

PERCEÇÃO DOS CONSUMIDORES SOBRE ANTIOXIDANTES EM ALIMENTOS UTILIZANDO AS TÉCNICAS DE ASSOCIAÇÃO DE PALAVRAS E CHECK-ALL-THAT-APPLY (CATA)

Vanessa Zorzan¹, Edinara Kessler¹, Priscila Marchiori¹, Ellen Cristina Perin¹, Caroline Marques²

1 Universidade Tecnológica Federal do Paraná 2 Universidade Federal do Paraná

Introdução: Métodos alternativos aos convencionais na análise sensorial vêm sendo utilizados em vários estudos e por indústrias alimentícias, desde a avaliação de produtos, até análises de pesquisa de mercado e desenvolvimento de novos produtos. Esses métodos apresentam como vantagem maior versatilidade e rapidez, quando comparados aos convencionais. Um dos atributos de escolha para o consumo de alimentos está vinculado aos benefícios à saúde, no entanto, o termo “antioxidante”, é utilizado muitas vezes de forma errônea e/ou sem domínio científico. **Objetivo:** Avaliar a percepção de consumidores quanto ao termo “antioxidantes” utilizando as técnicas Check All That Apply (CATA) e Associação de palavras. **Metodologia:** O estudo ocorreu nas cabines do laboratório de análise sensorial durante as aulas práticas da disciplina de análise sensorial do curso de Engenharia de Alimentos (UTFPR-Francisco Beltrão). Os testes foram realizados a um total de 50 consumidores (27 mulheres e 23 homens) com idades entre 18 e 60 anos, sendo os consumidores acadêmicos e servidores do Campus. Foram disponibilizados duas fichas contendo o método CATA e de Associação de palavras, ambos visando a avaliação quanto a percepção do termo “antioxidantes” em alimentos. O primeiro consistiu em 7 frases com suas respectivas opostas onde o avaliador foi solicitado a assinalar o que melhor se aplicava a si mesmo. Na Associação de palavras, o avaliador foi solicitado a escrever as primeiras palavras que vinham a mente sobre o termo "antioxidantes". Posteriormente os dados foram tratados estatisticamente por Teste Z e Análise de correspondência. **Resultados:** Os resultados mostraram que 70% dos consumidores associaram antioxidantes com benefícios a saúde e combate ao envelhecimento, em especial os avaliadores com menos de 30 anos, e as principais palavras associadas foram “frutas e hortaliças” e “envelhecimento/prevenção”. Ao analisar o gênero, foi observado que as mulheres associaram que a produção de antioxidantes pode ocorrer no próprio organismo. O gênero masculino associou ao termo “bebidas”. **Conclusão:** De maneira geral os consumidores relacionaram antioxidantes aos benefícios a saúde, bem como prevenção ao envelhecimento, sendo que as associações foram idade e gênero-dependentes. Além disso, as metodologias utilizadas foram efetivas avaliando a percepção do consumidor sobre antioxidantes em alimentos.

Palavras-chave: antioxidantes, word association, análise sensorial, percepção do consumidor