



SEMINARIO DI FORMAZIONE PER INSEGNANTI 2008

*“A tavola di tutti i colori...bianco Latte, rosso, verde, arancione.  
Dieta e Salute con i Colori della corretta alimentazione”  
- percorso teorico, pratico e... sensoriale -*

## **CONOSCERE GLI ALIMENTI CON I SENSI E CON I COLORI**

**Vittorio Vallini  
Assaggiatore**

L'olfatto è considerato un senso con caratteristiche strutturali che lo distinguono dalle altre modalità sensoriali. Un singolo recettore riconosce diversi odori ed un singolo odore attiva diversi recettori. Le informazioni che giungono dal bulbo olfattivo sono, caso unico, inviate direttamente nella regione corticale del cervello, senza un processo preliminare da parte del talamo (come avviene per gli altri sensi).

Pur avendo un'elevata sensibilità (per certi odori si percepisce una parte su un miliardo), è il più lento dei sistemi nervosi, dieci volte più lento della visione. Per contro, la percezione olfattiva induce processi diversi. Gli odori possono, in modo inconscio, modificare il comportamento o evocare situazioni passate (Proust ed i biscotti). Da una tazza di tisana, in cui Proust intinge un biscotto, sgorgano ricordi del passato (“Alla ricerca del tempo perduto”). I neurofisiologi hanno dimostrato che i ricordi suscitati dagli odori, provocano emozioni intense “La vista del biscotto, prima di assaggiarlo, non m'aveva ricordato niente”, scrive Proust.

Gli umani possiedono una eccellente abilità per identificare gli odori, ma si trovano in difficoltà nel discriminare il singolo odorante quando è miscelato con più di tre-quattro odori (che è la norma in natura). L'identificazione degli odori è un processo complicato, che richiede tempi relativamente lunghi (alcuni secondi); le attività più importanti sono la codifica e l'assegnazione di etichette semantiche. Il fatto che l'elaborazione delle impressioni olfattive risieda nell'emisfero celebrale destro, mentre il controllo del linguaggio è situato in quello sinistro, comporta dei problemi legati al collegamento neuronale tra i due emisferi. Questi problemi di associazione tra gli odori ed il linguaggio, spiega perché non ci siano termini semantici specifici per descrivere gli odori; essi, infatti, prendono il nome degli oggetti che hanno quell'odore (di fiori, di frutta, ecc.)

Numerosi studi ed esperimenti hanno dimostrato la forte influenza che le informazioni visive hanno sulla percezione degli odori e dei sapori; questa dipendenza mostra la necessità del nostro organismo di ricorrere a fonti informative provenienti dagli altri sensi per fornire dati sicuri sui segnali sensoriali.

L'apparenza è uno degli attributi della qualità, che include le dimensioni, la forma, il colore. Il colore in particolare condiziona la percezione della qualità negli alimenti da parte dei consumatori, al punto che sono stati elaborati metodi per misurare il loro colore e stabilire, su questa base, dei criteri di accettabilità. Ad esempio il colore della frutta ci può indicare il suo grado di maturazione.

Un cibo od una bevanda possono essere appetitosi o ripugnanti da guardare, ed influire così sulle sensazioni gustative; un pollo rosso o un salmone bianco forniscono informazioni negative su quale potrà essere il loro gusto. Cibi colorati in modo inconsueto,

vengono associati dai consumatori a gusti anomali, anche se le sostanze coloranti sono neutre dal punto di vista gustativo. Le soglie gustative dei sapori di base vengono alterate quando si modifica il colore convenzionale; il verde accresce la sensibilità al dolce, il giallo ed il verde diminuiscono l'acido, il rosso diminuisce la sensazione dell'amaro.

Un succo d'arancia colorato sembra più buono del solito ed il gelato al pistacchio viene colorato di verde, (benché la pasta naturale di questo frutto sia di colore grigio) per aumentarne la piacevolezza.

Gli esperti di marketing sono consapevoli dell'influenza dei colori sulla percezione dei sapori al punto che quasi tutti i prodotti alimentari vengono colorati artificialmente; i coloranti fanno parte degli additivi alimentari. Quelli ammessi per legge sono 57, identificati con le sigle da E100 a E199, che ritroviamo frequentemente citati nelle etichette.

I casi più eclatanti di cibi colorati sono:

- Rosso d'uovo: viene artificialmente reso più o meno intenso, aggiungendo al mangime delle galline dei pigmenti che possono essere naturali (i carotenoidi del mais) o artificiali. Per le uova esistono quindici gradazioni di colore, che il mercato alimentare può scegliere secondo l'uso; più chiaro per la produzione di maionese, più intenso per la pasta all'uovo.
- Salmone: Un colore rosa uniforme è tradizionalmente considerato un indicatore di qualità per questi pesci; di conseguenza per migliorare l'accettazione dei consumatori, è importante fornire una pigmentazione ottimale, che negli esemplari allevati non è presente. Per questo nell'alimentazione dei salmoni vengono aggiunti due pigmenti (l'Astaxantina e la Cathaxantina), carotenoidi che normalmente si trovano nelle forme selvagge, ricavati dalle alghe e dal krill di cui i salmoni si nutrono; negli allevamenti vengono utilizzate le formulazioni sintetiche.

Anche gli assaggiatori professionisti subiscono il condizionamento dei colori. L'aroma di un vino viene avvertito come diverso se il suo colore è oscurato (con un bicchiere opaco o nero); anche la preferenza sensoriale dei vini è legata al colore, indipendentemente dall'aroma e dai sapori. Nei vini rossi si preferisce un rosso rubino intenso, rispetto ad uno pallido, mentre in quelli bianchi, un colore dorato fa prevedere un vino dolce.