**Metodi impliciti ed espliciti per lo studio dell’effetto dei tratti psicologici
sulle risposte emotive ai gusti**

Alessandra De Toffoli\*, Sara Spinelli, Caterina Dinnella, Lapo Pierguidi, Elisa Mani,
Herdis Agovi, Erminio Monteleone

*Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agrarie, Alimentari Ambientali e Forestali,
Università degli Studi di Firenze*

\*autore corrispondente: alessandra.detoffoli@unifi.it

Gli esseri umani nascono con una predilezione per i cibi dolci e con un’avversione per i cibi amari. Ma qual è il ruolo dei tratti della personalità nelle scelte alimentari?
Studi recenti hanno evidenziato il ruolo chiave svolto dalla neofobia alimentare, ossia dalla diffidenza ad assaggiare cibi nuovi e diversi dal solito. Inizialmente considerata un tratto fortemente adattivo, assume oggi connotati controproducenti andando a limitare la varietà della dieta e riducendo la preferenza ed il consumo di vegetali. La neofobia sembra avere un impatto anche sulla percezione e sul gradimento dei prodotti caratterizzati da sensazioni critiche, con i neofobici (alti in neofobia) che tendono a percepire come maggiormente intensi l’amaro, l’astringente e il piccante e a gradire di meno gli alimenti con queste caratteristiche rispetto ai neofilici (bassi in neofobia).
Queste differenze potrebbero essere legate ad un incremento dell’attivazione fisiologica dei neofobici in risposta a stimoli critici ed allarmanti e ciò potrebbe portare ad un incremento della percezione sensoriale dei gusti che potrebbe risultare sgradevole.
Lo scopo del presente studio è quello di far luce sui meccanismi sottostanti la percezione dei gusti in funzione della neofobia. Attraverso un approccio multidisciplinare, è stata indagata la risposta emotiva ai gusti in termini di valenza, utilizzando un metodo indiretto di misurazione della fiducia, e di arousal, attraverso la misurazione della conduttanza cutanea.
109 partecipanti, selezionati sulla base della neofobia e del PROP status (solo Medium Taster), hanno partecipato a due sessioni in laboratorio dove hanno valutato in blind tre repliche di acqua (controllo) e amaro, dolce e astringente in soluzione acquosa a due concentrazioni percepite come “deboli” e “moderate” sulla general Labelled Magnitude Scale (gLMS).
Durante la prima sessione la conduttanza cutanea è stata misurata in maniera continua e la valenza è stata misurata dopo ogni stimolo, mostrando sullo schermo una faccia neutra e chiedendo ai partecipanti di valutare la fiducia immediata (mi fido/non mi fido) e la fiducia su una scala da 1 (non mi fido per niente) a 9 (mi fido completamente) verso quel volto. Nella seconda sessione i soggetti hanno valutato le intensità delle soluzioni acquose utilizzando la scala gLMS.

**Keywords**: gusti, tratti psicologici, percezione, emozioni