

O medo do palco

The fear of the stage

Expresso



O medo do palco

Estar escondido é uma estratégia, dizem eles...

O universo do vinho português não para de se expandir. Não estamos a produzir mais mas o número de marcas no mercado cresce constantemente. O aumento da área de vinha é muito controlado pelas regras europeias, nomeadamente quanto a novos plantios, mas há sempre reconversões, vinhas que são arrancadas e substituídas por novas, transferências de licenças de plantio de uma região para outra. O número de marcas, mesmo sendo muito elevado, não nos deve fazer esquecer que existem muitos rótulos exclusivos de supermercados que, na verdade, são o mesmo vinho que o produtor comercializa com outro nome. E para não ser exatamente igual, pode mudar-se um pouco a composição. Exemplo? Um branco leva 85% de Arinto e 15% de Fernão Pires; ora o produtor pode criar uma marca nova que tenha 80% de Arinto e 20% da outra casta, resultando daí um vinho que, para o comum dos mortais é igual ao outro, mas oficialmente não o é, e pode assim ser vendido em exclusivo

para esta ou aquela grande superfície. Proliferam assim marcas que não podem deixar de ser uma enorme confusão para o consumidor que se depara constantemente com novos vinhos de que nunca ouviu falar. E qual deve ser o caminho a seguir para um produtor que quer dar a conhecer o seu vinho? À ver por aquilo que se passa em quase todas as regiões portuguesas, parece que a técnica é: "vou ficar aqui sossegado que o meu vinho é tão bom, tão bom, que um dia há de ser reconhecido como tal". Regiões como a Bairrada, Lisboa, Tejo e Setúbal, Algarve, Beiras, Dão só timidamente acham necessário mostrar-se. É verdade que em todas elas há produtores que trabalham com profissionalismo, que sabem que têm de dar a conhecer o que fazem e que sabem como promover os seus vinhos — mas são uma minoria. O que muitos produtores gostam mesmo é de dizer mal dos vizinhos e dos concorrentes; por isso os bairradinos dizem que o pior da Bairrada são as pessoas, os do Douro, do Alentejo ou do Ribatejo dizem o

mesmo: todos contra todos, associações nem pensar, "mas quem é que ele se julga para me vir dar palpites", promoção conjunta "era o mais que faltava" e outros mimos muito típicos do regionalismo e bairrismo de que somos verdadeiros especialistas. E se, no Douro, pela específica forma de produção, há vinhos que são produzidos em quantidades minimalistas que não comportam gastos em promoções, há regiões de grandes áreas de vinha que não fazem diferente, quando tinham obrigação disso. E quanto à promoção externa também não estamos bem, mas trataremos disso em próximas crónicas. Uma coisa é certa: este modelo não está a resultar e só não vê isso quem acredita que já somos conhecidos por esse mundo fora; não somos e, pelo andar da carruagem, não vamos ser tão cedo. Mas, se calhar, é melhor estar calado e sossegado... fazer ondas para quê? Há um palco para nos mostrarmos, mas "ah e tal, sou um tipo discreto, não gosto das luzes". Pois seja, que de pobres e honrados temos escola feita. ●



Soalheiro Granit branco 2018

Região: Monção e Melgaço

Produtor: Soalheiro

Castas: Alvarinho

Enologia: António Luís Cerdeira

Preço: €12

O portefólio deste produtor já abrange uma dezena de marcas. As vinhas estão em Melgaço. É a marca mais antiga deste concelho. Dica: Lado mineral mais evidente, acidez excelente, tudo muito pensado para ser ótimo parceiro dos dias quentes.