XXV Congresso de Iniciação Científica da Unicamp

18 a 20 Outubro Campinas | Brasil

ANÁLISE SENSORIAL DE ALIMENTOS ORGÂNICOS E CONVENCIONAIS: INFLUÊNCIA DA INDUÇÃO NA PERCEPÇÃO SENSORIAL.

Julia Gabriela da Rocha*, Talita G. Dutra, Catarina V. Manfrinato, Diogo T. Cunha.

Resumo

O objetivo do estudo foi avaliar a distinção de opinião dos consumidores do ponto de vista sensorial de vegetais produzidos de forma orgânica e convencional. Essa investigação foi realizada por meio de uma pesquisa com 150 voluntários, divididos em três grupos, que foram submetidos a provarem o mesmo alimento produzido e cultivado de formas diferentes. O primeiro grupo avaliou por meio de um teste cego, sem qualquer informação sobre quais alimentos eram testados. Posteriormente um novo grupo avaliou os alimentos com indicações de orgânicos e convencionais e um terceiro grupo avaliou os alimentos com as identificações trocadas. A análise sensorial foi avaliada por meio de escala hedônica de 9 pontos. No teste cego não houve diferença entre os vegetais quanto a percepção dos aspectos sensoriais. Para o teste orientado, de forma geral as notas foram maiores para os vegetais orgânicos e, no invertido, para os vegetais convencionais, nos quais os voluntários acreditavam ser orgânicos. Com isso, foi concluído que a informação "orgânico" influencia a percepção sensorial.

Palavras-chave: Alimento orgânico, percepção, análise sensorial.

Introdução

Atualmente a preocupação com a qualidade de vida relacionada com alimentos saudáveis está cada vez mais em alta. O mercado mundial de orgânicos tem crescido a uma taxa média de 5% ao ano. (MIZUMOTO et al, 2008). No caso de avaliações sensoriais, os resultados das provas de um numero limitado de produtos com um pequeno número de provadores são geralmente a melhor evidência disponível (FILLION, L; ARAZI, S; 2002). O objetivo do estudo foi avaliar a distinção de opinião dos consumidores do ponto de vista sensorial de vegetais produzidos de forma orgânica e convencional.

Resultados e Discussão

Participaram desse estudo 150 voluntários, divididos em três grupos de 50 pessoas, sendo três etapas diferentes e realizadas em dias distintos. Os participantes avaliaram aspecto visual, textura, sabor, amargor e aceitação global através de uma escala hedônica de 1 a 9 para as espécies de vegetais alface, couve, almeirão e chicória, orgânicas e convencionais. A média de idade dos voluntários foi de 22 anos, 55,3% homens, a maioria solteiros e com nível superior incompleto. Os resultados foram analisados por estatística descritiva e valores $p < 0,05$ foram considerados significativos, distinguindo através da média das notas atribuídas na escala hedônica qual meio de cultivo apresentava maior aceitação.

No teste cego os números indicaram que o consumidor não percebe diferença entre os vegetais quanto aos aspectos sensoriais. Para o teste orientado, de forma geral as notas foram maiores para os vegetais orgânicos. Já no teste invertido, de modo geral os atributos mais bem avaliados foram para os vegetais convencionais, nos quais os voluntários acreditavam ser orgânicos.

A discussão sobre produção orgânica no mundo atual é muito forte e apelativa. Portanto, ainda que não tenha sido realizada uma propaganda a favor dos alimentos orgânicos, a simples informação sobre o tipo de cultivo que cada um foi submetido pode ter desencadeado memórias e associações para os voluntários.

É comprovado que à medida em que se adquire novas informações, a percepção em relação a um determinado assunto vai-se alterando, isso é ilustrado na tabela 1, onde nota-se a diferença encontrada em ambos os testes e como as avaliações mudaram para uma mesma folha, comparando a ausência e presença da informação, principalmente para a alface.

Tabela 1. Avaliação da aceitação de alface e couve produzidas de forma convencional e orgânica em três ensaios: cego, orientado e invertido.

	Orgânico		Convencional		p
	Média	DP	Média	DP	
Alface (teste cego)	7,34	1,32	7,38	1,31	0,73
Alface (teste orientado)	7,47	1,21	6,84	1,4	0,004
Alface (teste invertido)	6,93	1,38	7,42	1,39	0,05
Couve (teste cego)	6,06	2,23	6,47	1,81	0,21
Couve (teste orientado)	6,78	1,86	6,14	1,43	0,004
Couve (teste invertido)	6,95	1,46	6,49	2,01	0,16

Conclusões

Parcialmente foi concluída a hipótese inicial de que a informação tem influência na percepção do consumidor visto que, para o teste cego, não houve diferença significativa porém, quando foram submetidos a informação, a aceitação foi maior para o orgânico, no teste orientado e para o convencional, no teste invertido. Com isso, fica evidente o benefício de orgânicos também para a indústria econômica, uma vez que se as pessoas demonstram preferência apenas por saberem seu meio de cultivo, provavelmente se estiverem diante de ambos os tipos de produção, escolherão o orgânico. Isso incentiva uma maior produção familiar e com certeza tem grande peso nutricional, visto que, quanto mais *in natura* o alimento, melhor e mais recomendado.

FILLION, L; ARAZI, S. "Does organic food taste better? A claim substantiation approach". *Nutrition & Food Science*, v. 32, n.4, p. 153 – 157, 2002.

MIZUMOTO, E; CANNIATTI-BRAZACA, S; MACHADO, F. Avaliação química e sensorial de ovos obtidos por diferentes tratamentos. *Ciência e tecnologia de alimentos*, v.28 n.1, Campinas Jan/Mar. 2008.