


Tema: Sector Vitivinícola					Âmbito: Nacional	Tiragem: 57037
Título: Fazer o próprio vinho pela Internet					Temática: Generalista	GRP: 2.9
2006/11/13	DIARIO DE NOTICIAS – PRINCIPAL	Pág.32	Imagem: 1/1		Periodicidade: Diaria	Inv.: 3356.00

BOA VIDA

[ESTADOS UNIDOS

Fazer o próprio vinho pela Internet

Uma empresa norte-americana está a oferecer, no famoso Napa Valley, na Califórnia, a hipótese de seguir à distância, através de câmaras de vídeo, a elaboração de vinhos que são feitos segundo as instruções de 'ciberenólogos' que podem até estar na Finlândia ou no Japão

① Glenn Chapman*

As câmaras de vídeo, ligadas à Internet, estão apontadas para as cubas de maceração, mostrando que, em algum lugar do mundo, diante de um ecrã, um cliente está a vigiar a elaboração do seu próprio vinho. A cena desenrola-se em São Francisco, no Sul do Napa Valley, conhecido pelas suas vinhas, e no Norte do Silicon Valley, epicentro da revolução informática dos últimos 30 anos. A Crushpad, uma pequena empresa montada por um empreendedor vindo do mundo da informática, estabelece a relação entre os dois lugares.

Nos depósitos, antes ocupados por uma fábrica de maionese, uma câmara frigorífica recebe as caixas de uvas esmagadas. Numa divisão vizinha, já começou a fermentação. Mais longe, nos tonéis de carvalho, o vinho está em maturação.

Cada tonel está cuidadosamente etiquetado com o nome do "enólogo" amador que o elaborou diante do computador, dizendo aos empregados da Crushpad o que fazer para criar o seu vinho "único no mundo".

"Eu posso fazer o meu trabalho diário e envolver-me de facto na elaboração do vinho", congratula-se Bryan Kane, um responsável comercial de uma empresa do Silicon Valley que veio inspeccionar o vinho que a Crushpad lhe fez e que ele próprio agora irá vender.

Cerca de 60% dos clientes da Crushpad vivem longe de São Francisco e das encostas do centro da Califórnia; o fundador da empresa, Michael Brill, conta com satisfação que um finlandês, a partir de casa, acompanha meticulosamente as operações da Crushpad diante do ecrã, com um copo de *pinot noir* na mão.

Um japonês chegou mesmo a ti-



Adega | As câmaras permitem acompanhar as várias etapas da vinificação e dar instruções sobre como fazer o vinho

rar férias para vir em pessoa à adega, que está agora na sua terceira vindima. No primeiro ano, a Crushpad produziu o equivalente a cinco mil caixas de vinho, no segundo, dez mil, neste, 15 mil.

Antigo empresário na área da informática, Michael Brill espera atingir o objectivo de 25 mil caixas em 2007, o que provaria o êxito da Crushpad, que ele decidiu lançar em vez de ficar em licença sabática.

A fórmula seduziu os apaixonados do vinho que não tinham nem tempo nem meios para se instalar numa propriedade vinícola. E o modelo parece ser também economicamente vantajoso para eles, já que uma garrafa do "seu" vinho fica entre 17 e 32 dólares, quando os vinhos destas prestigiadas regiões de Napa e Sonoma custam normalmente o dobro ou o triplo do preço.

A Crushpad tirou igualmente

vantagens do Web 2.0, que transforma a Internet numa comunidade de cooperantes. O *site* da empresa (www.crushpadwine.com) apresenta aos seus clientes uma base de dados que permite conhecer o mundo do vinho, segundo o modelo enciclopédico da Wikipédia, de *podcasts* (vídeos pessoais *online*), etc.

Michael Brill considera que se está à beira de uma evolução espectacular no mundo do vinho. "Existem milhões de pessoas que, se pudessem participar na elaboração do seu próprio vinho, o fariam de certeza", assegura.

"Imagine que não existiam no mundo quaisquer outros restaurantes senão os McDonald's e que as pessoas já não cozinhavam nas suas casas. É mais ou menos assim que parece estar o sector vinícola nos dias de hoje", lamenta o empresário. **Jornalista da AFP**

Um finlandês, a partir de casa, acompanha meticulosamente as operações diante do ecrã, com um copo de 'pinot noir'. Um japonês tirou férias para ir à Califórnia inspeccionar o seu vinho