

Livia Belfort



De terras cariocas para terras lusitanas, Livia Belfort encontrou em Portugal uma nova paixão e um novo rumo profissional, no mundo do vinho e hoje já como escanção. Foram, no entanto, a sua curiosidade e força de vontade que lhe levaram a esta descoberta e conquista, hoje parte de si e um caminho no qual projecta os próximos passos. Certificada pela Associação dos Escanções de Portugal tendo concluído o Curso Profissional AEP é, actualmente, responsável de loja na Garrafeira Nacional, em Lisboa, onde trabalha a fazer o que mais a motiva: a ganhar conhecimento e a poder partilhá-lo com os outros proporcionando-lhes boas experiências, através do vinho, através das histórias e ligações que este cria, através da profissão na qual se desafiou e com a qual se comprometeu e da forma como, dia-a-dia a encara e exerce.

1. Do Brasil e a residir em Portugal há quatro anos, Livia decidiu mudar o rumo do seu percurso profissional da área de Direito para o mundo dos vinhos. Como aconteceu esta transição e porquê vinhos? E porquê tornar-se escanção?

Vim do Brasil para Portugal há quatro anos, na sequência de uma transferência profissional do meu marido, embora, na verdade, essa mudança já estivesse nos nossos planos há algum tempo. Vivíamos no Rio de Janeiro e sentíamos necessidade de mais segurança e de melhores oportunidades, sobretudo a pensar no futuro académico da nossa filha. A minha formação é em Direito e foi uma realização pessoal. No entanto, na prática, acabei por me desiludir com a profissão. Sentia que o sistema nem sempre reflectia aquilo que, para mim, deveria ser justiça, e isso fez-me repensar o meu percurso. Ainda no Brasil, comecei essa transição: passei pela área administrativa, trabalhei em cartórios, e mais tarde explorei outras áreas que me despertavam interesse, como a fotografia e o marketing digital, que era área em que já trabalhava quando me mudei para Portugal. Foi já aqui que o vinho surgiu de forma quase inesperada. Fiquei profundamente impressionada com os vinhos portugueses, havia algo que me encantava, mas que eu ainda não sabia explicar. Essa curiosidade levou-me a querer aprender a provar, a perceber melhor aquilo que estava a sentir. Nessa procura, encontrei a Associação dos Escanções de Portugal e, após uma conversa muito inspiradora com o Tiago Paula, decidi inscrever-me no curso. Inicialmente, via-o apenas como um investimento pessoal e queria melhorar a minha apreciação. Mas rapidamente isso mudou. Ao longo da formação, fui sendo conquistada não só pelo conhecimento, mas pelas pessoas. A forma como o Vasco d'Avillez conta as histórias das quintas e herdades, a sensibilidade do Tiago Paula na prova, o conhecimento, a clareza e didáctica do Manuel Moreira, tudo isso despertou em mim uma vontade genuína de ir mais longe. Já no segundo nível, com os vinhos do mundo, percebi que estava completamente envolvida. Há sempre uma pergunta que se faz a quem entra neste mundo: qual foi o vinho que marcou a viragem? Para mim, foi um Grattamaco 2018, numa aula sobre vinhos italianos com o Fábio Nico. Foi um momento de "clique" no qual passei de somente beber para realmente degustar. Mais tarde, com o estudo da harmonização, comecei a conseguir nomear sensações, estruturar a prova e isso trouxe-me ainda mais entusiasmo. Percebi também que este é um caminho exigente, que vai muito além da sala de aula, o qual requer estudo contínuo e treino sensorial constante. Ainda durante o curso, senti necessidade de levar este interesse mais a fundo. Sabia que não era a restauração que me atraía, mas sim as histórias por trás de cada vinho. Por isso, decidi procurar trabalho numa garrafeira onde pudesse partilhar conhecimento e, ao mesmo tempo, continuar a aprender com cada rótulo e cada cliente. Tornar-me escanção foi, antes de mais, uma conquista pessoal. Queria desenvolver domínio na prova, mas acabei por me apaixonar por tudo o que envolve este universo. E hoje, num mundo tão digital, ver um cliente regressar de outro país para comprar comigo, porque confia no meu trabalho, é talvez a maior prova de que esta mudança fez todo o sentido e superou, em muito, as minhas expectativas iniciais.

2. Actualmente responsável de loja na Garrafeira Nacional, como tem sido esta experiência? Quais os maiores desafios e, entre as funções que desempenha, o que a motiva mais?

A Garrafeira Nacional foi uma casa que me acolheu desde o primeiro momento, ainda na fase de entrevista. Curiosamente, uma das perguntas que me fizeram foi justamente sobre a minha escolha por ser Escanção, já que venho de um percurso bastante diferente. Sempre acreditei que somos a soma de tudo o que vivemos e aprendemos e levo comigo cada uma dessas experiências. Mas foi na profissão de Escanção que encontrei um prazer imediato: o de proporcionar boas experiências às pessoas, de partilhar conhecimento, de criar ligação através do vinho. Aos 42 anos, e como imigrante, iniciei uma nova carreira. Ser acolhida no mercado português de vinhos foi uma conquista muito significativa para mim e sou profundamente grata por essa oportunidade. Ao longo do caminho, fui também desenvolvendo competências, inclusive o inglês, para melhor comunicar com clientes de diferentes origens e transmitir, com precisão, as características dos vinhos. Com o tempo e a dedicação, decidi assumir novas responsabilidades dentro da loja, desde o contacto com produtores até à gestão de stock e compreensão do perfil dos clientes. A oportunidade de passar para a gestão surgiu, e foi mais um voto de confiança que recebi com grande responsabilidade. Hoje, como responsável de loja, divido-me entre a gestão da equipa e a operação. Continuo a estu-

dar, tanto sobre vinhos como sobre pessoas, porque liderar também é aprender constantemente. O que mais me motiva continua a ser o contacto com o cliente e especialmente aqueles que estão abertos a descobrir os vinhos portugueses. Embora hoje tenha menos disponibilidade para estar directamente no atendimento, procuro transmitir esse mesmo entusiasmo à minha equipa. E, no fim, há algo que continua a ser incomparável: ouvir de um cliente que o vinho foi perfeito para aquele momento, ou que voltou de outro país para comprar novamente. É uma sensação difícil de descrever mas é, sem dúvida, o que dá sentido a tudo.

3. Foi na Associação dos Escanções de Portugal que Livia se certificou escanção concluindo o Curso Profissional AEP. Como descreve esta formação e, ao longo do curso, o que mais lhe despertou interesse e curiosidade?

A formação na Associação dos Escanções de Portugal é extremamente bem estruturada, conduzida por profissionais dedicados que, mais do que ensinar, inspiram uma verdadeira busca pela excelência,

"mais do que ensinar, inspiram uma verdadeira busca pela excelência,

especialmente na forma como comunicamos o vinho, e em particular os vinhos portugueses. Levo comigo nomes que marcaram profundamente esse percurso, como Tiago de Paula, Manuel Moreira, Vasco d'Avillez, Fábio Nico, Sara Peñas e Nuno Ferreira. Cada um, à sua maneira, transmitiu não só conhecimento técnico sobre castas, regiões e serviço, mas também o valor e o respeito por cada etapa do mundo do vinho. São pessoas que falam com autenticidade, com paixão, e isso sente-se em cada aula. O que mais me despertou interesse foi, sem dúvida, o desenvolvimento da prova, ou seja, aprender a identificar e compreender a componente organoléptica do vinho. Mas o que continua a alimentar a minha curiosidade até hoje são as histórias por trás de cada garrafa: as quintas, as herdades, as pessoas e os percursos que dão vida ao vinho.

4. Ainda antes de se tornar escanção e do desafio lançado na Garrafeira, Livia começou a investir no mundo do vinho, nomeadamente por Portugal, visitando regiões e produtores e participando em formações, experiências que vai partilhando nas suas redes sociais e no seu site dedicado ao tema. O que este lado de comunicadora ou mesmo de “influencer” lhe traz?

O meu lado de comunicadora nasce muito da minha base em marketing digital, que aprofundi sobretudo durante a pandemia. Sempre vi as redes sociais como um espaço de partilha de conhecimento e não apenas como uma montra do que vivemos, mas como uma forma de acrescentar valor a quem está do outro lado. O início do meu instagram e do meu site surgiu precisamente com esse propósito: documentar e transmitir aquilo que eu própria estava a aprender. Mesmo antes de integrar a Garrafeira Nacional, continuei esse percurso de forma autónoma, visitando regiões, quintas e herdades, procurando compreender os processos, os métodos de vinificação e as particularidades de cada terroir. Estive no Douro, a conhecer de perto as vinhas em socalcos, passei pelo Alentejo e continuo com vontade de explorar muitas outras regiões. Nunca comecei com a intenção de ser uma “influencer”, nem é isso que me move. O que me motiva é a partilha de poder tornar o vinho mais acessível, sobretudo para quem, como eu no início, quer aprender a provar e a compreender, e não apenas a consumir. Se, hoje, esse trabalho acaba por influenciar de alguma forma, vejo isso como uma consequência natural. E traz-me uma satisfação muito semelhante à que sinto em loja: quando alguém regressa e me diz que gostou de um vinho que recomendei, ou quando recebo mensagens de pessoas que aplicaram uma dica, que descobriram uma região, ou que passaram a entender melhor o porquê de gostarem de determinado vinho. No fundo, são pequenas partilhas que criam ligações e ajudam a descomplicar o mundo do vinho para quem está a começar.

5. Quais as viagens por Portugal vínico que mais a surpreenderam e marcaram?

É uma pergunta difícil de responder, porque cada região vínica em Portugal tem uma identidade muito própria, desde os métodos de plantio e poda até às condições naturais que moldam o vinho. E, na verdade, ainda tenho muitas regiões por descobrir. Já tive a oportunidade de visitar o Douro, o Alentejo (incluindo o Alto Alentejo), a região de Lisboa, o Dão, Setúbal e também Trás-os-Montes. Em breve, seguirei para a Bairrada, o que me entusiasma bastante. Até ao momento, o Douro foi, sem dúvida, a região que mais me impressionou. A paisagem é absolutamente marcante, mas mais do que isso, é impossível não se impactar com a exigência do trabalho nas vinhas em socalcos. Estar ali, percorrer a Estrada Nacional 222, e perceber o esforço envolvido em cada etapa do cultivo, traz uma dimensão completamente diferente à forma como olhamos para o vinho. Cada visita reforça essa consciência: por trás de uma garrafa, existe um trabalho profundamente árduo, técnico e humano. Conhecer de perto os processos, as escolhas das castas e os métodos de vinificação faz-nos valorizar muito mais o resultado final. O vinho deixa de ser apenas um produto e passa a ser uma expressão de território, de método e de dedicação. Em Trás-os-Montes, por exemplo, tive também uma experiência muito marcante ao conhecer a história e o método por trás do chamado “vinho dos mortos”,

que me surpreendeu pela sua singularidade. No fundo, cada região tem algo único a oferecer. Mas, até agora, o Douro destacou-se pela sua imponência e pela forma como traduz, de maneira tão clara, a relação entre o homem e a terra.

6. No seu trabalho na Garrafeira Nacional, de atendimento ao público e aconselhamento, o que considera ser fundamental? O que procura sempre passar ao cliente?

No atendimento ao público, acredito que o fundamental é o conhecimento, mas um conhecimento que se traduz em partilha. Vejo a equipa como verdadeiros porta-vozes dos produtores, dos enólogos e dos diferentes terroirs de Portugal. Por isso, é essencial termos uma base sólida: compreender as regiões, as castas, os estilos e, claro, saber comunicar bem sobre categorias tão emblemáticas como os vinhos do Porto. Mais do que vender vinho, estamos ali para contar histórias e ajudar o cliente a descobrir o que está por trás de cada garrafa. Aquilo que procuro sempre transmitir é que o vinho ideal não é apenas “um bom vinho português”,

Aquilo que procuro sempre transmitir é que o vinho ideal não é apenas “um bom vinho português”, mas sim um vinho que faça sentido para o paladar de quem o vai beber

mas sim um vinho que faça sentido para o paladar de quem o vai beber. Portugal tem uma diversidade extraordinária e é precisamente por isso que o nosso papel passa por orientar, e não impor. O atendimento começa sempre pela escuta. Através de algumas perguntas, procuro perceber as preferências do cliente, o que já gosta, que estilos aprecia e, a partir daí, construo uma recomendação personalizada. Primeiro identifico o perfil, depois penso na região e, por fim, na casta que melhor se adapta. No fundo, o objectivo é simples: ajudar cada cliente a encontrar um vinho com o qual se identifique verdadeiramente e, idealmente, surpreendê-lo de forma positiva.

7. Ainda pela experiência que já ganhou até agora na Garrafeira Nacional, quais sente serem as tendências mais fortes no consumo de vinho?

Pela experiência que tenho na Garrafeira Nacional, sobretudo na loja da Ribeira, no Time Out Market Lisboa, percebo que as tendências de consumo estão muito ligadas ao perfil dos nossos clientes que são maioritariamente turistas, muitos deles já com algum conhecimento prévio sobre os vinhos portugueses. É bastante comum que cheguem com referências já pesquisadas, à procura de vinhos mais reconhecidos internacionalmente. Nomes como Pêra-Manca ou Barca Velha surgem com frequência, assim como rótulos da Casa Ferreirinha. Existe, portanto, uma procura inicial por vinhos com reputação já consolidada fora de Portugal. Ao mesmo tempo, noto também um interesse crescente pela região dos Vinhos Verdes, especialmente por parte de clientes asiáticos. Nestes casos, há muitas vezes a oportunidade de esclarecer que não se trata de um estilo único de vinho, mas sim de uma região com grande diversidade. Depois, surgem naturalmente os vinhos do Porto, que continuam a despertar bastante curi-

osidade. Aqui, o nosso papel é fundamental para ajudar o cliente a compreender as diferenças entre estilos, como Tawny e Ruby e a encontrar aquele que melhor se adapta ao seu gosto. De forma geral, diria que a tendência começa pelos vinhos mais emblemáticos, mas abre espaço para descoberta. E é precisamente nesse momento que conseguimos acrescentar valor, orientando o cliente para além do óbvio e proporcionando uma experiência mais completa.

8. Vivendo e trabalhando em Portugal, como costuma mostrar a alma do mundo do vinho português a familiares ou amigos do Brasil? Qual a principal mensagem que gosta de passar e como a passa?

A forma como procuro mostrar a alma do vinho português passa muito pelo que partilho no meu instagram e no meu site. É através dessas plataformas que consigo levar um pouco das minhas experiências, sejam visitas a quintas e herdades, participação em feiras, eventos da garrafeira ou momentos mais próximos com produtores, como em masterclasses. Gosto de registar e partilhar esses encontros de forma genuína, porque acredito que o vinho se entende melhor quando conhecemos as pessoas, os lugares e as histórias que estão por trás de cada garrafa. Mas, acima de tudo, a principal mensagem que procuro transmitir é que o vinho merece atenção. Mais do que ser simplesmente consumido, ele deve ser vivido idealmente num momento especial, ou pelo menos num momento em que possa ser apreciado com presença. E, quando partilhado, o vinho ganha ainda mais sentido. Ele cria ligações entre pessoas, entre aromas, entre o tempo e a matéria. Há uma espécie de harmonia que acontece, seja entre amigos à mesa ou entre o vinho e a sua própria evolução. No fundo, acredito que é isso que o produtor deseja: que o vinho seja um veículo de união, de prazer e de memória.

9. E que imagem, no geral, acha que o Brasil tem da cultura vinícola portuguesa?

De forma geral, acredito que o Brasil tem um grande respeito pela cultura vinícola portuguesa. No entanto, existe também um certo efeito de surpresa, sobretudo para quem vive ou visita Portugal ao perceber o quão presente o vinho está no dia a dia dos portugueses. Muitos brasileiros não têm, à partida, essa percepção. No Brasil, o vinho está mais associado a momentos especiais como celebrações, ocasiões pontuais e, além disso, é um produto significativamente mais caro, o que naturalmente limita o seu consumo no quotidiano. Em Portugal, pelo contrário, o vinho faz parte da mesa de forma muito mais natural e acessível. É quase uma extensão da alimentação, algo que acompanha a rotina e não apenas os momentos extraordinários. Acabo por notar uma dualidade interessante: o brasileiro que vive em Portugal tende a ganhar uma nova perspetiva, muitas vezes com admiração por essa relação mais próxima e descomplicada com o vinho. Já o brasileiro que vem em visita tem um primeiro contacto marcado pelo histórico de rótulos que possui acesso no Brasil.

10. Já Escanção e a construir o seu percurso por esta área, quais são agora os planos futuros? Em termos de projectos, sonhos, formações, especializações, o que quer proximamente alcançar?

É uma pergunta que me leva a reflectir de forma mais estruturada sobre o caminho que estou a construir, porque, apesar

de o meu percurso não ter sido inicialmente planeado, hoje tenho uma visão mais clara sobre onde quero chegar. Tornar-me escanção e assumir a gestão de uma loja foram etapas que surgiram de forma orgânica mas que rapidamente se transformaram em pilares do meu desenvolvimento profissional. Neste momento, estou focada em consolidar duas vertentes fundamentais: o aprofundamento técnico no universo do vinho e o desenvolvimento de competências em gestão de pessoas, com o objectivo de gerar impacto não só no atendimento mas também na construção de equipas mais preparadas e consistentes. A médio prazo, pretendo retomar a formação académica, nomeadamente uma especialização em enoturismo e marketing, como forma de estruturar e ampliar a forma como comunico o vinho não apenas em contexto de loja mas também em experiências mais abrangentes. Em paralelo, existe uma estratégia clara de aprofundamento de conhecimento de território: conhecer de forma mais consistente as regiões vinícolas portuguesas, os seus produtores e as suas histórias, para sustentar uma comunicação cada vez mais informada e diferenciadora. Vejo, também, como parte do meu percurso, a construção de um papel activo na valorização dos vinhos portugueses, assumindo-me, de forma cada vez mais consciente, como uma embaixadora da sua diversidade e identidade, tanto no contacto directo com clientes como através das minhas plataformas digitais. Ao mesmo tempo, considero essencial manter uma perspetiva internacional, explorando outras regiões vinícolas de referência, como Itália, não só como fonte de inspiração, mas também como forma de enriquecer o meu olhar crítico e comparativo. Em síntese, o meu plano passa por consolidar conhecimento, expandir experiência e estruturar a minha comunicação, com o objectivo de contribuir de forma relevante para a valorização e divulgação do vinho português, de forma consistente e a longo prazo.

11. A quem está a começar o seu caminho profissional (também pessoal!) por esta área em Portugal, portugueses ou estrangeiros, que conselho considera fundamental?

O meu principal conselho para quem está a começar é, sem dúvida, estudar e envolver-se verdadeiramente com o mundo do vinho. Ir a feiras, provar com atenção, procurar formação... tudo isso faz uma enorme diferença. A experiência prática é essencial, mas o acompanhamento certo também é. A prova, por exemplo, desenvolve-se com o tempo, com consistência e com curiosidade. É preciso treinar o paladar, estar atento, aprender a identificar e, acima de tudo, evoluir continuamente. No meu caso, comecei por uma motivação muito pessoal, sem imaginar o caminho que viria a seguir. E foi um percurso que me transformou profundamente. Hoje, sinto uma grande responsabilidade e também um privilégio em transmitir esse conhecimento no dia a dia, mesmo que de forma simples, sempre com respeito por quem me ensinou. Por isso, diria que é fundamental investir em formação, mas também em experiência: provar, ouvir, observar e manter sempre a vontade de aprender. E, para terminar, quero agradecer pelo convite. Foi um prazer revisitar esta trajetória pois trouxe-me boas memórias e um profundo orgulho pelo caminho que tenho vindo a construir.