

ANÁLISE SENSORIAL DE PATÊ DE FRANGO FUNCIONAL

FLÁVIA DE FLORIANI POZZA REBELLO, ARLENE GASPAR, MARIA IVONE MARTINS
JACINTHO BARBOSA, DANIELA DE GRANDI CASTRO FREITAS

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO (UFRRJ), EMBRAPA
AGROINDÚSTRIA DE ALIMENTOS - CTAA RIO DE JANEIRO.

O objetivo do trabalho foi desenvolver uma formulação de patê de frango, substituindo o sal de cura, por nisina, diminuindo o teor de sal, sem uso de corantes artificiais, garantindo a segurança do produto e mantendo suas características sensoriais originais, a fim de atender ao anseio dos consumidores por produtos livres de aditivos químicos que podem causar desde alergias à alguns tipos de câncer. Além disso, a formulação foi adicionada de ingredientes funcionais, a fim de oferecer ao consumidor, um produto mais nutritivo. Previamente, foram realizadas análises microbiológicas do produto e submetido à Comissão de Ética na pesquisa. 100 voluntários se apresentaram para os testes, sendo conduzidos à sala apropriada para realização de testes sensoriais, dotada de cabines individuais. Os testes aplicados foram afetivos, sendo: ordenação de preferência, escala hedônica de nove pontos e intenção de compra. Foram oferecidas aos voluntários, quatro formulações de patê de frango, devidamente codificadas, com uma seqüência de três dígitos, sendo duas da formulação teste (145—sem sal de cura e 637—com sal de cura) e duas formulações comerciais (492 e 815). As formulações foram oferecidas na mesma ordem em torradas. Entre uma e outra, os voluntários consumiram biscoito cream cracker e água mineral. Os participantes avaliaram as formulações de forma geral, observando coloração, textura, aparência, cremosidade, sabor e odor. O teste de ordenação mostrou que a formulação teste 637 foi a preferida, seguida da amostra 815, 492 e por último a 145. Esse resultado pode ser explicado pelo fato do sal de cura exercer um forte atrativo sensorial no produto, diferindo da formulação 145, em que a base era a mesma. O teste de escala hedônica foi realizado somente com as amostras teste, e neste, a amostra 145 foi adicionada de mais 1% de sal. O resultado mostrou que esta foi a preferida pelos consumidores, quando comparada à amostra 637. No teste de intenção de compra, 62% aprovaram a nova formulação e a comprariam com certeza. Concluiu-se que as formulações teste (145 e 637) foram muito bem aceitas pelos consumidores, e poderiam ser colocadas no mercado, inclusive com maior aceitação que as demais marcas comerciais.

Palavras-chave: bacteriocina, funcional, consumidores, afetivos.