

# EL BOOM DE LA CATA

Sabrina Cuculiansky. 2007. La Nación, Bs. As., 18.11.07.

[scuculiansky@lanacion.com.ar](mailto:scuculiansky@lanacion.com.ar)

Fotos: Graciela Calabrese y gentileza San Pellegrino.

[www.produccion-animal.com.ar](http://www.produccion-animal.com.ar)

Volver a: [Leche y derivados](#)

## INTRODUCCIÓN

No sólo los vinos tienen especialistas en determinar sus cualidades. Aceites de oliva, quesos, chocolates, aguas y cafés son algunos de los productos que desarrollaron un nivel premium gracias a los catadores. Ellos explican cómo preparan sus sentidos para que llegue lo mejor al consumidor

Aguas de manantiales o mineralizadas, quesos de cabra, de oveja o de vaca; cafés colombianos o africanos; tes blancos, verdes o rojos; aceites de oliva varietales, argentinos y españoles; vinos de corte o cepas únicas; chocolates belgas, franceses o de Japón. Son todas opciones que surgieron cuando el acto de comer se convirtió en un suceso y lo hedónico se asoció al conocimiento. El consumidor, objetivo de todas las estrategias, accedió a probar y conocer productos provenientes de los más diversos lugares del globo, con sabores y métodos de elaboración diferentes, y recetas tanto ancestrales como modernas y creativas.

Los productos genéricos y su elaboración, pensada para el consumo masivo, o la distinción de productos sólo por sus marcas, dejan lugar a una producción segmentada, orientada a los denominados de alta gama, premium o, simplemente, de lujo. De ahí que lo gourmet se asocie con aquello que se aleja de lo estándar y se acerca a lo diferente. Hace unos cuatro años, la tendencia de lo gourmet se expandió por el mundo, y hoy se vive una revolución en ciertos productos. El nuevo consumidor es el cliente que elige productos de alta gama.

Así nació una camada de especialistas que desarrollaron sus cinco sentidos para poder determinar los atributos y la calidad de estos preciados productos. Aunque los perfumistas llevan varios siglos en esto de reconocer ingredientes y mezclarlos en la proporción justa, la preferencia en el ámbito de lo gourmet comenzó cuando se bifurcó el círculo de consumidores. La necesidad de adaptarse a los gustos del nuevo comprador, ahora versado, obligó a las empresas a estudiar cuál sería el juicio crítico del consumidor a la hora de valorar sus productos.

Para ello necesitaron definir, con parámetros objetivos, esas sensaciones subjetivas que experimentarían quienes accedieran a los alimentos, y que finalmente definirían su aceptación, rechazo o el precio que estarían dispuestos a pagar por él. Estos personajes, abanderados del sabor, el olor y el gusto, son los catadores.

La cata de un producto es el análisis sensorial del alimento. Catar o degustar cierto alimento es un acto tan cotidiano que a veces se convierte en un proceso mecánico y casi inconsciente. Lo pensamos sólo para satisfacer nuestra necesidad biológica; sin embargo, es un acto en el que interactúan los órganos sensoriales y, en el mismo momento, emitimos juicios de valor: es rico, huele bien, está salado, es ácido.

La ciencia de la evaluación sensorial nació durante la Segunda Guerra Mundial para establecer por qué los soldados rechazaban las raciones diarias cuando estaban en perfectas condiciones. Concluyeron que el rechazo era la ausencia del parámetro de calidad organoléptico. Desde entonces, esta ciencia, la de la evaluación sensorial, fue de gran ayuda para la relación del producto con el consumidor.

En Europa y en Estados Unidos, la tendencia de la cata gourmet creció cuando se comenzó a prestar atención a todo lo que llegaba a la mesa. Eso produjo un aumento en el nivel de sofisticación. De esta manera, el sommelier que degustaba vinos también descubrió el agua. Hoy existen algunos bares que ofrecen aguas de distintos lugares del mundo: bares de agua.

La competitividad de los mercados obliga a extremar los cuidados en cada detalle de los alimentos. El análisis sensorial contribuye a proveer mejores materias primas y controlar los procesos de elaboración, así como los sistemas de almacenamiento y comercialización de alimentos. En la Argentina no es obligatoria la evaluación sensorial, pero si se tiende a productos regionales con sellos de calidad este tipo de análisis se volverá más frecuente.

Para conocer el sabor dulce y avainillado de la miel, el color rubí intenso de un vino tinto joven, la viscosidad en la textura del aceite de oliva, el olor ahumado de un embutido o el aroma de un queso curado y envejecido, hay que entrenarse en descubrir los atributos de los productos a través de los caminos analíticos del mundo de la degustación profesional o comenzar a agudizar la capacidad de apreciar auditiva, visual, táctil, gustativa y olfativamente. Siempre con el fin de deleitarse y disfrutar de los alimentos de manera placentera.

## AGUA

El agua se define principalmente por su origen y por la eventual manipulación del hombre. Elisa Pozzi trabaja para San Pellegrino y Acqua Panna, en colaboración con la Association de la Sommelierie Internationale, la

organización que hace expertizajes en cata y degustación de toda bebida que se acerque a la mesa. Junto con Panna realizan códigos de las posibles armonizaciones con las otras bebidas.

“Si el origen del agua es natural, es decir, sin manipulación del hombre, es porque proviene de fuentes naturales tales como manantiales o vertientes; ésa es el agua mineral natural. Tiene contenidos minerales por el recorrido que hizo, y eso depende del tipo de camino, de la profundidad o de las rocas que tocó. Si no tiene manipulación, es natural, no hubo filtración ni procesos químicos: fue directo al embotellamiento”, explica Pozzi. Las mineralizadas son las que se sacan de un lago o napa subterránea y luego se le agregan minerales. Con esto se puede lograr, por ejemplo, tener un agua igual en cualquier parte del mundo. Se busca la composición y se repite. Luego está la filtrada o la de la canilla, a la que le agregan cloro.

La más valorada y pura, la considerada de alta gama, es la mineral natural, porque viene de una única fuente. “Acqua Panna llega de una colina de la Toscana que la hace particular. A la hora de definir un consumo sofisticado de agua, dentro de la tipología es necesario que el producto llegue en vidrio”, aclara Elisa Pozzi.

El análisis del agua se hace como el de una cata de vinos. Primera vista: se cata en vaso y no en copa porque el agua no necesita de la atención que precisa el vino ni tiene la complejidad de éste, y los minerales no pierden atributos por el calor. Se puede ver el gas o detectar la luminosidad que se da según la concentración de minerales. El gusto no es insípido, ya que el agua siempre tiene una concentración de minerales que modifica el sabor y las hace más livianas o pesadas. Puede tener sapidez, acidez, suavidad o retrogusto.



El agua se evalúa en vaso porque los minerales no pierden sus atributos con el calor de la mano

“El gas puede ser de origen artificial o natural. Las aguas gasificadas naturalmente suelen brotar con efervescencias naturales, o pueden ser termales, como San Pellegrino, a la que se le agrega un gas de origen natural que se saca de la tierra. Las diferencias en el gas tienen que ver con la cantidad que posee el agua y con el origen del mismo. Depende de lo que se esté saboreando, el gas puede ser un refresco agradable o demasiada explosión en la boca”, comenta. Esto es para tener en cuenta a la hora de definir que tipo de agua acompañará la comida. Si ésta es grasosa y el vino con cuerpo, se preferirá un agua con gas para eliminar la pastosidad de la boca. La gasificación de San Pellegrino es muy suave: son 4 gramos por litro; Perrier, en cambio, es famosa por lo opuesto: una burbuja fuerte de 8 gramos. El olor es otro de los atributos del agua. Al comparar una natural con la de la canilla, enseguida salta el olor a cloro; y cuando tiene gas puede hacer que pique la nariz.

La mejor manera de conservar el agua es en botellas de vidrio, en un lugar fresco y seco.

## CAFÉ

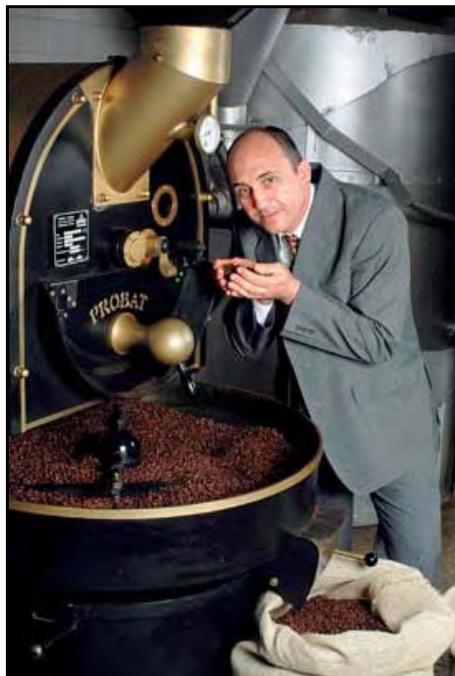
El café, después del petróleo (y dentro de lo legal) es el rubro que genera más dinero en el mundo. “Cuando pensamos en café, no sólo hay que tener en cuenta la bebida, sino también el trasfondo de toda la industria, la tecnología, y hasta la tacita de expreso que se sirve en el bar de la esquina”, se explaya el enólogo Haroldo Darnauchans, director de la Asociación Argentina de Cafés Especiales.

El barista es la persona que enseña y prepara esta infusión y sabe los secretos de una bebida de calidad. Conoce las diferentes semillas, el manejo de las máquinas, distingue los colores, aromas y sabores. “A diferencia del vino, que se cosecha, elabora y embotella, en el café se toma la infusión de una semilla que ha sido tostada y molida. Quien toma café no pasa el día sin ingerir alguno, y también existe la industria asociada a la producción de cafeína”, acota.

Como todos los productos de origen animal o vegetal asociados a la **cata**, el café depende del clima, del suelo y del cuidado. Por eso, su árbol, el cafeto, crece en la zona del trópico ecuatorial y necesita calor, altura y mucha lluvia. Como la moda de los vinos, los cafés de altura están repercutiendo en el sector de alta gama. Es el tipo de café cuya planta crece más lentamente y el fruto logra más calidad.

En términos de orígenes, se conocen los de Brasil, Colombia y África, pero se sabe muy poco de las variedades. “De lo que más se escucha es de las variedades arábica y robusta, las más difundidas por su

rendimiento, calidad y sabor. En el mundo, el 70% pertenece a la primera y el 30 restante es de la robusta. Sin embargo, la misma variedad puede dar buena o mala calidad. Brasil es el principal productor de café del mundo, pero no del de alta calidad, porque allí no existen muchas zonas de altura para su cultivo. Colombia es el principal productor de café de calidad”, sostiene el enólogo. Los cafés más afamados están en América Central y África.



El especialista Haroldo Darnauchans huele los granos para reconocer el tostado

Al contrario del vino, el café no puede añejarse, y hay que compensar las malas cosechas con granos parecidos de otros lugares del mundo para que el sabor no cambie anualmente. Los blends que conjugan arábica, robusta y de otras zonas son los más selectos, ya que integran diferentes aromas y sabores. El maestro tostador realiza los cortes de café.

Algunos son más ácidos y cítricos; otros son frutales, parecidos a las pasas de higo, y los africanos son más achocolatados.

Aunque la **cata** de café profesional se realiza con la infusión –una especie de café de filtro–, se pueden conocer las características de un buen expreso sólo con mirarlo.

“En el expreso las características más valoradas son el balance entre la acidez y el cuerpo. Los que tienen un toque de acidez y aromas frutales o achocolatados son los más buscados en el mundo.”

Los expresos argentinos provienen de Brasil, ya que el precio del flete se abarata al ser el más cercano.

Un expreso es una infusión de café que es sometido a la presión del agua y que en determinado tiempo ese café tiene que dar lo necesario. Para catarlo se comienza con la vista. En la crema del expreso se buscan los colores tipo avellana, rojizo atigrado. Una mancha blanca puede dar indicio de quemado y un orificio central indicaría que no fue preparado de la mejor manera. “El café expreso debe beberse antes de los dos minutos de preparado; si al minuto de servido la crema o espuma ya se disipó indica que hubo una falla. Al olerlo, lo primero que se puede decir es si está quemado o no y, luego, sentir los aromas frutales o florales. Hay más de 80 aromas implicados en el café”, explica Darnauchans.

En boca se reconocerá el dulce (en la zona de adelante); en el fondo, el amargo, y a los costados, el ácido. “El amargo tiene que ver con el tostado y, a diferencia de lo que se cree, no es un defecto sino una virtud, siempre que esté equilibrado, es decir, que esté untado por la cremosidad del café, la estructura y los aceites del grano. Esa es la diferencia entre un primer sorbo untuoso o astringente.”

El kopi luak es el café más caro del mundo. Luak es el nombre indonesio de la civeta, especie de gato que se come el fruto del café y excreta con sus heces la semilla. Los lugareños recogen las semillas, las secan y las venden.

## CARNE

Si de carnes se trata, Alejandra Picallo, de la cátedra de Bioquímica de la Facultad de Agronomía de la UBA, explica que se evalúa según los cortes. Si es bovina, el color tiene que ser rojo cereza brillante; si es de cerdo, rosa pálido, y de conejo, rosa grisáceo. En lo que respecta al olfato, dependerá del sistema de alimentación del animal. Si la de cerdo huele a heno, es porque hubo modificaciones de las grasas; si son alimentados con pollo, tendrán sabor a pluma de esa ave. Otro de los atributos para tener en cuenta es el color de la grasa. Al contrario de lo que

parece, cuando la grasa de la carne de vaca es blanca, significa que se alimentó en corral con granos. Como el animal está confinado y no camina, tiene un flavor (sabor) a cerdo. Si el animal comió pasto, su grasa es amarillenta. La intensidad del olor se mide cocido sobre unas placas.

“Después del color y el olor, en boca se mastica y se mide la terneza y las fibras. La jugosidad depende del tratamiento del animal. Si sintió olor a sangre y llegó con estrés, la carne va a ser seca, de baja jugosidad”, aclara Picallo.

Si bien el punto de la carne depende del gusto personal, la cocción debe asegurar una calidad microbiológica superior a los 62 grados. Las hamburguesas necesitan más cocción y una pata de cordero, hasta 85 grados.

## QUESO

Beatriz Coste es ingeniera química, zootécnica, docente de la Facultad de Agronomía y enseña a analizar quesos en la Escuela Argentina de Sommeliers y en la escuela del Gato Dumas. Es una de las pocas argentinas que obtuvo en España el doctorado en Análisis Sensorial de los Alimentos.



Beatriz Coste, doctora en análisis sensorial, es capaz de reconocer todos los secretos y atributos que envuelven al queso

Trabaja en productos pecuarios, como carne de cerdo, conejo, queso de oveja y ajos. “Mi especialidad la hice en España, y el catador es quien emite un juicio objetivo”, afirma la máster en quesos. “Si dos personas prueban un mismo producto, a uno le parecerá más salado que al otro por el umbral de gusto que maneja cada uno. Por eso, la única manera que existe para emitir un juicio objetivo es la experiencia de alguien entrenado. Para eso, se le explica cómo es el salado y cuál su valor de referencia. Siempre que se compara se hace con referencias. Una vez logrado el perfil, se realiza el seguimiento para que el producto esté siempre igual”, dice Coste.

Por ejemplo, los descriptores de un queso gruyere que es de vaca nunca van a dar a leche de cabra. Si en uno de vaca aparece ese olor, significa que tiene un defecto.

“En este auge de lo gourmet y del interés del público, aparecen nuevos quesos. Desde hace diez años la gente conoce sobre quesos de oveja, de cabra, o sobre variedades tales como el brie o el camembert. El análisis sensorial sirve para informar al consumidor sobre las características de un producto”, dice Coste.



Comienza el análisis visual. Cortar el queso a lo largo para evaluarlo desde la corteza hasta el centro.

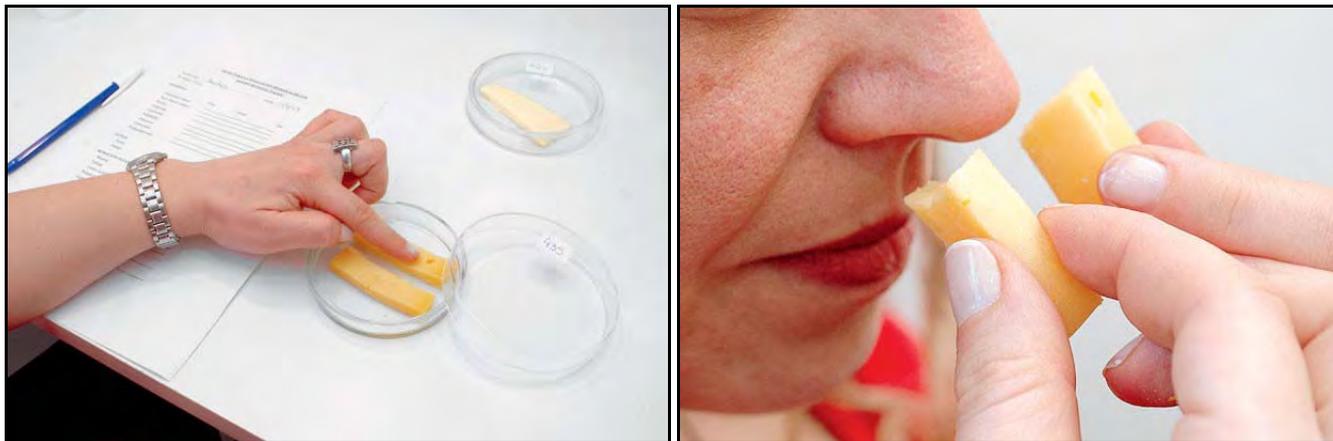
En el análisis del queso hay que comenzar por la parte externa, la corteza, hacia la interna. Un gouda tiene el color de los quesos de vaca, que siempre son amarillos porque la leche vacuna da un pigmento de ese color, el caroteno. La de cabra no lo tiene, por lo que los quesos son blancos. Si es amarillo, nunca puede ser de cabra, y si tiene colorante, que muchas veces trae, tiende al naranja. El queso fresco es más blanco por el porcentaje de agua que tiene, y a medida que los quesos maduran pierden agua y se intensifica el color.

“Primero se evalúa la vista con la corteza, la apariencia interna, el color, si tienen ojos, si la aureola es más oscura o no. En los quesos duros y semiduros la aureola debe estar presente (entre la cáscara y el queso) y no tener más de un centímetro porque indicaría un queso reseco. Los blandos no tienen que tener corteza ni aureola porque no tuvieron maduración.” Dentro de lo visual también se observa si tienen ojos (agujeros), así como su regularidad. Un ojo puede ser un defecto en un queso; en un gouda se espera que tenga pocos y en un gruyère, muchos.

La temperatura ideal para catar un queso es 14 grados y, para el consumo habitual, 21. Como sucede con todos los productos, no deben consumirse ni muy fríos ni muy calientes. Para armar una tabla de quesos conviene sacarlos 1 hora antes de la heladera.

Luego está la textura: se presiona un trozo entre los dedos para evaluar la elasticidad y analizar cuánto tarda en recuperar su forma al dejar de presionar. “El queso fresco no lo recupera; el gouda tiene que volver. Una elasticidad alta es como una salchicha; la media es como una aceituna. La humedad táctil es la sensación de humedad o de grasa”, explica Coste.

Las muestras se colocan en una caja de acrílico y se acerca la caja abierta a la nariz. En el mismo gouda primero se siente olor a manteca y un poco de vainilla, pungencia en nariz y olor a leche cocida. “Luego se toma entre los dedos y se rompe cerca de la nariz para liberar los aromas. Después llega la textura en boca y el sabor, que puede dar a hierba cortada, mojada, coliflor, cebolla, salado, amargo.”



a)-La textura se analiza al presionar la muestra con los dedos para conocer el nivel de elasticidad  
b)-Se parte la muestra para que libere aromas y se realiza el análisis olfativo

Así como se usa el agua para cambiar la copa de vino, o la manzana verde entre muestras de aceite de oliva, con los quesos la boca se limpia con pan con mucha miga.

## CHOCOLATE

Chloé Doutre-Roussel pasó por la Argentina, adonde fue convocada por Vasalissa Chocolatier para dar una charla sobre **cata** de chocolates y las tendencias en el mundo con respecto a su consumo. Chloé es una experta catadora de chocolates, además de asesora de empresas productoras de cacao y marcas de lujo.

Al igual que muchos otros productos que hoy tienen mejor prensa, el chocolate era considerado para un consumo indiscriminado y masivo. La especialista chocolatera lo ubica hoy como un producto gourmet. “El chocolate a nivel gourmet dará una definición de calidad del chocolate”, asegura Chloé. Es en la **cata** donde se busca descubrir marcas y estilos diferentes. Catar el chocolate es similar a los perfumes, el vino o el café.

El primer paso es saber escoger la materia prima, pues tendrá enorme influencia en el producto terminado. “Hay un gran cambio en la percepción del chocolate desde hace 20 años y sólo cuatro años atrás el virus de lo gourmet afectó al mundo. Japón y Estados Unidos tienen tanto fanatismo por el chocolate que en Nueva York se abrieron más de veinte tiendas en los últimos dos años. Los chocolateros europeos de prestigio, que buscaban habas de cacao por todo el mundo, hoy quieren volver a producir con las máquinas antiguas de fabricación artesanal”, dice la experta.

Quinientos años antes de Cristo, los mayas y los aztecas utilizaban el chocolate como moneda de cambio y era una bebida reservada para la elite. En 1910 se necesitaba una semana de salario para comprar una barra, pero en

1920 alcanzaba con dos horas. Con la Revolución Industrial, en 1880, Suiza comenzó a fabricar las maquinarias que aumentaron la producción; la segunda revolución llegó con el marketing, de la mano de los belgas.



Chloé y la variedad de chocolates

“El mejor chocolate del mundo en barra es el francés, en tanto que Estados Unidos y Japón le siguen los pasos. La marca más conocida en calidad mundial es el Valrhona.”

El chocolate se divide en tres colores, con leche, negro y blanco. “Aunque este último no debería serlo, ya que no tiene sabor a cacao porque se elabora sólo con la manteca que le da textura”, aclara Chloé.

Para ser negro, debe tener por lo menos el 50% de cacao y el de leche, un 20%. “No alcanza con saber que si tiene el 70% de cacao ya es un buen chocolate; también varía según el país, la plantación, la región y la variedad genética de las habas que se cultivan. Hoy, los productores de cacao están plantando nuevamente las variedades genéticas. Esto va de la mano con la promoción del chocolate de calidad.”

Para realizar los pasos de **cata** se recomienda hacerlo al despertar, porque los sentidos están alertas. No se debe degustar más de cuatro chocolates por **cata**. Con la vista ya se puede saber si tiene defectos.

Primero se observan las diferencias en la intensidad de color: si es oscuro, cuán negro es, o los tonos rojizos a café con leche. El brillo revela si el chocolate sufrió, y cuando el templado está mal hecho el chocolate sale sin brillo. En verano, muchos chocolates quedan grises o blancos y pierden el sabor. Si se ven burbujas o gránulos, son defectos.

Luego se huelen. Los de supermercado suelen tener olor a vainilla artificial, metálico o quemado, porque le agregan vainilla y lecitina de soja para abaratarlo. El chocolate de baja calidad tiene notas alcohólicas y si es muy dulce quema la garganta. La astringencia que se esconde detrás de lo dulce denota mala calidad porque las habas de cacao no fueron bien fermentadas.

Se deja fundir un pequeño trozo en la boca; no hay que tragarlo para poder sentir las chispas en los diferentes espacios de la boca. La textura se descubre según cómo funde en el paladar (como la manteca o más lento). Debe fundirse a la temperatura de la boca. El aroma aparece en la lengua, se funde y se volatiliza.

Finalmente se traga y se siente cuánto se pega al paladar, si es como un efecto de arcilla o no, y eso depende de la medida del refinado. “El oído es importante: al cortarlo en dos suena su música. Cuando suena con un snap, seco y claro, está correcto. Pero si hace buuu, apagado, ese sabor será defectuoso.

Hay una variedad de chocolates tan grande que hay que saber elegir. Yo viajo con 20 distintos para explorar la manera de ser más feliz.”

## ACEITE DE OLIVA

Lo primero que se debe saber es que no hay aceitunas negras: todas las frutas del olivo son verdes. Según la variedad y el momento de la cosecha, se tornan más violáceas. Al apretarla debe oler a hierba: tal el olor que tendrá el aceite de oliva.

Los aceites que se comercializan masivamente en el país son, en general, mezcla de variedades de oliva, aunque la variedad arauco en la Argentina es como el malbec en el vino. “Un aceite virgen es cuando está sin procesar y la calidad extra virgen se obtiene a través de un panel de **cata**. El extra virgen debe tener un perfil químico con una acidez inferior al 1% más una valoración organoléptica que le permita catalogarlo como tal”, explica Claudio D’Auría, de la marca Yancanello.



Alfredo Tanús presenta las opciones en variedades de oliva extra virgen

La calidad del aceite aumenta cuanto menor es el grado de acidez. “Tampoco debe tener defectos y ser frutado, amargo y picante, sus tres atributos positivos. Como el color no es una referencia válida para la valoración, la **cata** se realiza en pequeños vasos oscuros”, describe. Para catarlo se utiliza el olfato: debe tener aroma a hierba fresca. Y con el sentido del gusto debe dar en la lengua una sensación de astringencia y grasitud e inmediatamente se descubre si hay amargo y picante. En este tren de lo gourmet, la novedad local son las olivas varietales. Alfredo Tanús, director de Mondoliva.com, explica que “en el mundo hay 200 variedades de aceitunas, algunas rendidoras de aceite y otras no. La dificultad con los aceites varietales es que, según la variedad que se utilice, dará más aceite que otra”. Al contrario de lo que sucede con los buenos vinos, donde los blends son elaborados para obtener un vino diferencial, en el aceite de oliva la mezcla es menos complicada que el varietal. Por su sabor especial, éste se utiliza para aderezar platos o comidas en crudo, ya que su sabor es más invasivo.

La variedad autóctona, el arauco, tiene su árbol original en Catamarca. Es un aceite astringente, amargo y picante al final. La arbequina, de Cataluña, es más dulce y redonda en boca. Ideal para ensaladas, verduras frías y carnes blancas. Frantoio, de la Toscana, es perfumado, frutado y picante al final. Picual, de Andalucía, con sabor intenso, tiene antioxidantes y muchos polifenoles; para arroces, papa o carne de cerdo. La manzanilla es neutra y el farga, el más picante, por lo que resulta bueno para carnes rojas o a la parrilla.

En el mercado local hay pocas empresas que elaboran los aceites varietales, como Zuccardi y Eliá. En los grandes supermercados o casas especializadas se pueden conseguir también los que llegan importados de España.

#### AGRADECIMIENTOS

Cabaña Piedras Blancas, Lácteos Santa Fe, Café Fundador, Acqua Panna

#### VINOS: LOS SENTIDOS EN JUEGO

Durante la Feria de Vinos de Lujo '07, en el Alvear Palace Hotel, el especialista Gustavo Precado presentó Degustando vinos argentinos. El libro es una guía para catar un vino y realizar una correcta evaluación sensorial. “Los cambios en la actividad vitivinícola son cada vez más importantes, y el aumento de la calidad está acompañado por la diversidad de los productos”, escribe Precado. “El número ideal para una **cata** es de cinco o seis ejemplos. Primero hay que tener en cuenta el estado general de la botella, etiqueta, cápsula, ya que su deterioro puede tener que ver con un mal almacenaje. Al sacar el corcho hay que olerlo, no debe presentar olores a humedad. Llega el examen visual: observar limpidez, color, intensidad y viscosidad. La copa se toma por el tallo para aislar el calor de la mano. Para analizar el color y la intensidad se inclina la copa sobre un fondo blanco (puede ser una servilleta); luego se gira la copa y, al descender, forma las lágrimas. La cantidad de lágrimas depende del grado de alcohol (a más lágrimas, más alcohol). El color del vino no es estable, evoluciona en el tiempo. Los tintos jóvenes van del rojo violáceo al rojo rubí, y con la guarda presentan colores teja hasta llegar al marrón.”

El olfato: “Primero se huele con la copa quieta para verificar posibles alteraciones y después se la agita para liberar los componentes. Se inhala para, luego, traducir las sensaciones olfativas al lenguaje. Los aromas primarios los da el viñedo; así, nace el aroma varietal; los secundarios son los que se generan en la fermentación y los terciarios, los que aparecen cuando el vino está en barricas. El aroma interrelacionado de las tres etapas es el bouquet; por eso es incorrecto hablar de bouquet en los vinos jóvenes. Sólo los grandes vinos son capaces de desarrollarlo”.

El gusto: “Ingresar una pequeña cantidad a la boca y pasarlo realizando un discreto buche. Aparece el dulce, luego el ácido y la astringencia. Bajar la cabeza y aspirar por la boca para incorporar aire al vino. En este

momento se manifiestan el cuerpo del vino, su untuosidad, el volumen y la forma como tapiza el interior de la boca. Se saliva el vino o se ingiere... y la **cata** finaliza con una exhalación nasal para completar los aromas de boca. La armonía entre los colores, aromas y sabores de un vino determina su calidad”.

Volver a: [Leche y derivados](#)