

PER STUDENTI E LAUREATI. Il rettore Sartor: «Progetto mirato». Il presidente Bedoni: «Responsabilità d'impresa»

Orientamento al lavoro personalizzato

Il nuovo servizio gratuito nasce dall'accordo tra Università e Cattolica Assicurazioni

L'orientamento al lavoro come dovrebbe essere: personalizzato e gratuito.

È il nuovo servizio che gli studenti dell'Università di Verona hanno a disposizione, grazie all'accordo tra l'ateneo scaligero e Cattolica Assicurazioni. Il servizio sarà svolto dal te-

am di «Progetto di vita. Cattolica per i giovani», l'iniziativa di responsabilità sociale del gruppo Cattolica attiva nell'ambito dell'orientamento formativo e professionale ai giovani dai 18 ai 35 anni.

Il protocollo d'intesa tra l'Università e Cattolica prevede un notevole ampliamento dell'attuale offerta di orientamento già erogata dall'ateneo. Oltre a ricevere informazioni sulle convenzioni con le aziende e sugli stage per acquisire

crediti formativi, all'Ufficio orientamento al Lavoro dell'ateneo, gli studenti potranno ricevere una consulenza individuale e professionale su competenze e lavoro e accedere ai percorsi formativi gratuiti nella sede di Corso Porta Nuova 11b.

Gli studenti avranno, inoltre, la possibilità di acquisire crediti formativi partecipando al Percorso di orientamento completo oppure ai workshop e agli altri eventi for-

mativi di Progetto di Vita.

I colloqui individuali in ateneo si svolgeranno all'Università due volte la settimana, ogni martedì e giovedì dalle 10 alle 13, in via Campi-fiore 19b.

I dati indicano che la maggior parte dei giovani che si rivolgono a Progetto di Vita (il 56%) è spinta da una concreta necessità di orientamento, il 24% dimostra interesse per l'ambito di Impresa, mentre il 20% sceglie l'innovazione so-



Paolo Bedoni

ciale. Il 90% ha un'età compresa tra i 18 e i 30 anni e il 78% dei partecipanti studia all'università o ha da poco conseguito una laurea o un master. Il 68% proviene da Verona e provincia.

Il rettore, Nicola Sartor, ha dichiarato: «Orientarsi al lavoro, nella complessa realtà socio-economica odierna, è una necessità primaria. Il progetto ha il merito di mettere a disposizione competenze specifiche e ineludibili per l'attuazione e il buon esito dell'orientamento, ma ha soprattutto il merito di rivolgersi a ciascun giovane singolarmente, per valorizzarne la personalità e i ta-

lenti».

Per il presidente di Cattolica Assicurazioni, Paolo Bedoni: «Di fronte alle gravi conseguenze sociali di una crisi che sembra non finire mai, Cattolica ha messo il problema del rapporto tra giovani e lavoro al centro del suo impegno di responsabilità d'impresa. È con questo spirito che è nato a Verona alla fine del 2012 "Progetto di vita. Cattolica per i giovani" che svolge un vero e proprio servizio pubblico sia sul terreno dell'orientamento e della formazione che su quello delle nuove iniziative sociali ed imprenditoriali». ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA

UNIVERSITÀ. Il professor Gordon Sheperd ha spiegato l'interazione tra alimenti e cervello

Neurogastronomia, dialoghi tra cibo e mente

Dall'analisi dell'olfatto e della sua capacità di percepire le differenze alla ricerca sulle origini del piacere tra i vari gusti di ciò che si mangia

Elisa Pasetto

Un polo di eccellenza della ricerca, con un ateneo in vetta alle classifiche nazionali per la qualità della produzione scientifica. E un territorio con una tradizione enogastronomica invidiabile. Quale luogo migliore di Verona per far dialogare neuroscienziati e produttori intorno al legame così intimo che esiste tra cibo e cervello? E così la città scaligera, fino a oggi, è la capitale della neurogastronomia.

Il neologismo è stato coniato da Gordon Shepherd, sbarcato da Yale al Polo Zanutto per parlare di aromi, sapori e cervello. «Lavoravo nell'ambito delle neuroscienze dell'olfatto e mi sono reso conto che proprio dall'olfatto retronasale, attivato quando espiriamo, dipende l'80 per cento del sapore», spiega il professore. Le molecole volatili contenute in cibi e bevande raggiungono la cavità nasale e attivano i ricettori olfattivi. «E il flavour (come gli inglesi traducono sapore, termine più ampio del nostro "gusto", ndr) è collegato a un universo ampio: non solo cibo, ma anche cucina e packaging degli alimenti, perché anche questo condiziona le nostre scelte in tema alimentare attivando emozioni, memoria e desiderio, con ricadute sull'e-



Il rettore Nicola Sartor saluta i partecipanti al convegno sulla neurogastronomia FOTO MARCHIORI

voluzione umana: dalla necessità di sopravvivenza (i nostri antenati hanno imparato che il sapore dolce è associato alle molecole che danno energia, l'amaro alle sostanze velenose, ndr), ai rischi collegati all'obesità».

Partendo dal «flavour», quindi, la neurogastronomia può aiutare a sviluppare cibi sani, oltre che «diventare elemento importante nella promozione dei prodotti locali in un mercato sempre più globale».

Il collegamento tra cibo e cervello lo sintetizza Stuart Firestein, della Columbia University: «Si tratta di un'interazione tra il meccanismo molecolare e quello che il cervello si aspet-

ta», spiega. «L'acido butirrico, per esempio, è effettivamente presente sia nel parmigiano che nel vomito, ma non li confondiamo, perché il cervello che attraverso la vista domina sul sapore e decide come dobbiamo percepirli».

Ma se l'olfatto gioca un ruolo da protagonista, non vanno dimenticati gli altri sensi. «Il tatto, cioè come sentiamo il cibo nella bocca, soffice o croccante, e persino l'udito: pensiamo al rumore quando mastichiamo delle patatine o della carne», aggiunge Anna Menini, dell'università di Trieste. «Alivello della corteccia cerebrale ci sono delle aree che mettono insieme le varie sensazioni re-

stituendoci la percezione del "flavour" che è una creazione del nostro cervello».

Una proprietà tipica dell'uomo. «Solo per noi il cibo non è solo fonte di energia ma anche di piacere, emozioni e abitudini sociali», spiega Marina Bentivoglio, direttore del dipartimento di Scienze Neurologiche e del Movimento, che con il dipartimento di Biotecnologie ha promosso l'evento. «Ricerche sul tema si conducono anche nel nostro ateneo, dove il gruppo guidato da Andrea Sbarbati ha scoperto chemorecettori lungo il canale alimentare e che tali canali servono a riconoscere e aiutare l'assorbimento dei cibi utili». ●

A Villa della Torre a Fumane

Degustazioni al buio Amarone e Valpolicella alla prova dei 4 sensi



Un momento della degustazione al buio dei vini DIENNEFOTO



Marilisa Allegrini, presidente della Famiglie dell'Amarone

Una degustazione al buio. Con Amarone e Valpolicella sorseggiati con una benda sugli occhi, oltre che da persone non vedenti. È stata un'esperienza sui generis quella di ieri pomeriggio a Fumane, per un centinaio di persone (neuroscienziati, ipovedenti, produttori e semplici appassionati di vino) alla Villa della Torre di Fumane. Perché se ogni degustazione che si

rispetta parte proprio dall'analisi visiva del vino per valutarne colore, limpidezza, consistenza ed effervescenza, stavolta la vista era del tutto fuori gioco. E volutamente: perché ad ascoltare la valutazione e a prendere appunti sulle caratteristiche organolettiche del vino, davanti ai celebri mascheroni realizzati nel '500 dagli allievi di Giulio Romano, c'erano degli «angeli custodi»: dottorandi, assegnisti e

ricercatori dell'ateneo veronese impegnati a capire quanto il nostro giudizio sull'odore e sul gusto di un vino cambi se non lo si può vedere.

«I degustatori differivano per il livello di conoscenza, esperti di vino e non, e per il livello di deprivazione sensoriale, artificiale per i vedenti bendati, o fisiologica per i non vedenti», spiega Paola Cesari, responsabile del progetto, che insieme a Silvia Savazzi e Maria Paola Cecchini, ricercatrici del dipartimento di Scienze neurologiche e del Movimento dell'ateneo scaligero, ha partecipato all'evento, appendice in Valpolicella della due giorni che ha visto ieri e oggi neuroscienziati e produttori esplorare al Polo Zanutto le interdipendenze tra cervello ed enogastronomia. «Ciascun vino è stato giudicato considerando cinque descrittori, due specifici per il gusto, due per l'olfatto e uno che considera l'emozione che quel vino è in grado di suscitare». Mentre i ricercatori, in parallelo, hanno documentato anche le reazioni individuali attraverso un elettrocardiogramma e la compilazione di questionari ad hoc. «Lo scopo è comprendere come, escluso uno dei cinque sensi, si realizzi un adattamento fisiologico-cognitivo alla particolare situazione percettiva».

Enthusiaste le Famiglie dell'Amarone, che insieme all'Unione italiana ciechi e ipovedenti hanno risposto alla chiamata degli scienziati mettendo a disposizione i loro vini (cinque Amarone e un Valpolicella) per «l'esperimento»: «La proposta dell'ateneo», afferma Marilisa Allegrini, presidente dell'Associazione, «ci è parsa un'ottima occasione per vedere come questo vino unico, con caratteristiche organolettiche così marcate e riconoscibili e apprezzato anche sui mercati asiatici perché si abbina bene ai cibi, venga percepito invece dagli scienziati». ●

ESTATE POLARE VOLVO. DIFFICILE RESTARE FREDDI

Volvo V40 Cross Country e Volvo V40 a partire da 20.600 euro.*



Scegli sempre le tue vacanze in base al tuo stile, ora puoi farlo con la tua Volvo V40. Tu con quale Volvo partiresti? Con la compatta Volvo V40 con il suo carattere dinamico e sportivo o con la avventurosa Volvo V40 Cross Country, forte e decisa? Buona scelta. E buone vacanze.

*Volvo V40 1.6 D2 Kinetic. Prezzo di listino 25.160,00 euro. Prezzo con il contributo del Concessionario che aderisce all'iniziativa 20.600,00 euro. Le auto raffigurate comprendono optional non inclusi nell'offerta. Offerta valida fino al 31/07/2014, per le auto MY14 disponibili nello showroom. Valori massimi nel ciclo combinato: consumo: 6,4 L/100KM. Emissioni CO₂ 149 G/KM.

Garonzi s.p.a. VERONA
Corso Milano 88/B - Tel. 045.562122 - info@garonzisp.a.it