



NOTAS SOBRE HELADOS

LO FUNDAMENTAL DE MANEJAR BIEN LOS COLORES

"La comida entra por los ojos"; este dicho popular es muy cierto. Estamos muy acostumbrados a que los platos que consumimos estén presentados y decorados a para hacerlos mas atractivos, dándole con la forma de presentarlos o el agregado de diversos elementos (líquidos, salsas, cremas, vegetales, adornos) y así devolverles el color y textura perdidos al procesarlos o cocinarlos.

Parte fundamental de la buena presentación de los platos tiene que ver con la armonía de los colores, lo que hace mas apetitoso lo apetitoso. Recordemos que el color es una sensación que percibimos en base a la luz y el contexto de los elementos y que dicha sensación puede variar de una persona a otra. Los colores y sus combinaciones nos llaman la atención, y en muchas ocasiones hacen deseable o no un alimento.

De acuerdo a la apariencia y al color juzgamos la calidad o estado del alimento. Así como las plantas venenosas generalmente tienen un sabor amargo y desagradable, los colores y la textura de los alimentos que podríamos consumir nos dicen cosas para nuestra protección, pues por instinto descartamos lo que tiene una apariencia desagradable.

Si notamos que la pulpa de una manzana se oxidó, esta deja de ser atractiva y apetitosa. Si una sandía no es de color rojo intenso, dudamos que está madura y sea sabrosa. Si un trozo de carne vacuna tiene un color oscuro, no lo prepararíamos para consumirlo.

Así que los colores mejoran la percepción y el gusto de los alimentos y en muchas ocasiones son asociados con algún producto o creemos que ese producto debe tener un color determinado. Las naranjas nos parecen mas dulces si su cáscara tiene un color fuerte. Y esperamos que un bizcochuelo tenga un color amarillo intenso.

Hoy en día se utilizan mucho los colorantes para dar a diversos productos el color que todos consideramos "original" o darles una mejor apariencia. Se colorean los productos lácteos y por ejemplo; a pesar que leamos en un pote de yogur de frutilla (fresa) que solo tiene esencia con ese sabor, esperamos que el yogur tenga un color similar al de la fruta, los jugos de frutas, panes y bizcochos, mantecas (mantequillas) y margarinas, carnes procesadas, confites y en casi cualquier alimentos que necesite recuperar su color original.

Todo esto nos lleva a ver la importancia de un buen color en el producto. Pero también debemos recordar "las acciones reflejas" que indican que un color en el lugar inapropiado es automáticamente rechazado como indeseable.

No hay una regla universal de hasta donde llegar con los colores y como o cuando aplicarlos, debido a que cada uno de nosotros ve y siente de formas diferentes, y hay una gran variedad de gustos. Pero si podemos tener en cuenta, lo que mencionamos al principio; a veces rechazamos productos buenos, porque el color no es el apropiado o el que esperamos.

En el caso de los helados, es importante que cada sabor tenga el color que uno espera que tenga. Notamos que en ocasiones se abusa de los colores, lo que trae un rechazo inconsciente de parte del consumidor.

Por ejemplo: algunas heladerías venden un sabor conocido como "Crema el Cielo", que esta hecho de base blanca (crema, crema americana, fior di latte), es lógico que se asocie el sabor con el color del cielo, para ello se utilizan diversos colorantes con base de azul. Cuando se abusa del colorante, y el tono es un celeste muy



fuerte, ese sabor no es vendido. En algunos casos se nota que el sabor a frutilla/fresa tiene un color demasiado intenso casi fucsia. Este manejo inadecuado de los colores hace que el producto tenga la apariencia de que es totalmente artificial.

Haga la siguiente prueba: dé a varias personas a elegir entre dos muestras de sabor chocolate, pero prepare una con una tonalidad muy suave y la otra con un color marrón oscuro, verá que la gran mayoría de las personas se inclinan por la segunda. Es que, inconscientemente asociamos el color del chocolate como un marrón muy oscuro y eso es lo que esperamos de un producto que dice tener su sabor.

Otro factor importante es la combinación de colores para realzar la belleza de la presentación. Por ejemplo, prepare una copa helada, con chocolate y dulce de leche (dos sabores muy apreciados, pero del mismo color básico), y como detalle colóqueles, nueces o almendras garrapiñadas, o maníes bañados en chocolate, pequeños trozos o tiras de kinotos, higos en almíbar o dátiles y cubra todo con alguna salsa o jarabe de color oscuro. A pesar de que cada uno de esos elementos sea rico por sí mismo, la apariencia de la copa sea muy oscura, lo que no la hará apetecible.

El colocar una frutilla o cereza, una tirita de durazno, como copete de una crema helada u otros postres no es un ocurrencia por que sí, da un corte de color vivo, que hace destacar el resto de los elementos.

En muchos casos, se le agregan algunos elementos que no necesariamente serán consumidos, por ejemplo en algunas copas heladas se colocan hojitas de menta con lo que se logra hacer un corte en el color mejorando en gran manera la apariencia general del producto.

Así que, por lo que hemos visto, el color ejerce gran influencia en la preferencia del consumidor y en la percepción sensorial de los alimentos. El maneja este tema correctamente es un aspecto muy importante para destacar la calidad de nuestro producto y hacerlo aún mas apetecible.

Colorantes naturales

Carmín: Se extrae de la hembra de insecto conocido como Cochinilla. Se diseca el cuerpo (contiene hasta 19% de ácido carmínico), se lo muele y tamiza hasta conseguir el pigmento carmín. Cuando se solubiliza se obtienen líquidos de color rojo magenta utilizados generalmente en los alimentos. Mediante otras operaciones, se utilizan sobrantes y material de segunda categoría para producir colorante de uso industrial.

Es el colorante natural más estable y aceptado. Con él y sus subproductos se da color a: yogurt, jugos de frutas, confites, mermeladas, helados de crema, bebidas, embutidos, jamón y alimentos que requieran el color rojo.

Bixina: Es un colorante vegetal, que se obtiene de las semillas del Annato (Bixe Orellana).

La bixina es un carotenoide amarillo y se obtienen dos pigmentos principales:

- bixina (soluble en aceite)
- norbixina (soluble en agua)

Ambas producen una solución de tono naranja. Con ellas se da color a: margarinas, quesos, embutidos, snacks, bebidas, yogurt, etc.



Antocianina: Es de color púrpura, se obtiene del procesamiento del maíz púrpura que crece naturalmente en el Perú y Ecuador.

Con él se da color a: bebidas, jugos de frutas, mermeladas, gelatinas, dulces, etc.

Páprika: Se obtiene extracto de la oleoresina por la extracción del solvente de varias especies de pimienta roja desecada.

El color es una mezcla del naranja y rojo. Se utiliza para dar color a: bebidas, jugos de frutas, mermeladas, gelatinas, dulces, etc.

Cúrcuma: Es un tubérculo del que se obtiene un color amarillo. Se da color a: margarinas, quesos, embutidos, snacks, bebidas, yogurt, etc.

Colorantes sintéticos

En la actualidad se utilizan mucho más los colorantes de origen sintético, por varias razones, entre ellas que son mucho más fáciles de producir y por lo tanto económicos. Se producen con los colores primarios y a partir de las combinaciones se obtiene una gama abundante de colores y tonos. Los hay aptos para el consumo humano y los de uso industrial.

Se producen de las siguientes formas:

- **Granulados:** Similar a las formulaciones en polvo, pero con la ventaja de que ayuda a reducir el polvo en el ambiente.
- **Mezclas:** Se hacen en polvo, soluciones concentradas y pastas. Se produce una buena variedad de colores y gamas de color, lo que hace más fácil el manejo del productor.
- **Polvos:** Generalmente solubles al agua, son la forma más utilizada. Tienen como gran ventaja que se obtiene una muy buena uniformidad en la preparación del color.

La psicología del color

Toda persona generalmente muestra preferencia por determinadas clases de colores. Aun sin advertirlo, los colores tienen una considerable influencia sobre los seres humanos.

En términos generales, los colores se dividen en dos grupos psicológicos: frescos y calientes. El azul y los colores de luz azulada son colores frescos. Los colores que tiran a rojo o amarillo son calientes. El rojo es un color estimulante, comunica alegría o entusiasmo. El azul es calmante y se traduce en reposo, aunque en exceso puede ser deprimente. Una persona puede llegar hasta a sentir frío en un cuarto azul y calor en uno rojo, sin advertir la influencia de esos colores en sus sensaciones de temperatura.

Por lo general la gente muestra preferencia por las grandes áreas de colores grises suaves interrumpidas por pequeñas manchas de colores brillantes.

Ciertos colores pueden resultar agradables o desagradables por motivos especiales. Una persona, por ejemplo, puede asociar una experiencia desagradable con determinado color, motivo por el cual ese color le disgusta.

Los colores lucen mejor en pares complementarios. Tales pares son armoniosos debido a que en conjunto producen ondas semejantes a las de la luz blanca y los acoge sin fatiga el ojo humano. Además, los colores complementarios equilibran los calientes con los frescos. Casi siempre conviene que uno de los dos colores complementarios sea oscuro y el otro claro: los complementarios puros causan fuertes vibraciones que son desagradables a la vista.



Los diversos matices de un mismo color también armonizan. Son armoniosas, por ejemplo, las combinaciones de durazno, castaño claro, castaño intenso y anaranjado, porque todos estos colores contienen anaranjado.

Autor: Sergio Mantello

Mundohelado Argentina

www.mundohelado.com.ar