

El color de la taza de chocolate influye en su sabor

Dos investigadores de las universidades Politécnica de Valencia y Oxford han comprobado que el chocolate sabe mejor en un vaso naranja o de color crema que en otro blanco o rojo. El estudio se suma a investigaciones recientes que demuestran cómo nuestros sentidos aprecian los alimentos de forma diferente dependiendo de las características del recipiente donde se toman.

SINC

2/1/2013 09:55 CEST

“El color del recipiente donde se sirven los alimentos y las bebidas puede realzar algunos de sus atributos, como el sabor o el aroma”, explica a SINC Betina Piqueras-Fiszman, investigadora de la Universidad Politécnica de Valencia. La científica, junto a su colega Charles Spence de la Universidad de Oxford (Reino Unido), lo ha comprobado en el caso del chocolate líquido.

La pareja planteó un experimento donde 57 participantes tenían que evaluar muestras de chocolate caliente servido en cuatro tipos de vasos de plástico, del mismo tamaño pero de diferente color: blanco, crema, rojo y naranja con interior blanco.

Los resultados, que publica la revista *Journal of Sensory Studies*, revelan que el sabor del chocolate servido en los vasos naranja y color crema gustó más, según los voluntarios que lo probaron.

Sin embargo, el dulzor –no el sabor a cacao– y el aroma –el olor–, apenas se vieron influidos por el color de la taza, a pesar de que los participantes

comentaron que en los vasos de color crema se detectaba ligeramente un chocolate más dulce y aromático que en los otros.

“No existe una regla fija para poder decir que un sabor o aroma se realza con un color o tono en particular”, reconoce Piqueras-Fiszman. “Esto en realidad varía con el tipo de alimento, pero lo cierto es que, como el efecto ocurre, se tendría que prestar más atención al color de los envases, ya que tiene más potencial del que uno se puede imaginar”.

Según el estudio, estos resultados son relevantes para los científicos interesados en comprender como el cerebro integra la información visual, no solo de la propia comida, también del recipiente o el envase en el que se consume.

Los datos animan a pensar más en el color de vajillas y embalajes

Además, estos datos pueden animar a los cocineros y profesionales de la hostelería, así como a los del sector del envasado de bebidas y alimentos, a pensar más en el color de las vajillas y los embalajes. “Es cuestión de experimentar”, dice la investigadora, “para conocer cómo afecta el propio contenedor a la percepción que tienen los clientes del producto”.

En el mismo artículo se repasan las conclusiones de otros estudios anteriores que también confirman el efecto del recipiente sobre las características sensoriales de la bebida o el alimento. Los ejemplos son numerosos, desde latas más amarillas para percibir mejor el sabor a limón, hasta vasos de refresco que si están pintados de colores fríos, como el azul, parecen saciar mejor la sed que con los cálidos, como el rojo. Y si son rosas, el líquido incluso se nota más azucarado.

En otros casos, se ha demostrado que una *mousse* de fresa se aprecia más dulce e intenso en un plato blanco que en otro negro. Y respecto al café, una mayoría de encuestados asocia el color marrón del paquete a un sabor y aroma más fuertes, mientras que si son rojos se atenúa esa sensación, y si están coloreados de azul o amarillo, la bebida se percibe más suave.

Referencia bibliográfica:

Betina Piqueras-Fiszman, Charles Spence. "The influence of the color of the cup on consumers' perception of a hot beverage". *Journal of Sensory Studies* 27 (5): 324–331, octubre de 2012.

Derechos: **Creative Commons**

TAGS

TAZA | CHOCOLATE | SENTIDOS |

Creative Commons 4.0

Puedes copiar, difundir y transformar los contenidos de SINC. [Lee las condiciones de nuestra licencia](#)