vinetur

Un estudio concluye que el suelo deja rastro en el vino sin traducirse en un sabor reconocible

La investigación sobre siete Sauvignon Blanc muestra que la cata y la venta diluyen parte de esas diferencias

martes 6 de octubre de 2026



Geo Identity Research (GIR) ha analizado siete Sauvignon Blanc elaborados a partir de siete viñedos del mismo territorio, de la misma añada y vinificados por separado para medir hasta qué punto sus diferencias llegan al consumidor. El trabajo, firmado por Carlo G. Ferretti y difundido este martes, 6 de octubre, por Unione Italiana Vini, concluye que una parte de la huella química del suelo sigue siendo detectable en la botella, pero esa señal no equivale de forma automática a diferencias de sabor reconocibles en la copa.

El estudio se apoya en más de 3.000 determinaciones y sigue el recorrido del vino desde las rocas y los minerales del suelo hasta las uvas, los mostos, los vinos terminados, la cata y el lenguaje comercial con el que se venden las botellas. La pregunta de partida es simple: si siete vinos son distintos en origen, cuánto de esa diferencia sigue siendo legible al final del proceso y cuánto se diluye por el camino.

La respuesta que plantea GIR no es lineal. Ferretti sostiene que las características que los instrumentos separan no tienen por qué ser reconocidas después por quien prueba el vino ni por quien lo describe para venderlo. En ese recorrido, intervienen tanto el viñedo como las decisiones de bodega, y también la forma en que el mercado traduce el producto en palabras.

Una de las partes centrales del caso es una cata a ciegas con doce catadores entrenados. Cada uno recibió diez copas, entre las que se habían introducido tres duplicados. En el conjunto de las 36 repeticiones, solo dos fueron colocadas dentro del mismo grupo. Ferretti pide leer ese resultado con cautela y teniendo en cuenta la dificultad de la prueba y las condiciones de la sesión. A su juicio, que un vino no sea reconocido como igual no significa que no existan diferencias medibles entre unas muestras y otras.

El trabajo también observa una pérdida de diferenciación en el plano comercial. GIR cita el caso de dos distribuidores que describen dos vinos distintos con el mismo párrafo. Esa coincidencia sugiere que la singularidad que puede aparecer en los datos analíticos no siempre se traslada a la comunicación de venta y puede acabar absorbida por fórmulas repetidas.

La idea que ordena el estudio es la del “ecosistema del vino”. Bajo ese enfoque, el vino se entiende como un sistema en el que ambiente, producción, percepción y mercado se influyen entre sí. Para relacionar esas capas, GIR recurre a ciencia de datos, aprendizaje automático e inteligencia artificial analítica, combinadas con observación en campo y medidas de laboratorio. El objetivo, en palabras del grupo, es separar señales reales de coincidencias.

En el caso analizado, algunas características tienden a converger por efecto de las decisiones de bodega. Al mismo tiempo, parte de la firma química del suelo permanece en la botella. El punto central del trabajo es que esa traza analítica no debe confundirse con un sabor concreto ni con una percepción sensorial directa. En otras palabras, que el suelo deje rastro en los datos no implica que el consumidor vaya a identificarlo al beber el vino.

Ese matiz tiene interés para el sector de las bebidas, en especial para las bodegas que intentan diferenciar sus referencias por origen, parcela o estilo. Separar lo que el laboratorio mide, lo que el catador percibe y lo que la etiqueta o el distribuidor cuentan puede ayudar a ajustar decisiones de elaboración y de venta. También puede influir en el valor comercial que se atribuye a ciertas diferencias: una singularidad documentada puede ser útil para segmentar una gama, pero no siempre se traduce en una experiencia sensorial nítida para el comprador.

El estudio se enmarca además en un momento difícil para el mercado del vino. Ferretti abre esta línea de trabajo con una idea clara: antes de plantear soluciones, conviene medir bien el problema. La serie continuará con cuestiones ligadas al clima, la adaptación humana y los modelos predictivos.

El recorrido terminará el próximo 18 de noviembre en Simei, con una mesa redonda dedicada a la inteligencia artificial y los macrodatos aplicados al vino, desde los usos prácticos hasta los modelos de previsión.