



O editor da revista Adegas e proprietário da Escola Mar de Vinho, que chega a experimentar 4,5 mil vinhos em um ano, completa 350 artigos publicados na Gazeta Mercantil nos últimos oito anos

ENTREVISTA Marcelo Copello

O vinho como fonte de prazer e cultura

O enólogo, para quem jamais todas as sensações poderão ser descritas em palavras, diz que saborear um vinho não difere de degustar uma música, um quadro, um filme, uma poesia, uma pessoa

ALEXANDRE STAUT

Considerado um dos mais respeitados formadores de opinião da indústria do vinho no Brasil, Marcelo Copello chega a degustar mais de 4,5 mil vinhos ao ano. Editor da revista Adegas e do site www.mardevinho.com.br, além de proprietário de uma escola voltada ao tema, a Escola Mar de Vinho, ele comemora 350 colunas escritas para a **Gazeta Mercantil** nos últimos oito anos.

Nos textos, como diz, não ensina apenas regras, mas maneiras de se pensar e sentir o vinho, transformando-o em uma fonte de saúde, cultura e prazer. Além disso, ele está lançando um novo livro: "Os Sabores do Douro e do Minho". Confira a entrevista que Copello concedeu a este jornal.

Gazeta Mercantil — Em suas colunas, você não ensina apenas as regras, transformando-o em uma fonte de saúde, cultura e prazer. Está aí sua grande inspiração para escrevê-las?

O vinho é apenas um líquido dentro de uma garrafa. A emoção está em quem o degusta, em cada um de nós. O vinho, por sua longa história e grande complexidade, é um perfeito espelho do ser humano, onde podemos ver refletida toda a nossa cultura. Se somos poetas acharemos no vinho muita poesia, se somos cientistas teremos também um terreno fértil no nobre fermentado. Sob esta ótica, é possível contar a história do homem por meio da história do vi-

nho, é possível falar de suas alegrias, anseios, sentimentos mais complexos e profundos por meio de uma simples bebida. Degustar e interpretar um vinho não difere de "degustar" uma música, um quadro, um filme, uma roupa, uma poesia ou até uma pessoa (risos). Assim, no fundo, meu tema se torna mais amplo e mais fascinante, já que não é o vinho em si, mas como percebemos e sentimos o tal líquido.

GZM — Para escrever sobre as características dos vinhos é preciso dominar uma linguagem poética refinada. Quem lhe inspira?

Em termos de linguagem só posso dizer que sempre gostei de ler e me sinto à vontade com as palavras e entre livros. Tenho a cada dia mais certeza, contudo, de que jamais poderei colocar todas as sensações em palavras, sempre restará o inaudito, um algo mais, impossível de ser descrito, que será compartilhado apenas entre os que dividiram aquela mesma garrafa. Em termos de motivação, o que me inspira é poder disseminar minha paixão pelo vinho com meus leitores e alunos. Com

cada novo aluno de minha escola revivo o momento em que eu mesmo descobri o vinho e me apaixonei. Renovo assim esta paixão ao vê-la renascer em outra pessoa. Meu entusiasmo se realimenta do entusiasmo deles. Quase como uma catequese religiosa (risos), ou como um pai que volta ser criança com seus filhos e revive a descoberta de cada sensação que o mundo oferece.

na novas descobertas a cada dia. Há muitas histórias para contar, a maioria ocorrida em viagens. Achei os espumantes da Tasmânia surpreendentes, quando estive por lá. Quando visitei pela primeira vez o Vale de Elqui, perto do deserto de Atacama no Chile, me encantei com um Sauvignon Blanc bastante mineral provado no local. Depois eu soube que era um vinho de custo bem acessível (o Castillo de Molina Sauvignon Blanc de Elqui), o que tornou o vinho ainda mais atraente. Outra história interessante foi em 2008, ao visitar Navarra (Espanha) para uma feira. Provei cerca de 200 vinhos em dois dias de feira e um deles foi de longe o melhor. No mesmo dia saí para almoçar com um importante crítico norte-americano, o Mike Potashnik, que também estava na feira. Ele me perguntou qual tinha sido meu vinho predileto, eu mencionei que de 96 pontos ao tal vinho. Ele ficou surpreso e me mostrou seu caderno de notas com os mesmos 96 pontos ao vinho. Ficamos amigos imediatamente (risos) e ele me deu a má notícia de que o vinho custava caro, uns €100 na origem. O nome do vinho? "Vital". Também na Espanha, em Toro, provei há alguns anos uma amostra de barril de um vinho inesquecível, o Thermania. Poucas vezes vi tanta força e elegância juntas. Mas este o

Parker já descobriu e deu 100 pontos, tornando-o um blue chip.

GZM — Quais os vinhos de grife, caríssimos, que lhe decepcionaram?

Geralmente as decepções vêm de vinhos que são ao mesmo tempo regiões tradicionais, mas de produtores ruins. Nomes como Barolo, Borgonha, Brunello, Châteauneuf-du-Pape, Bordeaux, etc, por si só não valem nada, mas elevam o preço dos vinhos. Há muito vinho ruim apoiado apenas nestes nomes tradicionais.

GZM — O brasileiro está mais preparado para degustar, para comprar vinhos com bom custo-benefício?

Mais a cada dia. O consumidor brasileiro é altamente interessado e estudioso. Recebo muitos e-mails de leitores que demonstram conhecimento aprofundado, assim como o público das palestras e degustações que faço. É um público aberto a novidades, como poucos no mundo. Uma vantagem que temos é o acesso a uma grande variedade de vinhos do mundo todo no Brasil. O preço do vinho aqui, alto demais, é que atrapalha...

GZM — E as casas produtoras do Brasil um dia vão chegar lá, ou este fato é remoto, se compararmos o produto nacional ao argentino, chileno, europeu, sul-africano?

Para falar de vinho brasileiro é preciso separar duas categorias: os espumantes e os demais. Os espumantes já chegaram lá, têm seu estilo, têm qualidade e esta qualidade está disseminada por muitos produtores. É possível generalizar dizendo "o espumante nacional é bom" sem queimar a língua. Nos demais já há vinhos

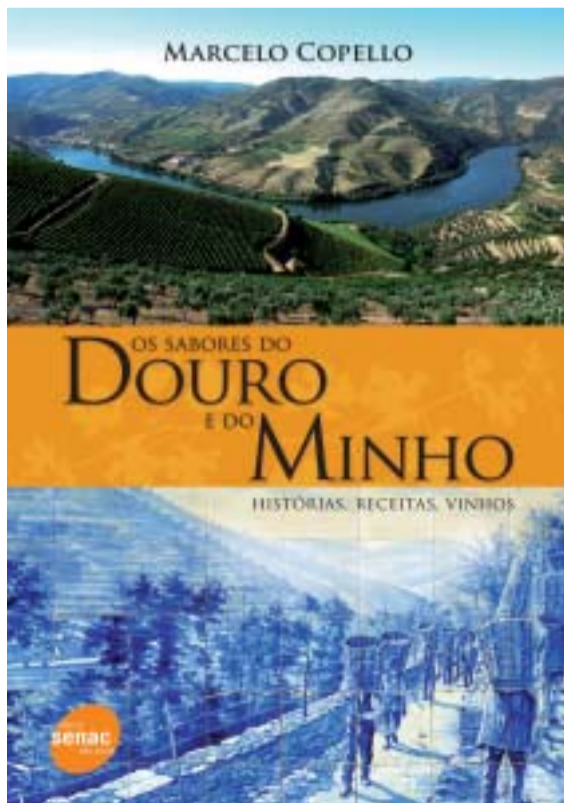
de qualidade, sim, mas esta qualidade está em poucos vinhos, de poucos produtores e sem um estilo bem definido. Há pouca massa crítica e ainda é cedo para dizer onde se pode chegar.

GZM — O que falha na produção nacional?

Como disse, primeiro falta definir melhor um estilo (ou vários estilos, já que o país é grande). Segundo: falta benchmarking. Alguns produtores nem sabem que o vinho que fazem é ruim, pois nunca provaram um bom. Depois, falta foco. Muitos produtores elaboram os vinhos que conseguem vender (o que é compreensível) e não o vinho que melhor poderiam fazer. Hoje, muitas vinícolas nacionais produzem tintos e brancos com o objetivo de competir com os argentinos e chilenos que dominam nosso mercado, enquanto a vocação do nosso terroir não é de vinhos neste estilo, e sim de estilo simplesmente brasileiro. Mas o que acho que falta mesmo é simplesmente paciência e menos cobrança da mídia e dos consumidores, pois fazer vinhos de autêntica qualidade demora décadas.

GZM — O que você traz no novo livro?

"Os Sabores do Douro e do Minho" fala destas duas regiões portuguesas, de sua história, cultura, alimentação e, principalmente, de seus vinhos. Foi um projeto que me tomou três anos de trabalho, com viagens a Portugal, muita pesquisa e muita ajuda dos portugueses. O livro foi compartmentado em pequenos capítulos, pequenos goles e garfadas para tornar-se mais digestivo e de fácil leitura, para respeitar e merecer o tempo do leitor, uma honra para mim.



GZM — Nestas 350 colunas feitas para a Gazeta Mercantil qual vinho mais lhe surpreendeu? Poderia falar um pouco sobre esta descoberta?

Nestes oito anos de Gazeta Mercantil passaram por minha taça uns 30 mil vinhos diferentes. Difícil falar de apenas um. O mundo do vinho proporcio-