



6º Simposio de Ensino de Graduação

ANÁLISE SENSORIAL DA ESFIHA DE TILÁPIA

Autor(es)

MARIA MANUELLA FORNER TOROSSIAN

Co-Autor(es)

LIEGE MARIA POUSA
BIANCA SACILOTTO
AMANDA DE CASTRO RODER
CAROLINA BONFANTI FIORI
CINDY ECKERMAN MASIERO

Orientador(es)

MIRIAN COELHO DE SOUZA

1. Introdução

A análise sensorial é um conjunto de métodos usados para medir, analisar e interpretar reações e características dos alimentos, os quais são percebidos pelos órgãos dos sentidos. É uma avaliação rápida, simples e frequente em indústrias de alimentos. Com base nos resultados, é possível medir, avaliar e interpretar a percepção sensorial em relação ao produto analisado.

Ela é uma ferramenta moderna, a partir da qual é possível o desenvolvimento de novos produtos, a reformulação de produtos já estabelecidos no mercado, o estudo de vida de prateleira, a determinação das diferenças e similaridades apresentadas entre produtos concorrentes, a identificação das preferências dos consumidores por um determinado produto, bem como, a otimização e melhoria da qualidade.

Os testes sensoriais são incluídos como garantia de qualidade por serem uma medida multidimensional integrada, possuindo importantes vantagens, tais como: ser capaz de identificar a presença ou ausência de diferenças perceptíveis, definir características sensoriais importantes de um produto de forma rápida e ser capaz de detectar particularidades que não podem ser detectadas por outros procedimentos analíticos.

O consumo de peixe em nossa alimentação fica aquém do necessário em função das próprias indústrias não produzirem grandes quantidades em função do baixo consumo da população que tradicionalmente prefere a

carne bovina. No entanto, este baixo consumo deve ser analisado em um contexto mais amplo. Primeiramente, a questão da evolução dos preços do pescado pago pelo consumidor deve ser considerado como um fator importante. Levando-se em consideração o consumo nas Regiões Sudeste e Sul, verifica-se que a maior porcentagem de consumo é de peixe de origem marinha e este peixe chega à mesa do consumidor num preço superior ao da carne bovina, e muito acima ao do frango, que é seu potencial substituto.

Um outro problema apontado para o incremento do consumo de pescado é a não padronização do produto, o que ocasiona um desconhecimento, por parte do consumidor, de aspectos importantes no momento da compra como sabor, presença ou não de espinhas, preparo, entre outras. A forma de apresentação, como em posta e/ou filé, auxilia o consumidor que pode ter o pescado como uma opção de carne para as refeições diárias.

Alterações nos peixes e subprodutos devem ser controladas, já que as propriedades sensoriais destes alimentos determinam a aceitabilidade do produto no mercado, e portanto sua viabilidade econômica. O grau de aceitabilidade é afetada por diversos fatores próprios do indivíduo.

Os adolescentes são mais sensíveis que os adultos, pois manifestam preferências particulares. A avaliação sensorial é satisfatória, na avaliação da qualidade de peixes, relacionados aos critérios da aceitação adotada pelos consumidores.

2. Objetivos

Desenvolver um produto a base de peixe para o mercado de adolescentes e analisar a aceitação através da análise sensorial.

3. Desenvolvimento

A análise sensorial da esfiha de peixe foi realizada na Escola Estadual Barão do Rio Branco, no município de Piracicaba-SP, em outubro de 2007, tendo como o público alvo os adolescentes. O produto foi oferecido para 22 adolescentes escolares do terceiro colegial, na faixa etária entre 16 e 18 anos.

Foram entregues junto as esfihas um questionário simples com perguntas (gostei muitíssimo, gostei, gostei pouco, desgostei muitíssimo, desgostei, desgostei pouco) sobre as características organolépticas (sabor, aroma, aparência, textura, coloração, tamanho), para estes então darem a sua opinião sobre o produto.

Os dados obtidos foram compilados no programa Microsoft Excel, sendo calculadas as médias.

4. Resultado e Discussão

Apesar de pequena amostra, a esfiha de tilápia teve aceitação satisfatória entre os adolescentes.

Em relação ao tamanho observou-se empate, sendo que para ambos os quesitos, gostei e gostei pouco, o resultado foi de 31,8% correspondendo a 7 pessoas. Isso possivelmente pode ser explicado pelo fato de os adolescentes estarem acostumados a consumirem um padrão de esfihas de tamanhos maiores, geralmente encontrados em cantinas de escolas.

Analisando a esfiha de peixe no geral, a porcentagem que prevaleceu foi de 40,9% , com o quesito gostei, correspondendo a 9 adolescentes.

Já em relação ao aroma, sabor e coloração, os resultados que mais se destacaram para ambos os três foram o de 59,0% com o quesito gostei, correspondente a 13 degustadores.

Na aparência os resultados obtidos foram os de 63,0% correspondendo como opinião o quesito gostei, equivalendo a 14 entrevistados.

E finalmente para a textura o resultado foi de 50,0% prevalecendo o quesito gostei, com 11 votos.

De acordo com o estudo realizado por Santos *et al* (2006), sobre a avaliação sensorial e o rendimento de filés defumados de tilápia, as características organolépticas dos filés de peixe apresentaram as maiores médias para sabor, aroma, cor, textura e teor de sal.

Portanto com esses resultados, podemos verificar que a tilápia além de possuir várias qualidades organolépticas, uma carne branca, bem clara, com excelente textura, paladar, possui também um baixo teor de gorduras, calorias, e ausência de espinhos internos na musculatura, o que torna o filé favorável para ser consumido também por adolescentes.

Com isso pode se verificar que a esfiha de tilápia seria um interessante produto para ser introduzido na alimentação dos adolescentes, uma vez que os mesmo necessitam de nutrientes que a esfiha contem, além do incentivo da melhora dos hábitos alimentares entre essa população.

5. Considerações Finais

Com base nos dados obtidos, as esfihas de tilápia preencheram as expectativas dos adolescentes em relação as características sensoriais aparência, cor, aroma, sabor e textura, sendo um produto viável para a comercialização no mercado de congelados, sendo o público alvo os adolescentes.

Além disso, mesmo o produto tendo características industriais (congelados), o que é mais atrativo para os jovens, é adaptado com uma fórmula mais saudável, onde além de calorias se encontram fibras, proteínas, gorduras, ômega 3, vitaminas e outros minerais.

Referências Bibliográficas

BEIRÃO, L. H., Teixeira, E., Meinert, E. M. Processamento e industrialização de moluscos. In: Seminário e Workshop "**Tecnologia para Aproveitamento Industrial de pescado**", Campinas, Resumos, Campinas, ITAL, p. 38- 84, 2000.

HILSDORF, A., PEREIRA, J. L.; *et al* .**Perfil de Consumo de Pescado em Restaurantes Industriais da Região do Vale do Paraíba**. Deptº de Ciências Agrárias da Universidade de Taubaté

LOZANO, J. E. **El arte de evaluar los sabores. La alimentación latino americana**, v. 33, n. 229, p. 42 – 43, 1999.

SANTOS, L.D, Zara FR; Visentainer VJ. Avaliação sensorial e rendimento de files defumados de tilápia na presença de alecrim. **Ciênc. agrotec., Lavras**, v. 31, n. 2, p. 406-412, mar./abr., 2007.

STEVANATO, F.B. **Aproveitamento de cabeças de tilapias de cativeiro na forma de farinha como alimento para merenda escolar**, 2006.

Anexos

