

---

El estado psicológico influye en el sabor de lo que comemos

19/01/2017



Los científicos demuestran en la investigación que frente a la estabilidad que se le presupone a las preferencias alimentarias adquiridas, las respuestas afectivas y el valor de recompensa de alimentos como el café, el chocolate y la cerveza parecen sufrir variaciones si nos sentimos estresados, tenemos hambre o estamos preocupados por nuestro peso.

El estudio indica, por ejemplo, que en aquellas personas que consumen habitualmente alimentos amargos, el estrés reduce la aversión al sabor amargo del café, mientras que el chocolate produce un mayor rechazo tras incrementar la preocupación por el peso corporal.

En el trabajo participaron de 59 adultos que fueron divididos en dos grupos: aquellos que consumían productos amargos habitualmente y los que no. Tuvieron que saborear muestras de alimentos amargos bajo diferentes estados motivacionales que los investigadores les habían inducido mediante imágenes. Durante la prueba, además, se emplearon índices afectivos derivados del análisis de expresiones faciales e indicadores del deseo de consumir a partir de respuestas de aproximación / evitación.

David García-Burgos, director del estudio, explica que “estos hallazgos revelan por primera vez no sólo la implicación de los componentes afectivos-gustativos en la superación del rechazo innato al sabor amargo, sino también cómo nuestros estados psicológicos repercuten en el sabor de la comida que ingerimos”.

Teniendo en cuenta de que la modulación del valor de recompensa del sabor de los alimentos por estados motivacionales es una vía importante en la regulación de la conducta alimentaria, “este trabajo supone un paso más en la comprensión de los mecanismos implicados en la selección de productos amargos”, señala el autor.

Añade además que estos resultados “son especialmente importantes en la medida en que las preferencias y consumo de alimentos amargos, como verduras y frutas, se promueven como una estrategia para hacer frente a la epidemia de la obesidad y promocionar las dietas saludables”.

---