

El perfumista del VINO

El vino también se puede catar.... con la nariz. Pero para hacerlo se requiere tener una serie de habilidades y una memoria que registre muchos olores. Es lo que enseña el francés Alexandre Schmitt, el perfumista del vino. LORETO GATICA C.



Alexandre Schmitt es uno de las pocas personas en el mundo capaz de reconocer más de mil aromas.

Cierre los ojos y respire hondo. ¿Qué olor identificó?

No se sienta mal si su respuesta es ninguno. A pesar del universo de olores y mezclas que lo rodean, una nariz entrenada es capaz de reconocer tal vez 100; y si es muy, pero muy desarrollada, podría llegar quizás a 500 olores. Y no basta con identificarlos, hay que describirlos.

“Cuando la gente emplea palabras para hablar de olores no conoce con precisión el término que corresponde a la fragancia que capta”, explica Alexandre Schmitt, una de las pocas personas en el mundo capaz de identificar entre 1.200 y 1.500 aromas.

Este francés es perfumista de profesión, formado en el Instituto Superior Internacional de la Perfumería, la cosmética y los aromas Alimenticios de Versailles. Pero hace 17 años su vida giró.

Vivía entre Londres y París cuando descubrió que quería un cambio. Volvió a

Burdeos y la industria de vinos locales se interesó por su background. Así, se convirtió en el único perfumista del mundo que aplica sus conocimientos olfativos a

identificar los aromas del vino. Actualmente trabaja en la Facultad de Enología de Burdeos educando sobre olfacción a profesionales del vino en España, Francia y Estados Unidos. Y vendrá a hacer lo mismo a Chile y a Argentina, donde entre el 12 y 26 de enero de 2009 dictará un seminario de olfacción.

“El propósito es estructurar la mente olfativa y desarrollar el universo olfativo de cada profesional del vino. Enseñar cómo expresar nuestro juicio aromático con palabras precisas y ser capaces de mostrar la real correspondencia entre uno y otro”, explica Alexandre Schmitt a Revista del Campo.

—¿En qué se diferencia oler un vino de un perfume?

—Son dos mundos muy diferentes. Si es un perfumista quien huele un vino,

probablemente el comentario no va a ser interesante y viceversa, porque los componentes son muy distintos.

Los aromas que vamos a oler en un vino no son los mismos que encontramos en un perfume. Por ejemplo, en el perfume, el etanol, un difusor muy importante de los olores, está mucho más concentrado —cerca de 90%— y en el vino no pasa de 18%. En los perfumes los olores están un millón de veces más concentrados que en el vino.

—¿El ser humano tiene el sentido del olfato suficientemente desarrollado?

—No mucho. Esa facultad se perdió en gran parte cuando el hombre comenzó a caminar en dos pies. Pero la podemos volver a desarrollar a través de la práctica de la olfacción guiada. Es el sentido que tiene el camino más corto para llegar al cerebro y el más arcaico; por esa razón tiene una parte muy afectiva dentro del comportamiento. Es el más sensible dentro de los cinco sentidos y el más conectado con la memoria profunda.

—¿Se requiere de una habilidad especial para oler un vino?

—La curiosidad es el único camino para desarrollar algo, tanto en el mundo del vino como en cualquier otro. Claro que también hay que desarrollar habilidades fisiológicas, pero es solamente un tema de trabajo y educación, de poner toda la energía en lo que se quiere. La habilidad se educa.

—¿Cuánto tiempo le puede tomar a una persona aprender a hacerlo?

—Es difícil cuantificarlo, puede ser toda la vida. En estos seminarios damos una base para aprender, pero en el secreto de la olfacción, lo que se necesita, es practicar. Mientras más se practique, mejor y más preciso va a ser el olfato, y eso se puede ir haciendo un poquito cada día, con todo lo que hay a nuestro alrededor.

Una persona sin conocimiento de vinos u olfacción, perfectamente puede aprender, igual como con la música o la literatura.

—¿Se conjuga algún otro elemento?

—La memoria es fundamental, porque ahí guardamos la referencia cuando perci-

Las notas aromáticas que vienen de la madera son el resultado de la globalización.

Pero no es fácil hacer un vino que huelga a uva.

bimos un olor. La percepción es un tema de memoria; cuanto más olemos, más referencias vamos a poner en nuestra mente. Por eso es tan importante practicar, así se entrena, se incorpora el olor y se convierte en recuerdo. La percepción y la memoria son casi un sinónimo. Cuando percibimos hacemos un recuerdo al mismo tiempo.

—¿El sabor pasa por el olor?

—No sé si podemos decirlo así, pero lo que es efectivo, es que con la nariz podemos percibir gustos; eso pasa con los cítricos, por ejemplo.

Cuando les damos a percibir olores como aceite de limón o de naranja, las palabras que se le vienen a la mente a las personas se refieren al gusto, como azucarado o amargo. En el cerebro el gusto y el olfato son zonas que están muy cercanas entre sí, por lo que si bien en nuestro análisis hacemos una diferencia entre sabor y olor,

en el cerebro esa distinción no existe.

—¿Hay olores en el vino que gustan más que otros?

—No puedo decir cuáles son los olores que puedan ser más significativos para las otras personas, pero para mí lo más importante es el equilibrio antes que los aromas en específico. Aunque de todas maneras los principales son los aromas afrutados que provienen de la uva. Lo que más me gusta es cuando se pueden reconocer esas características en el vino.

—¿Cuál es la tendencia en el vino en materia olfativa?

—El gusto mundial según el mercado apunta a los aromas maderosos y confitados, en vinos que tienen una extracción de los taninos muy importante.

—¿Hay algún olor que sea más apetecido por el público?

—Las notas aromáticas que vienen de la madera, porque son fáciles de reconocer, como la vainilla, caramelo y coco. Ése es el gusto resultante de la globalización, podemos conseguir esos aromas en todos los países, sin importar la calidad de la tierra. La nota de madera viene para aromatizar el vino, no viene de la uva o el terroir, así que es fácil hacer un vino que huelga a esos tonos dulces que gustan.

En cambio, no es fácil hacer un vino de calidad, refinado, que huelga a uva.

—¿Qué tiene que tener un vino para ser atractivo desde el olfato?

—La idea no es que resulte atractivo, lo importante es que el vino hable de su

identidad, con autenticidad, que hable de una región, de un tipo de uva.

—¿Hay cepas que tengan un olor más atractivo que otras?

—La atracción es un tema subjetivo, depende de la educación, de las experiencias y del pasado de cada persona.

Es lo que construye la percepción, que es lo que diferencia a una persona de otra. Por el contrario, la sensación es el hecho de oler, y podemos decir que es casi la misma de una persona a otra. Para ser más preciso, no es análoga, pero sí similar.

—¿Cuál es el olor dentro del vino que más le gusta a usted?

—Me gusta la calidad, cualesquiera que sean los aromas que suben a la copa. ☑

DESTACADO EN INTERNET

Comente en el blog de Revista del Campo <http://blogs.elmercurio.com/revistadelcampo/>