

Cuestión de gusto

Saber si nos gusta un vino puede resultar extremadamente complicado y subjetivo. Se dice que la expresión “que no te la den con queso” tiene su origen en la falta de escrúpulos de algunos bodegueros que ofrecían a sus compradores queso junto con la bebida para disimular posibles defectos. Factores externos como la etiqueta, el color, la temperatura de servicio, el de boca en boca, la opinión de los expertos y especialmente el precio influyen en nuestra decisión. El sabor es a veces lo que menos cuenta.

En el libro *Lo que importa es el porqué* (Ediciones Urano), los economistas John List y Uri Gneezy describen un experimento que llevaron a cabo en una bodega de Estados Unidos para fijar el precio de su cabernet. Lo pusieron a la venta a 10, 20 y 40 dólares. A un precio medio, la bodega no solo vendía más, sino que los compradores aseguraban que sabía mejor. Quizá consideraban que obtenían calidad con un gasto razonable. Otro estudio del California Institute of Technology demostró, mediante resonancias magnéticas, que nuestros cerebros sienten más placer si creen que estamos bebiendo un vino caro en lugar de uno barato, aunque el líquido sea el mismo.

Cuando toca elegir una botella, la mayoría de los consumidores se mueve en un triángulo delimitado por zona de origen, precio y productor conocido. Un dato: 7 de cada 10 botellas de crianza que se venden en la hostelería española son de Rioja y el gasto medio ronda los 5,75 euros/litro. Conviene de vez en cuando salir de esa zona de confort y probar cosas nuevas con distintos precios. Porque el paladar es lo que cuenta.

Yolanda Ortiz de Arri

