

Análise sensorial

Alexandre Felix
Ana Paula Godinho
Dayse Wolff
Denise Paes
Elzamara Coelho
Kathleen Steiner
Renato Beto
Rovier Verdi

Introdução

Homem → habilidade natural para **avaliar** alimentos



Com o uso desta habilidade, padronizando-se a técnica, e aplicando-se o tratamento estatístico adequado aos resultados tem-se a:

Análise Sensorial

FRUTICULTURA

DIAGRAMA DOS FATORES QUE INFLUENCIAM O PROCESSO DE ESCOLHA DE UM ALIMENTO:





FRUTICULTURA

Características sensoriais

ATRIBUTOS SENSORIAIS	CARACTERÍSTICAS
Aparência	Cor, brilho, tamanho e forma.
Odor	Milhares de componentes voláteis.
Gosto	Quatros gostos clássicos inclui: <u>Doce</u> , <u>Azedo</u> , <u>Salgado</u> e <u>Amargo</u>
Textura	Propriedades físicas, dureza, quebradiço, arenoso, crocante, etc.
Som	Relacionado com textura. Efervescente. Ruído ao mastigar

Saúde para consumidor

A uva em geral é um alimento funcional que fornece: energia (carboidratos), vitamina C, vitaminas do Complexo B, cálcio, ferro e potássio. A fruta ainda possui ação antioxidante, ajuda a combater os efeitos dos radicais livres e é anticancerígena.

Uva Niágara rende cerca de 70% a 75% de vinho. Portanto, seriam necessários 15 quilos de uva para extrair 10 litros de vinho.

Importância para a saúde:

- **Previnem o câncer;**
-
- **Previnem doenças cardiovasculares;**
-
- **Evitam a prisão de ventre;**
-
- **Protegem nosso estômago;**
-
- **Evitam infecções.**

Ácido fólico: nutricionistas aconselham mulheres grávidas a consumirem uvas roxas nos primeiros meses de gravidez, pois elas favorecem a divisão celular e a correta gestação do feto nas primeiras semanas.

Um detalhe importante é que a casca de algumas uvas traz um componente chamado resveratrol, que tem poder cardioprotetor. Ou seja, a substância auxilia no controle do colesterol e na redução da formação de coágulos no sangue, favorecendo a prevenção da trombose.

Metodologia

O ensaio sensorial fez parte da disciplina de Sistema Agroecológico de Produção Vegetal - Frutíferas (SAPV-F) e foi preparado e conduzido no Laboratório de Alimentos do Câmpus de Lages do IFSC, em 23/12/2018. O local foi separado com duas bancadas identificadas pelos números 1 (orgânico) e 2 (convencional), no momento da avaliação sem demonstrar qual delas estava a uva niagara (*Vitis labrusca*) produzida do Rio Grande do Sul

Cada provador recebeu uma ficha e uma pasta para preencher a avaliação, o professor Roberto Komatsu da disciplina, explicou como deveria ser o procedimento do ensaio, e também um copo plástico para beber um gole de água entre uma prova e outra.

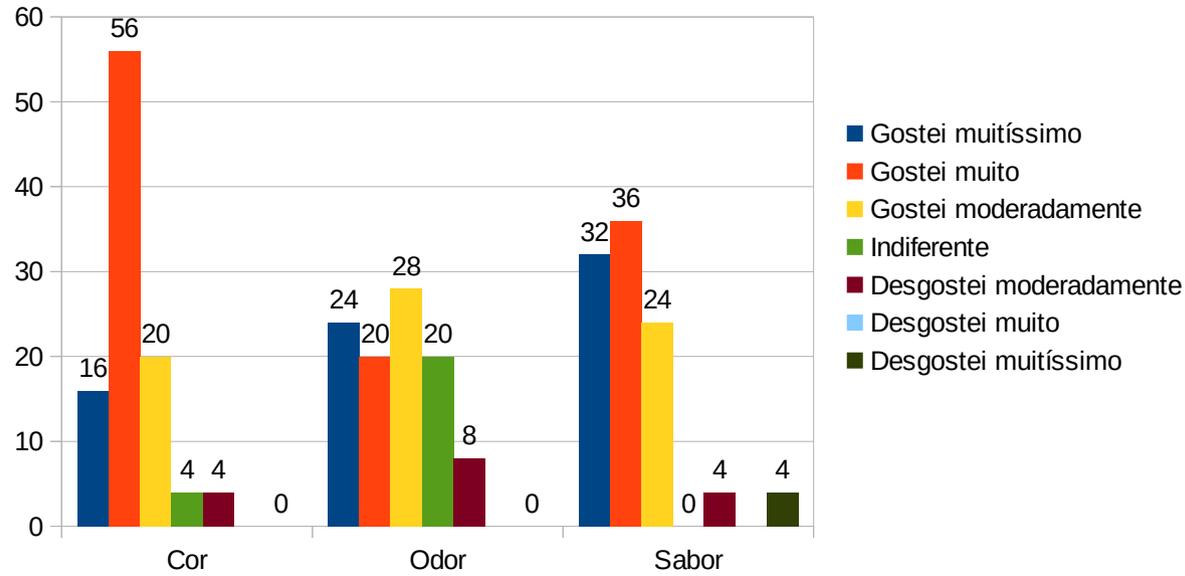
O avaliador após provar a amostra de cada bancada, preencheu a ficha para dar uma nota de 1 a 7 para os seguintes atributos: odor, sabor e cor. O outro questionamento foi qual das amostras o provador compraria.

Para a preparação dos resultados foi utilizado um Laboratório de Informática da instituição supracitada, utilizando-se o programa Libre Office, onde os produtos gerados foram um material com capa, introdução, metodologia e resultados, e destes uma apresentação no mesmo laboratório.

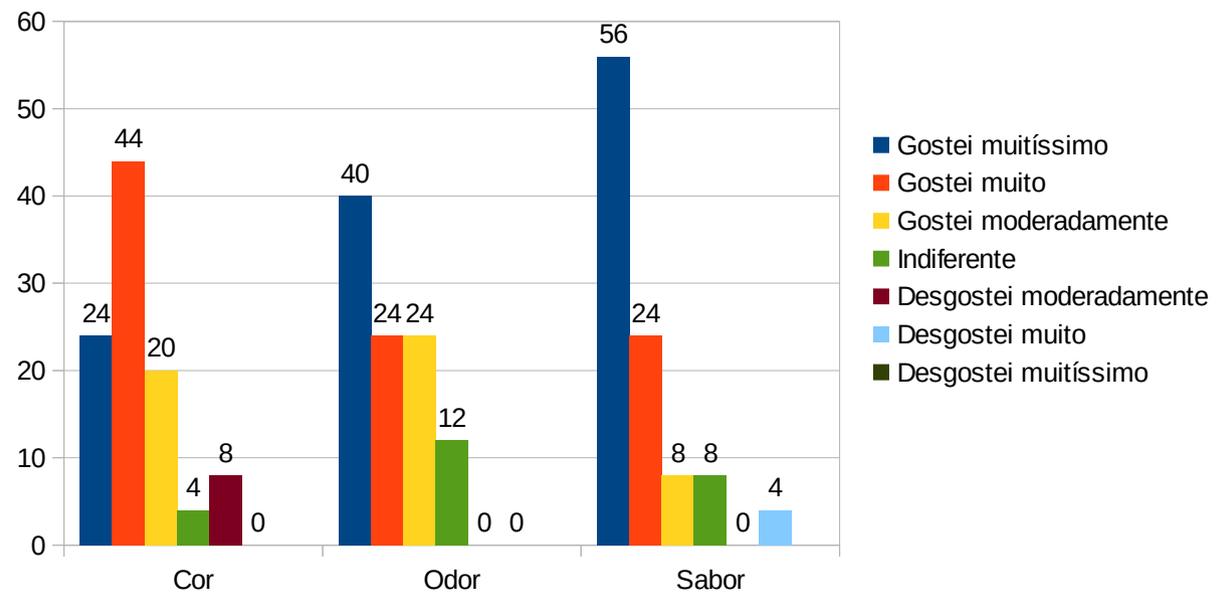
FRUTICULTURA

Resultados

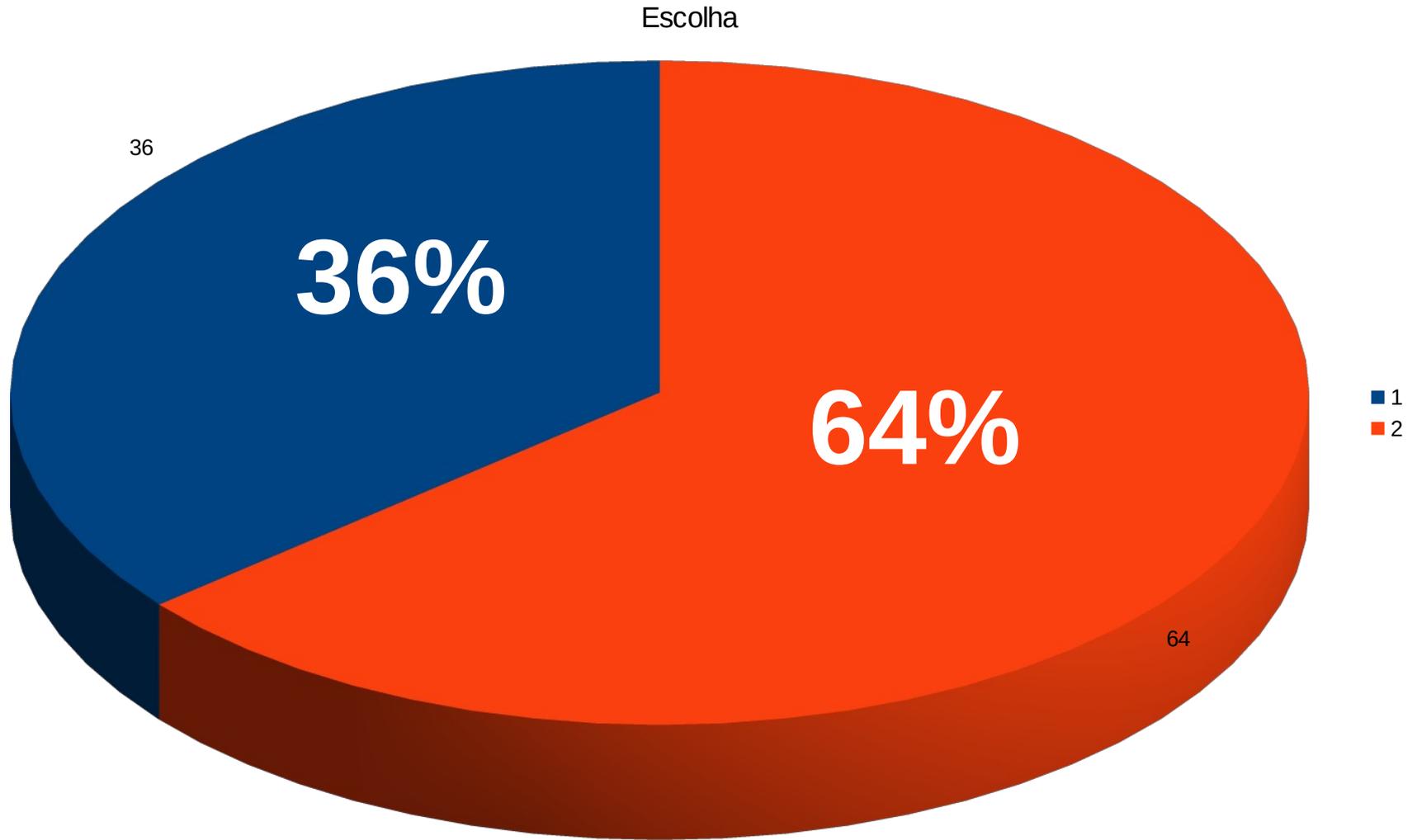
Orgânico %



Convencional %



FRUTICULTURA



Conclusão

Concluimos que o experimento realizado teve seu objetivo alcançado, que era análise sensorial na diferenciação de consumo de produtos orgânicos, no caso deste trabalho, a Uva Niagara. Onde tivemos como opções o sistema orgânico e o convencional, e deveríamos escolher comprar o produto apenas sentindo o seu odor, cor e sabor.

Tivemos 29 participantes do experimento, sendo que 4 foram anuladas, devido a falta de informações como nota e escolha da qual compraria, 16 comprariam a uva convencional e 09 a uva orgânica.

Verificamos que mesmo os participantes escolhendo comprar a fruta convencional, as notas foram parecidas entre si, Convencional (Cor média 6,0/ Odor média 6,0/ Sabor média 7,0) – Orgânico (Cor média 5,76/ Odor média 5,0/ Sabor média 6,0), ou seja, os participantes primeiro analisaram a parte visual do fruto, passando para a parte do odor e depois do sabor, o que prevalece na hora da compra a questão do aspecto visual.