



# El color también importa

Los sentidos son los que mandan y pueden cambiar en un momento dado el sabor por mucho que el producto sea exactamente el mismo al encontrarse en envases de diferentes características. El material, el diseño y está comprobado, también, el color, influyen

Desde hace ya algún tiempo todo el mundo tiene claro que la calidad del café ya en taza, depende de su perfecta manipulación a lo largo de toda la cadena, desde el cafetal hasta que llega a la mano del barista. En este punto final, la correcta conservación del café, el punto de molido, el prensado son cuestiones básicas que se deben cuidar para conseguir el resultado deseado. En esta operación, debemos tener en cuenta, también, el diseño y material de la taza que nos ayudaran a conservar y favorecer determinados aspectos del café, a la vez que nos facilita el poder disfrutar de una buena experiencia de degustación.

Y si todos estos eran hasta el momento los principales elementos recogidos por la mayoría de manuales para la preparación correcta de un café, los resultados de un estudio de la Escuela de Ciencias de la salud de Australia, añaden una variable más a la ecuación... el color de la taza, entendida esta, como el recipiente donde se deposita el café para su degustación. Según la investigación liderada por el científico australiano George Van Doorn, el color de la taza afecta sutilmente nuestra percepción del sabor del café.

Por surrealista que parezca a primera instancia esta pesquisa, lo cierto es que los resultados han corrido como la pólvora entre muchos fabricantes, tostadores y baristas y diversas publicaciones científicas se han hecho eco del mismo.

El líder de la investigación, el científico australiano George Van Doorn, emulando al reconocido Louis Cheskin, psicólogo y especialista en marketing que logró disparar las ventas de margarina el año 1940 proponiendo únicamente un cambio de color del producto, de blanco a amarillo, sugiere hacer algo similar con las tazas y

asegura que baristas, hosteleros y fabricantes pueden, también, incrementar sus ventas, si saben elegir bien el color de sus recipientes donde servir el café a los clientes.

También en la Universidad Politécnica de Valencia se argumenta que el color de los recipientes donde se sirven bebidas puede alterar sus atributos tanto en sabor como en aroma.

La importancia del color, y no solo del olfato o el gusto es clave en la percepción y aceptación de los alimentos

## Efecto psicológico

No hay una teoría que argumente dichos hechos pero, lo cierto que varios estudios realizados ante un gran número de personas, coinciden. De la mente sabemos muy poco pero el cerebro capta e integra información visual tanto de los alimentos como del envase y de la codificación que hagamos cada uno de nosotros depende como los percibamos.

La realidad, por supuesto, es que la influencia del color sobre nuestra percepción del sabor no es más que un efecto psicológico, y nada tiene que ver con que el color cambie el sabor real de la bebida, aunque bien es sabido por todos que lo que nos dice nuestro cerebro es lo que vale, así que vale la pena tener en cuenta los detalles de este estudio.

Los investigadores realizaron varias pruebas con voluntarios a los que sirvieron el mismo café en tazas



de porcelana blanca, de cristal transparente y de cristal azul oscuro. Tras la prueba se les hicieron diversas preguntas sobre su percepción de aspectos concretos del café como su intensidad, aroma, amargor, calidad y aceptabilidad global de la bebida, resultando a opinión de los encuestados, el café de la taza de porcelana blanca, el más fuerte y menos dulce.

## El color de la taza puede marcar diferencias sutiles en la percepción del sabor, la dulzura y la temperatura del café

Con intención de descartar que el material de las tazas fuera el motivo de la divergencia en las percepciones de los voluntarios, los investigadores volvieron a repetir la misma prueba, pero en esta ocasión con tres tazas iguales, de cristal, una transparente, la otra blanca y la tercera azul. El resultado fue el mismo, por lo que Van Doorn y su equipo sugieren que la taza blanca mejora la "intensidad" del sabor del café y hace parecer menos dulce a la bebida. La taza azul por su parte, es la que a percepción de los consumidores hace el café más dulce.

### Contraste de color

Los investigadores asimilaron al contraste entre el color del café y el tono de la taza, los cambios sutiles en el sabor del café detectados por los participantes de la prueba, concluyendo que los colores claros hacen que el café parezca más oscuro, y que por tanto se perciba como más intenso. De igual manera, los colores oscuros reducen ese contraste y crean el efecto de que el café es más suave y dulce en la mente del que lo toma.

Este no es el primer estudio que investiga nuestra percepción de los alimentos según las características de su elemento contenedor y viene a sumarse a las investigaciones que remarcan la

importancia del color, y no solo del olfato o el gusto en la percepción de los alimentos.

En este sentido, una investigación anterior, basada en este caso en cuatro tazas de porcelana de colores diferentes: crema, azul, amarillo y rojo, demostraba que el 75% de los participantes percibían el café de la taza crema como el más fuerte. Por contra, al de la taza azul se le atribuía un aroma más suave; al de la taza amarilla se le suponía un café de más baja calidad y a la taza de color rojo, una complejidad más alta.

Otro trabajo de hace tres años, por ejemplo, concluía que el consumidor percibe un mejor sabor del chocolate cuando este está servido en tazas de color naranja o tonos crema y que este ganaba en dulzor cuando era presentado en tazas de color crema.

En el momento de la presentación de este estudio ya se apuntó que estos efectos se reducían notablemente cuando las tazas utilizadas mantenían su parte interior blanca, sin detrimento que la exterior apareciera coloreada de azul, rojo, amarillo, naranja o cualquier otro color. Lo mismo, pues, se podría asimilar, muy probablemente, al estudio del café.

Además del efecto psicológico del color de la taza sobre nuestra bebida, también se han realizado estudios la correlación entre el color y la percepción de la temperatura de la bebida, presuponiendo los consumidores participantes en el ensayo, la temperatura más baja al café de la taza azul, seguido del verde y el amarillo. El color percibido como más caliente era el rojo.

Dependiendo, pues, del color de nuestra taza y su contraste con la bebida, la percepción humana sobre el sabor o temperatura del café puede cambiar, siempre de forma muy sutil, entre una persona y otra. No por ello, sin embargo, debemos pasar por alto este dato y conociéndolo podemos utilizarlo como una nueva herramienta para asegurar a nuestros clientes una taza de café perfecta.

Ángela d'Arenys