



## INICIATIVAS



# Portugal já é o segundo país a colocar mais vinhos no Brasil

Os 64 produtores que participaram na primeira edição do Vinhos de Portugal em São Paulo encontraram gente muito interessada – e interessante. E, mais importante ainda, fizeram muitos negócios

**Luísa Pinto** (texto)  
**Sibila Lind** (fotos)

No primeiro trimestre de 2017 o valor das exportações de vinhos portugueses para o mercado brasileiro cresceu 84,5% face ao primeiro trimestre de 2016. Um comportamento “espectacular” conseguido sobretudo pelos vinhos tranquilos, que aumentaram 93,5%, e não tanto pelo segmento do Porto – mas também estes cresceram 25,3%. Com este resultado no trimestre, Portugal conseguiu alcançar o segundo lugar dos países a quem o Brasil mais importa vinho, estando agora com uma quota de mercado de 15,4%. Na frente deste campeo-

nato continuam os vinhos do Chile, que, muito à custa do desempenho de Portugal, caíram de uma quota de mercado de 54% para as actuais 47%.

“Não há milagres nem coincidências”, começa por afirmar Jorge Monteiro, presidente da ViniPortugal, a associação interprofissional que gere a marca Wines of Portugal. “Há um conjunto de factores diversos, a começar pelo facto de o trabalho de promoção e de divulgação ter sido uma constante”, explica Jorge Monteiro. Esforços da ViniPortugal, das comissões das regiões demarcadas – tais como o Alentejo, o Dão ou Setúbal – e também o Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto. Mas também outros efeitos,

**O poder de transformação do vinho, a maneira como ele actua no coração dos homens, a sensação de felicidade que ele proporciona são os temas de Camões, bem actuais nos dias de hoje**

tais como o facto de Portugal estar a atravessar um bom momento no turismo, e a capitalizar o facto de provar a capacidade de ter estado a sair de uma crise financeira interna. “Portugal está na moda”, comenta Jorge Monteiro.

Agora deseja-se que seja um movimento sustentado. O mercado brasileiro significa apenas 4,9% das exportações de vinhos portugueses, e um volume de negócios de cerca de 30 milhões de euros. A grande vantagem é que há ainda uma grande margem de crescimento.

O facto de Portugal ter conseguido “derrotar” países históricos na importação brasileira, como são a Argentina, a Itália e a França é já “uma excelente notícia”, comen-



Mais informações:  
[facebook.com/vinhosdeportugal](https://facebook.com/vinhosdeportugal)



## As histórias que se contam à volta de um copo de vinho. Ou dois

ta Jorge Lucky, crítico de vinhos no jornal *Valor Econômico*, de São Paulo. Lucky, que conhece bem os vinhos portugueses e tem participado como júri internacional em muitos concursos, quis sublinhar que não o está a dizer por simpatia, mas por saber que Portugal “tem uma proposta diversificada e diferente”, mas que, face aos países do Mercosul, como é o caso do Chile, que não paga taxas aduaneiras, a verdade é que se está a falar de um campeonato diferente. “Eu gostaria muito que o Chile fosse perdendo quota, porque é muito mais interessante olhar para Tourigas Nacionais, por exemplo, do que continuar a falar de Cabernet Sauvignons”.

Dirceu Vianna Junior, *master of wine* radicado em Londres, mas que é natural da Parnaíba, no Brasil, admite que se não existisse essa diferenciação de taxas, Portugal conseguiria rapidamente chegar ao primeiro lugar dos países a quem o Brasil importa mais vinho. “A ligação sentimental e histórica entre o Portugal e o Brasil é muito grande. E trazer produtores com a qualidade dos que aqui estão, para estarem durante três dias em frente aos consumidores finais aqui, a explicar como fazem esses vinhos, a história que está por detrás deles, eu não conheço país que faça um trabalho de promoção tão bom”, argumenta.

Dirceu Vianna Junior refere-se ao evento Vinhos de Portugal, que se realizou pelo quarto ano consecutivo no Rio de Janeiro, e este ano, pela primeira vez em São Paulo, e que é organizado pelo PÚBLICO e pelos jornais brasileiros *Globo* e *Valor Econômico*, em parceria com a ViniPortugal.

O evento termina este domingo, e os 64 produtores portugueses que participaram no Mercado de Vinhos tiveram oportunidade de, em nove sessões de provas, mostrar mais de 400 rótulos a um público que se mostrou “interessado” e “interessante”. Manuel Cabral, presidente do IVDP, disse que os produtores da região do Douro se mostraram muito satisfeitos com “o poder de compra” e o “posicionamento cosmopolita” que encontraram em São Paulo.

Francisco Mateus, da Comissão Vitivinícola Regional do Alentejo, mostrou-se muito entusiasmado com a receptividade que encontrou, e lembrando que o consumo *per capita* no Brasil é muito baixo (apenas dois litros por habitante), há mesmo muita margem para crescer. “Esperamos que para o ano haja mais eventos destes em São Paulo, porque o resultado só pode ser mesmo crescer”, terminou.

luisa.pinto@publico.pt

A escolha do local revelou-se certa. O centro comercial em que se realizou o Vinhos de Portugal durante três dias, numa zona de classe alta em São Paulo, atraiu ao evento muitos curiosos. Para além do sucesso nas iniciativas pagas, que deu acesso aos interessados no Mercado dos Vinhos, onde podiam fazer as provas directamente com os produtores, ou às provas e harmonizações organizadas por críticos de vinhos de Portugal e do Brasil, também o espaço de convívio, de acesso gratuito, foi alvo de muita procura. E porque uma das partes mais interessantes do vinho é conhecer as suas histórias, e porque há sempre muitas histórias que podem ser contadas à volta de um vinho, as propostas no programa *Tomar um Copo* estiveram praticamente com lotação esgotada. Nos três dias.

### “Camões e o Vinho”

Em cada um dos três dias, a abordagem foi diferente. Mas o resultado foi sempre o mesmo. Assistência inebriada com as histórias que José Bernardes, director-geral da Biblioteca da Universidade de Coimbra, e especialista em Camões, ali levava para falar do vinho na poesia de Camões. Se a palavra aparece pouquíssimas vezes na vasta obra do poeta, ela está latente numa grande parte dela. Até porque o mais importante trecho d’*Os Lusíadas* – pelo menos aquela que o poeta mais se alonga a descrever – é a ilha dos Amores.

Bernardes recordava que ao enlace sexual de nautas e ninfas, e ao banquete em que se serviam “vinhos odoríferos”, se seguiu a revelação, e os nautas portugueses foram convidados a conhecer o segredo do espaço e do tempo – afinal, a perceber o futuro. “Vénus queria transformar a raça. Os nautas portugueses entraram na ilha humanas e saíram de lá divinos”, concretizou.

O poder de transformação do vinho, a maneira como ele actua no coração dos homens, a sensação da felicidade que proporciona, a procura do futuro que é permanente são os temas de Camões, bem actuais nos dias de hoje.

### “O Douro em cartoons”

Luís Afonso, autor do *Bartoon*, o *cartoon* diário do PÚBLICO, cuja personagem está sempre atrás de um bar, partilhou com os presen-



tes as suas histórias com o Douro e o Vinho do Porto. Alentejano de Serpa, respondeu ao desafio do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP) de pensar em qualquer coisa para assinalar os 260 anos da mais antiga região demarcada do Mundo, e o resultado é uma série especial de *cartoons* que vão estar à venda no instituto. “Podia ter feito uma coisa completamente diferente, mas a verdade é que quando fui passar um dia ao IVDP, para me inteirar de todas as histórias e todos os personagens, acabaram por me saltar à cabeça os personagens. E fazia sen-

**Luís Afonso (em cima), Manuel Carvalho, José Bernardes e Adriana Calcanhotto foram alguns dos participantes neste encontro luso-brasileiro**

tido fazê-los com os meus bonecos”, explica. Uma das personagens era incontornável: “O próprio marquês de Pombal, que criou a região, e cuja figura já era, ele próprio com aquelas cabeleiras e aquela roupa, um dos meus bonecos”. As outras duas personagens, o barão de Forrester e a Ferreirinha, confessa o autor, foram mais desafiadoras e empolgantes. “O facto de ele ser um amante da fotografia e um verdadeiro geógrafo, autor de um dos primeiros e mais relevantes mapas da região, fez-me pensar nele com um cabelo tresloucado”, explica. Dona Antónia, a Ferreirinha, tinha de ser desenhada com “as saias de balão, que a salvaram do naufrágio, claro”.

O resto, claro, leva também o humor de Luís Afonso – as conversas são anacrónicas (até porque os personagens viveram com um século de diferença), mas o humor não se compadece com espaltilhos de calendários. “De facto, essa saia não é lá muito prática para entrar a bordo”, diz o barão, enquanto ajuda a Ferreirinha a subir a bordo de um rabelo. “Mas é uma maravilha para flutuar, acredite”, responde-lhe a Ferreirinha. “Gosto destes desafios, até porque são uma maneira de esquecer a actualidade e a política. Aqui estamos a falar de História. E de histórias,” diz o autor.