



OPINIÃO

A informação “anda a nove!”

Cada vez mais o vinho é notícia, quer entre nós quer em países onde é o companheiro indispensável dos momentos mais agradáveis da vida, dando assim corpo à ideia que se tem, em geral, daquilo que de facto é a “qualidade de vida”.

Não é preciso ser-se “rico” para se ter esta “qualidade de vida” de que falo aqui. É preciso, isso sim, estar-se bem informado e saber escolher, é preciso ter espírito de iniciativa e saber procurar. Ora isto não é uma tarefa muito difícil embora requeira a leitura frequente das novidades através, por exemplo, do jornal HIPERSUPER que, como o nome indica, estabelece a ponte entre o comprador de vinhos (no nosso caso) e a oferta a que ele terá acesso se se informar bem.

A informação “anda a nove!”, como dizem hoje em dia todos os portugueses, usando uma expressão que vinha dos motoristas dos eléctricos da Carris, cujo acelerador era, e é, uma manete que acrescenta ou diminui resistências eléctricas e que funciona por meio de “pontos de contacto”, sendo o ponto 9 aquele que imprime maior velocidade ao motor do eléctrico. Com a informação a circular bem depressa é muito importante que o respectivo acesso seja fácil e variado. Há que pensar bem naquilo que se quer, nos produtos que nos interessam e depois procurar encontrá-los nas melhores condições.

Assim é com as refeições, por exemplo. Ouço cada vez mais queixas de que tudo está a ficar muito caro e difícil, nomeadamente em matéria de “comes” mas o que é preciso é ir procurar onde nos sirvam bem e com qualidade. Os portugueses têm pouco espírito de descoberta. Experimentem ir um dia ao Linhó, ao Restaurante “O Convívio”, e vão ver como se pode comer muito bem com óptima qualidade por preços que são no mínimo convidativos e que a mim me fazem pensar que dentro de algum tempo já nem vai valer a pena fazer o jantar em casa!

Na nossa casa é a mesma coisa! Para quê servir bebidas

caras e importadas, muitas vezes destilados, se um bom espumante ou uma garrafa de vinho da região Lisboa, branco ou tinto, fazem um papel melhor, quer para a sua saúde quer para a sua bolsa?

Para quê servir aperitivos rebuscados, importados, não muito saudáveis, se umas azeitonas bem escolhidas na praça, um chouriço cortado às rodelas ou um queijo fresco, são melhores para a saúde de todos e constroem a sua reputação como pessoa que sabe receber?

Há dias li, no Daily Telegraph, jornal britânico de grande tiragem e respeitado pelas suas opiniões, que cientistas de uma universidade italiana concluíram que de facto o vinho tinto faz ainda melhor do que já se sabia. Pois é, a leitura de revistas especializadas que nos ajudam a encontrar as respostas quer para os produtos que procuramos quer ainda sobre os avanços técnicos que esses mesmos produtos vão alcançando. Mas é preciso ler! E é preciso saber o que se promove e como se deve promover.

Vem isto a propósito de uma notícia que li na Internet que diz textualmente o seguinte num dos parágrafos que transcrevo na íntegra: “São três os sócios deste novo projecto com 50 metros quadrados de espaço, onde se encontram quatro grandes reservatórios em aço inox cheios de vinho de diferentes regiões e tipos (a começar pelos fundadores e seus parceiros, das regiões do Alentejo e Tejo), existindo ainda vinho de Trás-os-Montes. Mais adiante, oito torneiras com outros vinhos aguardam a escolha do cliente”. Há o perigo de que quem ler isto fique com uma ideia errada sobre as possibilidades de compra de vinho daquelas regiões.

É também para isto que servem os órgãos de comunicação: para informar, para ensinar, e para preservar o bom nome das mercadorias que se vendem. Ao mesmo tempo ensinarem os clientes a serem exigentes e a esperarem sempre um bom e honesto serviço a troco do seu pagamento. **H**

Vasco d’Avillez

 Presidente da Comissão Vitivinícola da
 Região de Lisboa
