

Análise sensorial de preferência de iogurtes

Marcelo Ferreira da Cruz¹, Marta Regina Verruma-Bernardi²

1. Graduando em Biotecnologia no Centro de Ciências Agrárias – CCA/UFSCar; *marcelocruz@ufscar.br

2. Professora do Departamento de Tecnologia Agroindustrial e Sócio-Economia Rural, CCA/UFSCar, Araras/SP

Palavras Chave: *análise sensorial, preferência, iogurtes comerciais.*

Introdução

O consumo de iogurte tem sido reportado como um hábito saudável devido às suas propriedades nutricionais e sensoriais, uma vez que é rico em proteínas, cálcio, baixo teor de gorduras. Além disso, apresenta alto índice de aceitabilidade entre os consumidores, que se dá não só em função de suas características intrínsecas como também extrínsecas, tais como embalagem e marca, auxiliando-os na escolha e percepção da qualidade do produto. O objetivo deste estudo foi verificar a preferência sensorial de iogurtes de quatro marcas comerciais.

Resultados e Discussão

Os testes foram realizados no Laboratório de Análise Sensorial (CCA/UFSCar), sob luz branca, dos quais participaram 30 universitários, aos quais serviu-se 30 mL de cada amostra, a 7°C, devidamente codificadas. Foi realizado o teste de ordenação de preferência das amostras quanto à aparência, aroma, sabor e textura e preferência global. Os dados obtidos foram analisados utilizando o teste de Friedman. Neste estudo, para 4 amostras e 30 provadores, a diferença crítica entre os somatórios é 26.

Tabela 1. Resultados da análise sensorial de preferência dos iogurtes.

	A	B	C	D
Textura	91 a	88 a	71 ab	50 bc
Aparência	57b	95 a	73 a	75 a
Sabor	65 b	92 a	80 a	63 b
Pref. global	71 ab	94 a	79 a	56 bc
Pref. pela marca	93 a	92 a	75 a	40 b

Valores seguidos de letras diferentes na horizontal diferem estatisticamente pelo teste de Friedman. Diferença mínima = 26.

Quanto à textura, observou-se um agrupamento das amostras A, B e C como as preferidas pelos julgadores. O iogurte deve ter os atributos de textura suave e sem fissuras e corpo viscoso, firme e coeso para ser consumido com colher (O'NEIL et al., 1979).

Correlacionando esses resultados com as informações nutricionais dos produtos disponíveis em seus rótulos, pode-se atribuir provavelmente tal fato às quantidades superiores de proteínas e cálcio dessas formulações comerciais, com destaque para amostra A, o que gerou um incremento no teor de sólidos, característica influente na consistência, atributo tão importante quando o sabor, por exemplo (PENNA, 1994), impactando também em sua firmeza, propriedades vistas positivamente pelos consumidores nessa circunstância. A hipótese é corroborada pela clara rejeição da amostra D associada a quantidades consideravelmente menores para ambos nutrientes citados (THAMER; PENNA, 2006).

Quanto à aparência, embora os relatos apontem que o principal defeito para o atributo seja a sinérese e esta decorra do baixo teor de sólidos totais, tal característica supracitada, que foi positiva para textura, nesse contexto prejudicou significativamente a amostra A, possivelmente por conta do destoante excesso de firmeza, única rejeitada nesse atributo (LUCEY; SINGH, 1997).

Quando ao sabor, nota-se novo agrupamento das amostras B e C como mais aceitas, resultado semelhante ao obtido por Wang et al. (1994), fato que pode ser atribuído às quantidades superiores de carboidrato em suas formulações, hipótese fortalecida pela proximidade de ambos os dados das amostras restantes. Além disso, Oliveira; Damin (2003) relataram que a adição de sacarose apresenta ainda um efeito significativo na firmeza dos leites fermentados, fator que pode ser associado aos resultados positivos dessas amostras tanto para aparência quanto textura.

Verificou-se um agrupamento semelhante das amostras tanto na preferência global quanto na preferência por marcas.

Conclusão

Pode-se concluir que existe uma correlação entre a preferência quanto à marca e a sensorial para os iogurtes comerciais testados, pois embora constata-se a influência exercida pela marca já que não houve coincidência na liderança entre a preferência dos iogurtes e das marcas, ela não foi suficientemente significativa já que não houve diferença estatística entre o grupo de amostras preferidas.

Referências

- LUCEY, J.A.; SINGH, H. Formation and physical properties of acid milk gels: a review. **Food Research International**, v.30, n.7, p. 529-542, 1997.
- O'NEIL J.M.; KLEYN, D.H.; HARE, L.B. Consistency and compositional characteristics of commercial yogurts. **Journal Dairy Science**, v.62, n.6, p. 1032-1036, 1979.
- OLIVEIRA, M.N.; DAMIN, M.R. Efeito do teor de sólidos e da concentração de sacarose na acidificação, firmeza e viabilidade de bactérias do iogurte e probióticas em leite fermentado. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, v.23, supl., 2003.
- PENNA, A.L.B. **Uso de soro desmineralizado em pó na fabricação de iogurte**. São Paulo. Tese (Mestrado). Universidade de São Paulo. 1994.
- THAMER, K.; PENNA, A. Caracterização de bebidas lácteas funcionais fermentadas por probióticos e acrescidas de prebiótico. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, v. 26, n. 3, p. 589-595, 2006.
- WANG, S.; MARINHO, C.S.; CARVALHO, E.P. Produção de iogurte de soja com diferentes associações de bactérias lácticas. **Pesquisa agropecuária brasileira**, v. 29, n. 10, p. 1593-1601, 1994.