

Há garrafas que contam séculos de história

ANA ALCANTARA

[diretor@badaladas.pt]

Há objetos que se guardam porque têm valor. E há outros que se guardam porque têm uma história para contar. Na Garrafeira Antiga, em Valverde (Silveira), as duas coisas parecem andar lado a lado. Nas prateleiras, entre garrafas de vinho do Porto, moscatéis, aguardentes velhas, conhaques e whiskies, há exemplares que atravessaram décadas — alguns, séculos.

A mais antiga da coleção remonta a 1811. Há ainda um conhaque Grande Napoleão datado de 1811, segundo Leila Gomes, que acompanha o projeto desde a sua criação e assegura sobretudo a área da comunicação e das redes sociais. O espaço nasceu de uma ideia familiar e acabou por se transformar num negócio especializado num mercado muito particular: o das bebidas antigas e de coleção.

A história começou num período em que a pandemia obrigou a fechar portas e deixou mais tempo disponível para pensar em novas soluções. O pai de Leila tinha um espaço muito pequeno, onde já guardava algumas garrafas. “Tínhamos que entrar de lado para não partir as garrafas”, recorda.

Foi nesse contexto que surgiu a ideia de criar uma garrafeira dedicada às garrafas antigas e de coleção. Começaram as obras, reorganizou-se o espaço e, pouco a pouco, aquilo que começou como uma experiência familiar ganhou uma dimensão própria.

A loja física abriu por volta de 2021, depois de a atividade online já estar em funcionamento.

Hoje, a Garrafeira Antiga trabalha essencialmente com particulares que pretendem desfazer-se de antigas adegas ou coleções familiares. Não existem fornecedores tradicionais. São pessoas que contactam a empresa porque têm em casa garrafas herdadas de pais ou avós e procuram quem lhes dê uma nova vida.

“Já somos conhecidos. Norte a sul do país”, conta Leila, explicando que são cada vez mais as pessoas que contactam a garrafeira depois de conhecerem o projeto através do site ou das redes sociais. Muitas vezes, a negociação é feita por lotes, sobretudo quando se trata de coleções particulares.

Um mercado onde pesquisar é essencial

Para André Ferreira, que trabalha habitualmente noutra atividade e dedica os sábados à garrafeira, entrar neste mundo significou aprender praticamente tudo de raiz. Não se considera especialista em vinho. Mas foi pesquisando, comparando e estudando as garrafas que acabou por adquirir conhecimento suficiente para fazer a avaliação da grande maioria dos exemplares existentes na coleção.

O trabalho pode prolongar-se pela noite dentro. Há garrafas cuja avaliação não é simples e para as quais é necessário procurar referências no mercado, perceber a marca, a idade, a existência de outros exemplares e o valor que lhes é atribuído.



A mais antiga coleção da garrafeira remonta a 1811

“Investigação” é, por isso, uma palavra recorrente quando se fala do negócio.

E a coleção é suficientemente extensa para tornar essa tarefa exigente. São cerca de 1.500 garrafas, segundo os proprietários, algumas das quais apresentam características que tornam difícil encontrar referências semelhantes no mercado.

A valorização das peças também depende do estado do mercado. Leila garante que os preços têm sofrido alterações significativas nos últimos tempos, acompanhando uma procura crescente por determinados exemplares antigos.

É um universo em que uma garrafa aparentemente esquecida numa adega pode revelar-se uma peça com interesse para colecionadores. E também um mercado em que pesquisar antes de estabelecer um preço pode fazer toda a diferença.

Uma garrafa para celebrar um nascimento

Entre os clientes há quem procure uma garrafa para beber. Mas há também quem procure uma data.

“Tem o pai que faz anos ou a mãe e quer dar uma garrafa do ano dele”, exemplifica Leila.

É esta dimensão sentimental que acaba por distinguir parte da atividade. Uma garrafa pode transformar-se num presente de aniversário, numa lembrança de família ou numa forma original de assinalar uma data.

Recentemente, por exemplo, foram contactados para tentar encontrar uma garrafa com cerca de cem anos para assinalar o centenário de uma pessoa. A procura não é fácil, precisamente porque a Garrafeira Antiga trabalha com exemplares antigos e de coleção e nem sempre existe disponível uma garrafa correspondente ao ano pretendido. O objetivo não é, por isso, vender apenas uma bebida. Em muitos casos, é encontrar uma garrafa que tenha uma correspondência temporal ou afetiva com quem a procura.

Da adega familiar para todo o país

A matéria-prima do negócio chega sobretudo através de antigas adegas particulares. Há famílias que mantiveram durante anos garrafas guardadas e que, por diferentes razões, deixam de querer conservá-las.

É aí que entra a Garrafeira Antiga.

O pai de Leila, com uma longa rede de contactos, foi inicialmente fundamental para encontrar essas coleções. Hoje, dizem, são cada vez mais as pessoas que os procuram diretamente.

O projeto ultrapassou, entretanto, as fronteiras da região. As encomendas chegam de diferentes pontos do país e algumas garrafas seguem também para o estrangeiro.

O casal recorda, por exemplo, vendas para França, onde existe procura por determinados exemplares portugueses.

No espaço encontram-se diferentes categorias de bebidas: vinhos do Porto, whiskies, conhaques, aguardentes velhas, vinhos tintos e moscatéis.

Cada garrafa tem uma fotografia

A dimensão digital tornou-se outra parte importante do projeto. Leila assume a responsabilidade pela comunicação e pelas redes sociais, embora reconheça que conciliar todas as tarefas nem sempre seja fácil.

A apresentação das garrafas online é, contudo, levada a sério.

Cada sessão fotográfica implica tempo, preparação e atenção aos detalhes. A intenção é que as imagens mantenham uma identidade visual comum, desde o fundo à iluminação e aos elementos utilizados na composição.

Há fotografias com folhas, troncos, castanhas ou outros elementos escolhidos de acordo com a bebida. O objetivo é que a garrafa não apareça apenas como um pro-

duto, mas como uma peça que merece ser apresentada.

Esse investimento na imagem tem também um lado menos positivo: as fotografias próprias já foram utilizadas por terceiros para apresentar garrafas na internet. Leila diz que conseguem identificar facilmente essas situações porque reconhecem os fundos e as imagens produzidas pela própria equipa.

Preservar aquilo que o tempo deixou

No meio de todas as garrafas, há uma que resume particularmente bem o espírito da Garrafeira Antiga: uma peça de 1811.

Mais do que o conteúdo que guarda, interessa a passagem do tempo que representa. Uma garrafa destas atravessou gerações, mudou de mãos e sobreviveu a épocas em que os hábitos, as marcas e o próprio mundo do vinho eram muito diferentes.

É também por isso que o casal entende que existe uma diferença entre vender uma garrafa antiga e vender uma peça de coleção.

Nem todas as pessoas que entram na garrafeira procuram o mesmo. Há quem procure uma bebida, quem procure uma determinada marca e quem procure simplesmente algo que lhe desperte uma memória.

E talvez seja essa a verdadeira particularidade daquele espaço: por detrás de cada rótulo existe uma história que começa muito antes de a garrafa chegar a Torres Vedras.

Umam chegam de adegas familiares. Outras são procuradas para celebrar datas especiais. Algumas são avaliadas depois de horas de pesquisa. E outras permanecem nas prateleiras como testemunhos de um tempo que já passou.

Na Garrafeira Antiga, o negócio faz-se de garrafas. Mas a coleção construiu-se, sobretudo, de histórias.