

CONSELHO EDITORIAL

ARTHUR PICCOLOMINI AZEVEDO *arthur@winestyle.com.br*
GUILHERME VELLOSO *guilherme@winestyle.com.br*
MARCELLO BORGES *marcello@winestyle.com.br*
MARIO TELLES JR. *mario@winestyle.com.br*

REDAÇÃO

editor ARTHUR PICCOLOMINI AZEVEDO
editor GUILHERME VELLOSO
editor MARIO TELLES JR.
editor-executivo JOSÉ LUIZ ALVIM BORGES *borges@winestyle.com.br*
editor-assistente GUSTAVO ANDRADE DE PAULO *gustavo@winestyle.com.br*
editor-assistente RUI ALVES *rui@winestyle.com.br*
coordenadora editorial ILKA BEZERRA *redacao@winestyle.com.br*

ARTE

BLACK DESIGN+COMUNICAÇÃO
www.blackdesign.com.br
coordenação ILKA BEZERRA
projeto gráfico/direção de arte LUIZ CARLOS BIG

COLABORADORES

textos ANDRÉ LOGALDI, FERNANDO BASILE, FRANCISCO SOARES, GERSON LOPES, LUIZ HORTA,
ROSA MARÍA GONZÁLEZ, RUI ALVES E SONIA AZEVEDO
ilustração JUNIÃO
foto BIGSTOCKPHOTO, ISTOCKPHOTO

PUBLICIDADE

diretor comercial MARCELLO BORGES *marcello@winestyle.com.br*
assistente executiva FABIANA NERY DI SANTI *contato@winestyle.com.br*
55 11 5093-3650

ASSINATURAS E EDIÇÕES ANTERIORES

assinaturas@winestyle.com.br
55 11 5093-3650

IMPRESSÃO E PRÉ-IMPRESSÃO

PANCROM GRÁFICA E FOTOLITO

DISTRIBUIÇÃO

FERNANDO CHINAGLIA DISTRIBUIDORA S.A.

DISTRIBUIÇÃO PORTUGAL

VASP DISTRIBUIDORA DE PUBLICAÇÕES LTD.

WINE STYLE É UMA PUBLICAÇÃO DA EDITORA VINUM BRASIL
AV. ROUXINOL, 84, C.J. 66, MOEMA, 04516-000, SÃO PAULO, 11 5093-3650
WWW.WINESTYLE.COM.BR

AS IMAGENS NÃO CREDITADAS FORAM CEDIDAS PELAS PRODUTORAS E/OU ASSESSORIAS PARA DIVULGAÇÃO.

Caros amigos,

Para alegria dos apreciadores de vinhos, como nós, a situação do mercado brasileiro está – aos poucos, mas de forma consistente – se normalizando. O mundo não acabou, o consumidor não deixou de comprar e novos e instigantes vinhos continuam a chegar aos portos e às lojas especializadas.

Verdade que persistem graves problemas burocráticos e tentativas de complicar ainda mais as coisas. Inventar entraves para a importação, a exemplo do famigerado selo que se pretende criar. Como sempre, essas tentativas vêm embrulhadas em supostas boas intenções, para enganar inocentes e desavisados. No caso, a de proteger (sic) os produtores brasileiros. Não será criando entraves aos vinhos importados que se aumentará o consumo de vinho brasileiro, como já se sabe pelo exemplo de outros setores, como o de informática (TI para os mais modernos), na época dos governos militares.

Produzir vinhos melhores e mais acessíveis depende de tecnologia e do intercâmbio de idéias e informações e não da imposição de barreiras alfandegárias. Estas beneficiam apenas maus produtores, que temem colocar seus vinhos nas prateleiras, lado a lado com o que se produz fora.

O interesse no potencial do mercado brasileiro tem se mostrado cada vez maior, como demonstram a própria Expovinis e as várias mostras de vinhos de diferentes países/regiões que se sucedem quase semanalmente. E aqui queremos registrar o reconhecimento à qualidade editorial de Wine Style, expresso no apoio que recebemos de entidades como a Wines of Argentina e, agora, a ViniPortugal, para produzir edições especiais sobre seus respectivos países, aproximando mais o consumidor brasileiro dos vinhos ali produzidos.

Para a elaboração de suplementos como o que acompanha esta edição (o primeiro de dois, sendo que o segundo circulará com a edição nº 25), visitamos as principais regiões vinícolas, conversamos com produtores e enólogos e provamos literalmente centenas de vinhos. Sempre com o objetivo de ajudar os amantes do vinho na agradável, mas, às vezes, difícil, tarefa de identificar rótulos, produtores e até regiões vinícolas a ser eventualmente visitadas. No caso desta edição, enfocamos os vinhos e algumas das principais regiões produtoras de Portugal, como fizemos, recentemente, com a Argentina e como pretendemos fazer, no futuro, com outras regiões vinícolas do mundo, para levar informações isentas e acuradas a nossos leitores, razão de ser da Wine Style.

Abraços, Arthur Azevedo

Guilherme Velloso

Mario Telles Jr.