

# Conheça os organolépticos

Eles ganham a vida bebericando, provando, cheirando e farejando. Mas por quê?

Por DAVID McDONOUGH

**P**AUL J. FISHER, presidente da Tristao Trading, empresa importadora de café de Nova York, senta-se a uma mesa redonda. Diante dele estão duas dúzias de xícaras de café de diversos sabores e tonalidades. Ele então se prepara para mais uma análise.

Fisher leva uma colher aos lábios e prova. Ele vai classificar cada amostra segundo corpo, sabor, teor, cor, grau de umidade e acidez. Dá notas altas para o gosto suave e frutado de um, rejeita o aroma e o sabor gorduroso de outro. Depois de cada amostra, cospe na pia anexa à mesa. E então decide se o lote de Kenyan AA encomendado por uma das principais empresas de café dos EUA recebe nota suficiente para chegar ao mercado.

De qualquer forma, tenho muito a lhe agradecer. Ele é o instrumento que me permite tomar um café de

qualidade e então enfrentar mais um dia.

Fisher é um organoléptico, alguém que faz do olfato e do paladar um meio de vida. Essas pessoas bebem refrigerantes, provam chás, sentem o buquê de vinhos, analisam perfumes e avaliam odores de axilas. Além disso, talvez sejam os únicos a saber por que minha mulher, quando abre uma caixa de leite azedo, vira-se para mim e pede: "Cheire isto!"

Onde as empresas encontram esses trabalhadores tão competentes? Imagino um enorme processo de recrutamento em universidades de todo o país, à procura de estudantes de amplas narinas e palatos sensíveis. Nada disso. A maioria das empresas contrata provadores com base sim-

---

**Especialista em aromas**— James Bell, segurando amostras de perfume, treinou seu olfato para identificar 5 mil essências.



plesmente no fato de eles gostarem do trabalho; qualquer um com paladar e olfato normais pode aprender o ofício.

De acordo com o Monell Chemical Senses Center, centro multidisciplinar de pesquisas sobre paladar e olfato, na Filadélfia, praticamente todos os seres humanos nascem com a capacidade de detectar compostos doces, azedos, amargos e salgados. O centro também acredita haver um componente genético que determina um paladar mais apurado.

Grande parte do que chamamos de sabor inclui o odor que sobe da parte posterior da garganta até o nariz. O cheiro é tão importante para a apreciação de um alimento que a maioria de nós não saberia reconhecer os pratos favoritos com base apenas no paladar. Por exemplo, se você tapar o nariz e comer um pedaço de maçã e de cebola, eles terão o mesmo sabor (embora a cebola possa fazer sua língua arder e lhe garantir um vagão exclusivo no metrô).

Uma pessoa comum pode detectar pelo menos 10 mil odores. Identificá-los, porém, é outra história. Com os olhos vendados, a maioria dos indivíduos pode dar nome (“lilás”, “peixe”, “cedro”) a menos de cem fragrâncias.

Os organolépticos possuem as mais variadas formações. Peter Goggi, presidente da Royal Estates, divisão de compras de chá da Lipton, começou a carreira como químico pesquisador. “Costumava trazer as amostras para os provadores

de chá e ouvia seus comentários”, recorda. “Então comecei a provar com eles, e achei que esse poderia ser um trabalho interessante.” A fim de se aperfeiçoar, mudou-se para a Inglaterra, depois para o Sri Lanka e mais tarde para o Quênia. “A melhor forma de aprender”, diz ele, “é provar, provar e provar. Eu provava cerca de mil chás por dia.”

Assim como os provadores de vinho, “nós sorvemos e cuspiamos”, explica Goggi. Um bom bochecho diz a um *expert* tudo que ele precisa saber. “O importante é avaliar o chá da mesma forma em todas as xícaras”, ensina Goggi. “Fazemos uma infusão por seis minutos e adicionamos uma colher de chá de leite desnatado para ressaltar a cor.”

### **Uma boa fungada**

Para Lincoln Henderson, destilador e diretor de desenvolvimento de uísque da Brown-Forman Corp. (fabricante do Jack Daniel’s e de outros uísques), em Louisville, Kentucky, o aroma é tão importante quanto o sabor. Seu copo de provas parece um pequeno cálice de conhaque, projetado para “direcionar as fragrâncias do conteúdo para o nariz”. A tampa de vidro evita que a fragrância se evapore. (Henderson também é adepto do “provar e cuspir”. De todos os provadores com quem conversei, somente os membros do comitê de sabores dos sorvetes Baskin-Robbins engolem o que provam. Assim mesmo, tomam pe-

quenas colheradas e fogem das coberturas.)

“Com o *bourbon*”, diz Henderson, “o primeiro aroma que se percebe é o de baunilha. Em seguida vem o caramelo, a pralina e talvez um odor de fruta madura. Finalmente, um toque de carvalho. Oitenta por cento do sabor vem do processo de envelhecimento da bebida na madeira.” Quando aspiro o *bourbon*, tudo que sinto é cheiro de *bourbon*. Tanto faz se contém baunilha, chocolate ou morango. Henderson diz que eu conseguiria distinguir esses aromas se passasse pelo rigoroso programa que ele desenvolveu – uma espécie de treinamento de guerra sensorial.

Quando jovem, Peter Morrell trabalhou em uma adega alemã, lim-

pando os tonéis e engarrafando o vinho Blue Nun numa linha de montagem. “Um dia, o adegueiro me chamou para acompanhar o processo de degustação”, conta ele. “Então me deu dois conselhos que nunca esqueci: as primeiras impressões são muito importantes, e confie sempre em seu nariz e seu palato.”

Morrell tornou-se especialista em vinhos alemães, e hoje é presidente da Morrell & Company, uma grande loja de vinhos de Nova York. Com uma boa fungada ele é capaz de dizer de que região vem determinado vinho.

#### Odores pouco agradáveis

O trabalho de Jack Wild não é tão... refrescante. Formado em bio-

# Emagrecer com saúde é muito importante.

## Mostre seu corpo neste verão sem medo.

Foi lançado na França o mais revolucionário método para emagrecer

### *Le Patch*

Milhares de pessoas já participam da Campanha Mundial de Emagrecimento!

Estatísticas demonstram perda de 2 a 7 kg por mês de tratamento.

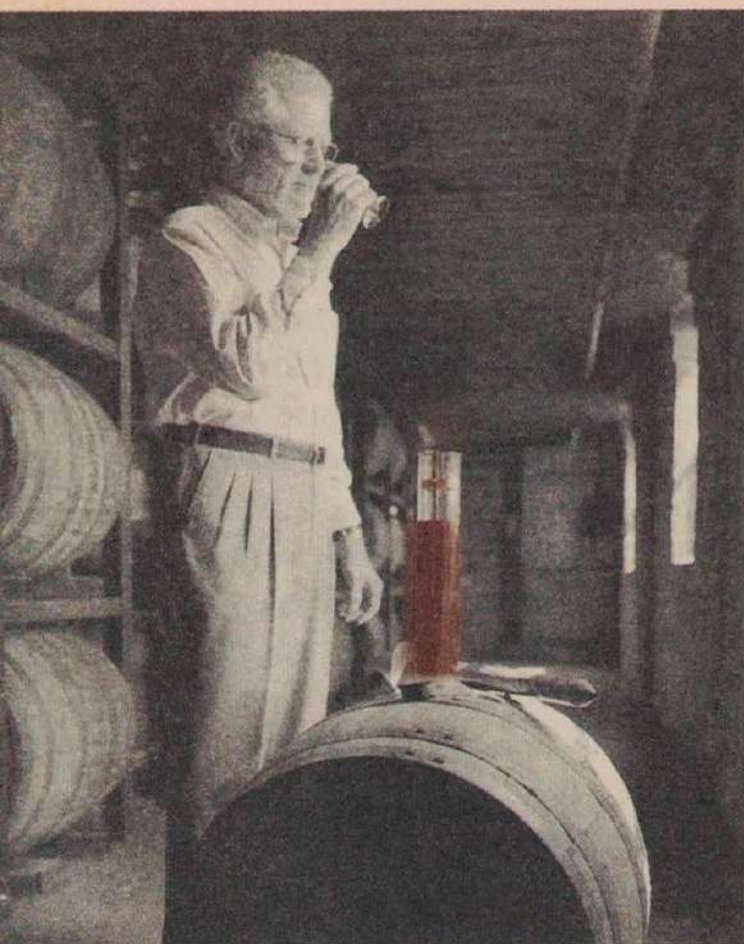
*Le Patch* são adesivos que aplicados sobre a pele farão passar uma substância em seu corpo, ajudando você a emagrecer. *Le Patch* não tem nenhuma contra indicação ou efeito colateral pois foi desenvolvido com elementos naturais.

Você receberá 30 patches (grátis) para iniciar seu tratamento. Sua única despesa será o frete de apenas R\$39,90.

**Adquira *Le Patch* pelo telefone: (0XX11) 826-9757 ou site: [www.esteticsolution.com](http://www.esteticsolution.com) ou Recorte e envie para a caixa postal 2012 São Paulo**

Nome: ..... Endereço: .....  
CEP: ..... RG: ..... [www.4tons.com.br](http://www.4tons.com.br) Tel: .....





© KEVIN COOPER

**O nariz que sabe**— Lincoln Henderson, destilador de uísque, prova uma amostra.

química, foi trabalhar na Hill Top Research de Cincinnati em 1958. O mercado estava em expansão graças à tecnologia do pós-guerra e ao aumento da renda da população. Pela primeira vez, havia uma preocupação com mau hálito e odores do corpo.

“Testamos produtos para eliminar cheiro de suor, mau hálito, fumaça e até de caixas de areia para gatos”, explica Wild. “Após selecionar os juízes segundo o critério de sensações olfativas normais, nós os treinamos para classificar os odores e sua intensidade.”

Na Hill Top, cobaias humanas são pagas para abolir totalmente de-

sodorantes e sabonetes durante dez dias. Depois de borrifar essas cobaias com desodorante, a prova de “cheirar as axilas” começa. Segundo Wild, a capacidade descritiva não é importante. Não é preciso dizer que certo odor lembra “meias de ginástica molhadas há uma semana, com um leve toque de *bacon* rançoso”. Desde que seja consistente na classificação dos odores desagradáveis, você pode ser um “cheirador”.

### **Algo de ‘belo’**

James Bell começou como balconista da Givaudan Roure, em New Jersey, líder de mercado na criação e fabricação de sabores e fragrâncias. Submetido a um teste olfativo, Bell saiu-se bem e foi enviado para a École de Parfumerie Roure Bertrand Fils et Justin Dupont, em Grasse, na França. “Tive de aprender a identificar cerca de 2.800 substâncias sintéticas e 140 naturais”, conta ele.

Hoje, Bell é vice-presidente e perfumista sênior da Givaudan Roure. Identifica 5 mil fragrâncias e é responsável pela concepção dos pedidos personalizados dos clientes — entre eles Armani, Yves Saint-Laurent e Calvin Klein. Se querem algo “belo” ou “fresco”, Bell escolhe as que se ajustam melhor ao pedido.

Quando a Bijan pediu à Givaudan para desenvolver o perfume de Michael Jordan, a equipe de perfumaria de Bell identificou cinco temas. A fragrância masculina resultante tornou-se um sucesso de vendas.

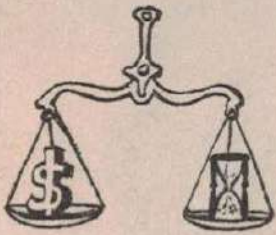
Bell está entre os poucos em sua área que acreditam que o talento natural é um pré-requisito para aprimorar a sensibilidade de alguém. “É preciso ter um olfato mais aguçado, mas também é necessário treiná-lo, como um pianista. O perfume é como a música. Possui uma nota de fundo, uma nota de corpo e uma nota de cabeça. Primeiro se percebe a nota de cabeça, que é intensificada pelas notas de corpo, e a nota de fundo harmoniza o conjunto.”

Portanto, se entendi bem, um aroma que não dá certo é o hino na-

cional cantado por alguém desafinado, e um aroma que funciona é Pavarotti no Scala de Milão.

Devemos muito aos organolépticos, que andam por aí com a língua afiada, metendo o nariz em tudo. Sem eles, quem sabe não estaríamos tomando sorvete sabor fígado e nos borrifando com água-de-tênis-velho. Eles fazem nosso mundo um pouco mais cheiroso e saboroso. E o que pedem em troca? Quase nada. Apenas que, de vez em quando, paremos para aspirar um aromatizador de ambientes com perfume de rosas.

## MELHOR DO QUE DINHEIRO?



Dinheiro é ótimo. Mas às vezes, pensando nas muitas funções de meu salário, sinto ímpetos de eliminar o intermediário. Há muitas coisas que prefiro ter em vez de dinheiro. Ano passado, por exemplo, teria preferido receber um carro novo. Isso me teria poupado a preocupação de negociar com vendedores de automóveis.

Muitas vezes desejei um assistente e não um aumento – alguém para filtrar telefonemas, investigar fatos, proporcionar aquele produto mais valioso do que dinheiro: o tempo. Aliás, numa pesquisa informal descobri que tempo é o que todos trocariam por tesouros. Bem à frente de títulos e mordomias, férias mais longas é o que as pessoas desejam. Emparelhando com o tempo vem a autonomia. Liberdade de viajar, contratar e demitir, passar por cima da burocracia, tomar decisões – é isso que a maioria de nós deseja.

Mas o salário não é a única medida, nem mesmo a melhor, de satisfação no emprego. Felizmente, para muitos, a vida é mais do que apenas fazer fortuna.

O que devemos valorizar? Tenho uma sugestão: procurem o amor. Porque o amor – pelo trabalho, pelos colegas, pela família e pelos amigos – passa pelo teste final da moeda corrente. Ele faz você suportar os períodos sem dinheiro mais facilmente do que o dinheiro o faz suportar os dias sem amor.

—RENEE LOTH *no Boston Globe Magazine*