análise comparativa dos Métodos Emocional e OIV por análise de dados multivariada**. 2014. Tese de Doutorado. Disponível em: <https://run.unl.pt/bitstream/10362/13864/1/Brasil_2014.pdf>. Acesso em: 26 de janeiro de 2020.
- BRASIL. Presidente da república. Casa civil. Subchefia para assuntos Jurídicos. **Decreto n. 6.871, de junho de 2009**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/vigilancia-agropecuaria/ivegetal/bebidas-arquivos/decreto-no-6-871-de-4-de-junho-de-2009.doc/view>>. Acesso em: 17 de janeiro de 2020.
- BREDA, Marcelo Henrique. Cerveja artesanal. In: VENTURINI FILHO, Waldemar Gastoni.
- Bebidas alcoólicas: ciência e tecnologia**. Editora blucher, p. 85-111, 2018.
- CARLIARI, Vinícius; ROSIER, Jean Pierre; BORDIGNON-LUIZ, Marilde. T.

Vinhos espumantes: métodos de elaboração Evidência. Joaçaba, v. 13. n. 1, p. 66-77, janeiro de 2013.

CARVALHO, E. S. S. **Perfil sensorial, enológico e funcional de vinhos tropicais sob diferentes manejos agronômicos.** Embrapa Semiárido-Tese/dissertação. 2016.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Prelúdio da cachaça.** Global Editora e Distribuidora Ltda, 2015.

CUSTÓDIO, Fátima Maria Marques. **O papel da certificação da restauração tradicional na promoção da gastronomia regional e no desenvolvimento dos destinos turísticos.** 2013. Tese de Doutorado.

DÍAZ, Félix Valencia. **Enología: vinos, aguardientes y licores.** Editorial Vértice, 2010.

DROGONE, Giuliano; SILVA, Tassiana Amélia de Oliveira; SILVA, João Batista de Almeida. Cerveja. In: VENTURINI FILHO, Waldemar Gastoni. **Bebidas alcoólicas: ciência e tecnologia.** Editora blucher, p. 51-83, 2018.

DUARTE, Renato Luis da Rocha. **O Sommelier e os serviços de hospitalidade no mercado do vinho e na Enogastronomia.** 2016.

FAGUNDES; et al. Fermentado alcoólico de fruta: uma revisão. **5º simpósio de segurança alimentar, alimentação e saúde.** Bento Gonçalves, RS, 2015. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/sbctars-eventos/gerenciador/painel/trabalhosversaofinal/SAL176.pdf>>.

Acesso em: 20 de janeiro de 2020.

FRANCO, Silvia Cintra; BRAUNE, Renata. **O que é enologia.** Brasiliense, 2017.

FREIRE, Rosana Benez Martins; NOGUEIRA, Sílvia de Fátima Barreto. Cardápios institucionais. In: CHEMIN, Sandra e MARTINEZ Sílvia. **Cardápio: guia prático para elaboração.** 4ª edição. Rio de Janeiro. Guanabara Koogan. p. 25-31. 2019.

GALACHO, Cristina. **A Química “Doce” do Vinho.** 2007.

GSCHAEDLER, Anne Christine; ACEVEDO, F.; AROCA, G. Tequila e Pisco. In: **Desenvolvimentos Atuais em Biotecnologia e Bioengenharia: Indústria de Alimentos e Bebidas.** Elsevier Inc., p. 469-486, 2016.

GUTIÉRREZ, Gonzalo. Pisco, designação de origem peruana. **Agenda internacional,** v. 10, n. 19, p. 245-298, 2003.

HERNDESON, J. et al. **Sobre vinhos**. Cengage Learning, 2ª edição. São Paulo. 2012.
KRAUSE, Rodolfo Wendhausen; BAHL, Álvaro Augusto Dealcides Silveira Moutinho.

Serviços clássicos na restauração comercial: proposta de padronização e esclarecimentos para futuras pesquisas. Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo, v. 10, n. 3, p. 550-573, 2016.

MIELE, Alberto. **Técnicas de análise sensorial de vinhos e espumantes**. Embrapa, 2006.

MOLINARI, Gisele; NETO, João Plínio Juchem. **Perspectivas do mercado da viticultura e desafios para os vinhos brasileiros**. Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão, v. 7, n. 4, 2016.

NOGUEIRA, Alessandro et al. **Análise dos indicadores físico-químicos de qualidade da sidra brasileira**. Repositório UEPG. 2003.

PACHECO, Aristides de Oliveira. **Vinhos & uvas: guia internacional com mais de 2.000 citações**. Editora Senac São Paulo, 2019.

PEREIRA, Ana Rita Fernandes Barbosa. **Produção de bebidas espirituosas tendo como base a destilação artesanal**. 2018. Tese de Doutorado. Universidade do Minho. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/59242>. Acesso em: 20 de janeiro de 2020.

PILÓ, Fernanda Barbosa; BARRUGA, Enrique Javier Carvajal; ROSA, Carlos Augusto. Chicha. In: VENTURINI FILHO, Waldemar Gastoni. **Bebidas alcoólicas: ciência e tecnologia**. Editora blucher, p. 129-136, 2018.

RIBÉREAU-GAYON, Pascal et al. *Trattato di enologia: Microbiologia del vino e Vinificazioni*. Bologna: Edagricole, 2007.

TECCHIO, Francine Maria; MIELE, Alberto; RIZZON, Luiz Antenor. **Características sensoriais do vinho Bordô**. Pesquisa Agropecuária Brasileira, v. 42, n. 6, p. 897-899, 2007.

UNHA, Claussia Neumann da; SILVEIRA, Caroline Soares da. **Transformações Regionais na Indústria de Vinhos no Chile**. Seminário Internacional sobre Desenvolvimento Regional, 2019.

RAIMUNDO, Livia Maria Borges. Comportamento do consumidor de alimentos: uma análise do consumo de carnes em São Paulo. 2013.

Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/273061545_COMPORTAMENTO_DO_CONSUMIDOR_DE_ALIMENTOS_U_MA_ANALISE_DO_CONSUMO_DE_CARNES_EM_SAO_PAULO/link/54f60b150cf21d8b8a5c07a8/download. Acesso em: 27 de agosto de 2020.

ISO 5492. Sensory analysis–vocabulary. 2008.

NETO, Francisco Xavier Palheta; TARGINO, Mauricio Neves. *et al.* Anormalidades sensoriais: olfato e paladar. Arquivos Internacionais de Otorrinolaringologia, v. 15, n. 3, p. 350-358, 2011.

AUTORA



Alessandra Queiroz é Turismóloga pela Universidade Federal da Paraíba. Mestranda em Hotelaria e Turismo pela Universidade Federal de Pernambuco.

Membro do Grupo de Cultura e Estudos em Turismo - GCET.



O GCET – Grupo de Cultura e Estudos em Turismo, ligado ao Departamento de Turismo e Hotelaria (DTH) do Centro de Comunicação, Turismo e Artes (CCTA), faz parte da UFPB-Universidade Federal da Paraíba, e do Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq. Tem o intuito de apresentar temáticas plurais, com foco nas questões de interesse acadêmico e empresarial, contribuindo para uma melhor compreensão do Turismo e da Hotelaria, no contexto do patrimônio cultural, impactos sócio culturais, econômicos e ambientais, globalização, relações interculturais e comportamento do turista.

Livros da Série **Turismo & Hotelaria** organizados pelo GCET, podem acessar o site da editora CCTA:

<http://plone.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/hotelaria> ou o link <https://independent.academia.edu/GCETUFPB/Books>.

Estamos à disposição também através do whatsapp: 55 8386381266 ou das nossas redes sociais. Se desejar, nos envie whatsapp e encaminharemos nosso cartão digital.



Menu

