

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
FARROUPILHA
CAMPUS SÃO BORJA**

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GASTRONOMIA

DARLENE POERSCHKE DE QUEVEDO SOARES

A ESTÉTICA DOS PRATOS NA GASTRONOMIA E A INFLUÊNCIA SENSORIAL

Artigo apresentado como requisito parcial para aprovação na disciplina de TCC I, do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia, do Instituto Federal Farroupilha – Campus São Borja.

Orientadora: Professora Me. Camila Nemitz de Oliveira Saraiva

**SÃO BORJA
2023**

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
FARROUPILHA – CAMPUS SÃO BORJA

O (a) orientador (a), Professor (a) Ma. Professora Camila Nemitz de Oliveira Saraiva e o aluno (a) Darlene Poerschke de Quevedo Soares abaixo assinados, certificam-se do teor do Artigo produzido na disciplina de TCC I, do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia, do Instituto Federal Farroupilha – Campus São Borja como requisito parcial para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso I.

Darlene Poerschke Quevedo Soares

Darlene Poerschke de Quevedo Soares

Camila

Professora Me. Camila Nemitz de Oliveira Saraiva

Professora Me. Beatriz Tavares

Professora Me. Flávia Pedron

SÃO BORJA
ANO 2023

AGRADECIMENTOS

Através desse trabalho, quero agradecer imensamente à minha orientadora Camila Nemitz, pela ajuda, comprometimento, paciência e compreensão. No decorrer do semestre se manteve ao meu lado, incentivando e sendo extraordinariamente uma perfeita orientadora. A minha banca escolhida, a professora Beatriz Tavares que me ajudou na parte sensorial, mostrando o passo adequado para que o meu trabalho fosse desenvolvido e a professora Flávia Pedron que passou ótimas sugestões para que o estudo estivesse correto. Quero deixar um agradecimento especial para minha colega Priscila Nunes, na qual compartilhou incansavelmente com sua sabedoria e me alinhou para o caminho certo dos resultados do meu trabalho. Aos meus pais Dario e Mari Quevedo, que sempre estiveram ao meu lado dando suporte e aquela rede de apoio incrível, minha irmã Josemari Quevedo que me ajudou mesmo que de longe com a sua experiência acadêmica, ao meu marido Frederico que escutava meus desabafos amenizando a situação e ao meus filhos Valentim e Gonçalo, tudo isso é para um futuro lindo para eles.

Obrigada a todos que estiveram presentes comigo e não largaram a minha mão.

A ESTÉTICA DOS PRATOS NA GASTRONOMIA E A INFLUÊNCIA SENSORIAL

RESUMO: Esse trabalho consiste no estudo sobre a estética de pratos na gastronomia e a influência sensorial. Apresenta tópicos importantes da alimentação, diferença entre gosto e sabor, sensorialidade e a visão. O objetivo geral desse trabalho é compreender a influência dos aspectos visuais diante das escolhas no momento de degustar um prato. A metodologia utilizada para se chegar aos resultados foi realizada através de pesquisas bibliográficas e análise sensorial aplicada a alunos, professores e técnicos educacionais ligados ao Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia, do Instituto Federal Farroupilha - Campus São Borja, onde pode-se chegar no nível de significância concreta através da tabela de Roessler et. al. 1978. Os resultados deste estudo mostraram que a aparência dos alimentos não influenciou a escolha dos participantes na hora da prova. Além disso, a maioria dos participantes escolheu a amostra com o melhor sabor.

Palavras-chave: Análise sensorial; estética; visão; empratamento, food desing, alimentação

INTRODUÇÃO

O planejamento da montagem e da estética na apresentação de pratos é uma parte importante da culinária, pois pode contribuir para uma experiência gastronômica completa que aguçá todos os sentidos. Sendo assim, a combinação das características organolépticas, das cores, dos formatos, das texturas, dos sabores, dos odores e das técnicas culinárias utilizadas no preparo de um prato, é considerada de uma importância crucial para influenciar as pessoas a consumi-los.

Quando um prato é bem apresentado, ele chama a atenção do consumidor e desperta o seu interesse, no primeiro momento, de forma visual, antes mesmo de prová-lo. Ou seja, uma boa apresentação cria uma expectativa positiva sobre a experiência que vem em um segundo momento, que é a degustação e a percepção do sabor do prato.

Como discorrem Furh (2018) e Minim (2013), a boa apresentação pode influenciar a experiência gastronômica do consumidor. Isso ocorre porque o prato

é apreciado não apenas pelo sabor, mas também pela sua aparência. Em decorrência disso, pode haver uma maior probabilidade de o cliente pedir o prato e, conseqüentemente, de realizar uma compra. Isso ocorre porque o consumidor associa uma apresentação bonita a um prato de qualidade (DUAS RODAS, 2018).

Porém, muitas vezes as aparências podem ser enganosas, não pela aparência e sim pelo sabor. Pelos menos uma vez na vida, uma pessoa já deve ter passado por situações em que degustou um prato aparentemente bonito e delicioso, mas na hora de prová-lo não era o que se esperava. Nessas situações essas pessoas foram influenciadas pela visão e pela beleza daquele preparo, que não condizia com o sabor delicioso que deveria realmente ter (COELHO, 2018).

Entende-se que os cinco sentidos influenciam diretamente no sucesso da degustação de uma preparação gastronômica. Diante disso, o que se busca entender neste trabalho é em como a estética dos pratos, por meio do sentido visual, influencia no sucesso de uma preparação culinária. A pesquisa consiste no estudo da estética dos pratos na gastronomia e a influência sensorial, apontando a importância na visualidade apresentada pelos pratos e como as sensações influenciam nas escolhas.

Esse estudo tem como objetivo, compreender a influência dos aspectos visuais e estéticos na percepção de qualidade de uma preparação gastronômica. Estruturado a partir dos seguintes objetivos específicos: conceituar a influência dos aspectos sensoriais na avaliação de preparações gastronômicas; testar, por meio do desenvolvimento de técnicas de preparo, aspectos estéticos que valorizam e que não valorizam os pratos e, por fim, identificar o que o consumidor valoriza quando vê um prato, indicando a preferência dele.

Para tanto, foi realizado um teste de análise sensorial, através do método Discriminativo de Comparação Pareada, para descobrir se as pessoas são realmente influenciadas pela visão antes de degustarem as preparações culinárias. Se elas gostam de um prato bonito e não saboroso ou se preferem optar pelo sabor bem equilibrado de um prato mais simples na apresentação.

A seguir o estudo é apresentado da seguinte forma: referencial teórico, metodologia utilizada, resultados e discussão, considerações finais e referências.

REFERENCIAL TEÓRICO

Diferenciando gosto de sabor

O fogo é um componente que faz parte da gastronomia e que ocorre quando há uma reação química de oxidação. Essa ocorrência pode ser causada por diversos fatores, como a queda de raios, a precipitação de vulcões ou o rolamento de rochas (SCOTT, 2000). Ademais, ele é fundamental para o cozimento de alimentos.

O cozimento dos alimentos tornou-se essencial para a evolução humana porque permitiu que a alimentação com essa técnica ajudasse no crescimento do cérebro. Os primatas, que não cozinhavam os alimentos, precisavam gastar muito tempo e energia para obter calorias suficientes para manter seus cérebros funcionando. Os hominídeos, ancestrais dos humanos modernos, também precisavam de um grande suprimento de calorias para alimentar seus cérebros em crescimento. No entanto, eles não podiam obter essas calorias apenas de alimentos crus. Eles precisavam cozinhar os alimentos para torná-los mais fáceis de digerir e absorver.

O cozimento dos alimentos liberou tempo e energia dos hominídeos, permitindo que eles se dedicassem a outras atividades, como a caça e a fabricação de ferramentas. Isso ajudou os hominídeos a se desenvolverem e se tornarem os humanos modernos (HERCULANO-HOUZEL, 2013; WRANGHAM, 2010).

Autores como Braune e Franco (2017) confirmam que a gastronomia pode ser comparada a um artesanato, pois exige de quem pratica habilidade, conhecimento e técnica. Assim como um artesão, um cozinheiro precisa saber escolher os ingredientes certos, manipulá-los da maneira adequada e criar pratos que sejam visualmente atraentes e saborosos.

Para Chiachiri Filho (2008) a definição de gastronomia está ligada a uma experiência que vai muito além do simples ato de comer. Ela envolve todos os aspectos da preparação e apresentação dos alimentos, desde a escolha dos ingredientes até a decoração da mesa. A gastronomia é também uma forma de arte e expressão cultural. Cada cultura tem seus próprios pratos e tradições culinárias, que refletem seus valores e crenças.

Os hábitos alimentares são comportamentos relacionados à comida que se repetem com frequência. Eles são formados a partir de nossas atitudes alimentares e de nossas experiências com a comida. Portanto, as atitudes alimentares são um componente importante do comportamento alimentar. Elas podem influenciar nossas escolhas, o que pode ter um impacto na nossa saúde (ALVARENGA *et al.*, 2019).

O comportamento alimentar está interligado com o ato de comer, mas não só. Eles se ligam também à cultura, sociedade e à experiência com o próprio alimento (Alvarenga *et al.*, 2019).

O gosto e o sabor são comumente considerados sinônimos, mas na verdade guardam diferenças. Cada um tem as suas particularidades e as suas funções diferenciadas (UMAMI, 2013).

O paladar humano é capaz de identificar cinco gostos básicos: doce, salgado, azedo, amargo e umami. Esses gostos são percebidos por receptores gustativos localizados nas papilas gustativas da língua, céu da boca, faringe e laringe (SANTOS, 2023).

As formas de percepção dos sabores variam. O sabor doce é associado a moléculas de açúcar, como a glicose. O sabor salgado é associado a íons de sódio. O sabor azedo é associado a ácidos, como o ácido cítrico. O sabor amargo é associado a compostos que são tóxicos ou prejudiciais à saúde, como a quinina. O sabor umami é associado a moléculas de glutamato, que são encontradas em alimentos ricos em proteínas, como carnes, peixes e queijos (BONDE, 2011).

O sabor é uma sensação complexa, influenciada por outros fatores como o olfato, a textura e a temperatura dos alimentos. No entanto, os cinco gostos básicos são a base para a nossa percepção do sabor (COMIDA DA MESA, 2019).

Os estudos de Frigo *et al.*, (2020) destacam que o gosto pode ser definido de duas formas distintas. A primeira se refere ao gosto entendido como sabor, com a sensação concentrada na língua e no palato. A segunda é a avaliação sensorial do que é bom ou ruim, do que agrada ou desagradar, com a informação vindo antes para o cérebro do que para a língua. Adotando-se a segunda aceção como ponto de vista aqui, afinal partiu-se do pressuposto de que o gosto também é uma experiência cultural, coletiva e partilhável, resultado de uma complexa construção histórica, mutável de uma época para outra (MONTANARI, 2013).

Portanto, o sabor é uma sensação que vai além do que sentimos na boca. Ele é formado pela combinação de gostos e aromas, que são percebidos pelos receptores gustativos e também os olfativos. Enquanto os gostos básicos doce, salgado, azedo, amargo e umami são percebidos pelos receptores gustativos na língua, os aromas são percebidos pelos receptores olfativos localizados no nariz (NUTRITOTAL, 2016).

Quando se come um alimento, os receptores gustativos e olfativos são estimulados. Esses estímulos são enviados para o cérebro, que interpreta esses sinais e causa a sensação de sabor. Nota-se que o olfato é responsável por uma grande parte da nossa percepção de sabor. Isso ocorre porque os aromas dos alimentos interagem com os gostos básicos, criando novas combinações e nuances de sabor, incluindo o imaginário.

Quando não se pode sentir os aromas, a percepção dos sabores fica comprometida. Isso ocorre devido os aromas serem responsáveis por grande parte da experiência sensorial no ato de comer. Em outras palavras, o sabor é mais do que a soma dos gostos básicos. É uma experiência sensorial complexa que é influenciada por outros fatores, como o olfato, a textura e a temperatura dos alimentos (NUTRITOTAL, 2016).

Sensorialidade na alimentação

A alimentação, como já mencionado, é uma experiência sensorial complexa que envolve todos os cinco sentidos humanos. São eles que trabalham juntos para dar uma ideia do que se está comendo. A visão, a audição, o tato, o olfato e o paladar são importantes para a percepção do sabor, indo além da soma dos gostos básicos (DUAS RODAS, 2018).

Atualmente, os consumidores estão cada vez mais exigentes em relação à experiência sensorial dos alimentos e os fabricantes precisam estar atentos a isso para desenvolver produtos que atendam às expectativas do mercado (DUAS RODAS, 2018). Os alimentos, além de cumprir sua função nutritiva, também provocam sensações de prazer e bem-estar nas pessoas. Não à toa, o consumidor busca por alimentos que despertam essas sensações, com seu aroma, cor e sabor e é exatamente nesse ponto que entra a análise sensorial de alimentos (IFOPE, 2020).

Conforme definição da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT, p. 8, 1993), a análise sensorial é uma “disciplina da Ciência usada para evocar, medir, analisar e interpretar as reações às características dos alimentos e materiais tal como são percebidas pelos sentidos da visão, olfato, paladar, tato e audição”. Essas características, também chamadas de atributos sensoriais, tendem a ser percebidas em ordem de: aparência, aroma, consistência e sabor. Porém, durante o processo de percepção, todos os atributos ou sua maioria acabam se sobrepondo, como se a pessoa recebesse as impressões sensoriais quase que simultaneamente. Todos os sentidos são utilizados nesse momento e determinam a qualidade da sensação que o alimento provoca (TEIXEIRA, 2009).

Ressalta-se que a qualidade sensorial não é uma característica em si do alimento, mas, o resultado da interação entre o indivíduo e esse alimento. As características do alimento, como textura, aroma, cor e sabor, interagem com as condições psicológicas, sociológicas e fisiológicas da pessoa (IFOPE, 2020).

Análise sensorial visual

A visão é um dos sentidos mais importantes na análise sensorial de alimentos, pois é o primeiro a ser ativado e nos dá uma ideia geral do produto. A cor, o tamanho, o formato, o brilho, a opacidade, a consistência, a efervescência, a integridade, os defeitos e a granulometria são alguns dos atributos visuais que podem ser avaliados (DUAS RODAS, 2018).

Para Mattos (2007), os chefs são artistas porque usam sua criatividade e habilidade para criar pratos que sejam não apenas saborosos, mas também bonitos e interessantes. Eles combinam ingredientes, sabores e texturas de forma a criar uma experiência gastronômica única e específica.

A combinação de sabores é um dos aspectos mais importantes da arte da culinária. Um bom chef é capaz de criar pratos que sejam harmoniosos e equilibrados, com sabores que se complementam e se elevam uns aos outros.

A provocação visual também é um elemento importante da arte da culinária. Um prato bem apresentado é um prato que chama a atenção e desperta a curiosidade do comensal. Quando um chef é capaz de combinar sabores e texturas sublimes com uma apresentação provocativa, ele cria uma experiência gastronômica que é realmente excepcional. Essa experiência pode ativar os mais

variados paladares e instigar a curiosidade humana em desvendar os mistérios de cada prato.

Outro fator interessante é a cor do alimento, sendo um dos principais fatores que influenciam nossa percepção do sabor. As características visuais da textura, como o formato, o brilho, a opacidade, a consistência, a espessura, o grau de efervescência, a integridade, os defeitos e a granulometria, podem despertar e estimular o paladar do comensal. Por exemplo, um prato com uma apresentação colorida e atraente pode nos fazer esperar um sabor mais intenso e saboroso. Um prato com um formato irregular pode nos fazer esperar uma textura mais crocante ou mais macia. Um prato com um brilho intenso pode nos fazer esperar um sabor mais fresco (CAMILO,2020).

A aparência de um produto é um dos fatores que mais influenciam na decisão de compra dos consumidores. Um produto bonito e atraente é mais propenso a ser comprado do que um produto feio ou sem graça. A indústria alimentícia usa o apelo visual para tornar os alimentos mais atraentes para os consumidores. As características visuais de um produto podem induzir o consumidor a esperar certo sabor. A visão também pode preparar os demais sentidos para a percepção do sabor (DUAS RODAS, 2018).

A cor dos alimentos pode influenciar diretamente a percepção do sabor. As cores vibrantes, como laranja, amarelo e vermelho, são associadas a sabores doces e suculentos, enquanto as cores mais escuras, como verde e marrom, são associadas a sabores mais amargos e desagradáveis. Por isso, a visão é um sentido essencial na percepção do sabor. Quando se vê um alimento colorido e atraente, o cérebro já começa a criar expectativas sobre o seu sabor (CIDADE VERDE, 2019).

Segundo Tempass (2007), a visão é um sentido particularmente importante, a ponto de ser utilizada a expressão “comer com os olhos”. Além disso, e já se associando ao prazer gustativo do saborear, os produtos da prática culinária devem ser bem apresentados aos olhos.

Conforme tratado por Lévi-Strauss (1991) e Certeau, Giard e Mayol (1996), as linguagens associadas à prática culinária são baseadas em diversas experiências, incluindo as relacionadas aos produtos finais. Por exemplo, a nomeação dos pratos é uma forma de organizar e classificar as receitas culinárias.

O consumo do produto final, por sua vez, envolve uma série de sensações, como o sabor, o aroma, a textura e a temperatura.

A apreciação visual da comida é também um aspecto importante da prática culinária. Assim, a maneira como a comida é apresentada pode influenciar a percepção do sabor. Além disso, a escolha dos utensílios, pratos, talheres e recipientes pode também contribuir para a experiência culinária. Nessa linha, o sentido da visão está associado à disposição, maneiras e sociabilidade das pessoas de estarem na mesa (TEMPASS, 2007).

Segundo estudos de Mattos (2007), a culinária pode ser considerada uma arte quando é preparada com excelência, combinando sabores e texturas de forma harmoniosa e criativa. Assim, os chefs podem muito bem ser apresentados como artistas que usam os ingredientes como se fossem tintas e pincéis, criando pratos que são tanto deliciosos quanto bonitos.

A arte culinária não se limita a pratos tradicionais. Os chefs estão sempre inovando, criando novas combinações e técnicas. Eles também exploram a estética dos pratos, criando apresentações que são uma atração à parte e muitas vezes única. Quando um chef prepara um prato, ele não está apenas vendendo comida. Ele está criando uma experiência sensorial que envolve todos os sentidos. O aroma, a textura, o sabor e a aparência do prato trabalham juntos para criar uma sensação de mistério e expectativa.

A estética do gosto é uma construção social que evolui com o tempo, quando se come, os quatro sentidos são envolvidos. A visão é o primeiro sentido a ser atingido. Ela ajuda a avaliar se o alimento é aprazível visualmente, o olfato também é importante, um alimento que cheira bem é mais provável de ser considerado saboroso. A audição pode desempenhar um papel, especialmente se o alimento é crocante, o paladar é o sentido final. Ele nos diz se o alimento é realmente gostoso (MATTOS,2007).

Para Tonon (2019), a alimentação é uma forma de arte, porque é uma expressão criativa que usa os alimentos como matéria-prima. Os chefs são artistas que usam suas habilidades e conhecimentos para criar pratos que são deliciosos, bonitos e significativos. A gastronomia pode ser usada para contar histórias, expressar emoções e explorar ideias. A arte e a gastronomia estão conectadas porque são formas de expressão humana.

METODOLOGIA

O presente trabalho caracteriza-se por ser um estudo quantitativo, no qual, segundo Gil (2021), é necessário gerar medidas precisas e confiáveis que permitam uma análise estatística. Para isso, se baseia na coleta de dados quantificáveis, com a identificação nos resultados significativos e não significativos. Para tanto, foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e a análise sensorial para se chegar aos resultados deste trabalho.

Inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica para identificar as principais referências sobre o assunto a ser investigado. Para isso, foram utilizados bancos de dados de artigos científicos, especialmente *SciELO* e Google Acadêmico, bem como livros, dissertações disponíveis online, *blogs* e sites que entendem do assunto proposto. O material pesquisado tem abordagem de pontos importantes como da evolução da humanidade até os dias atuais, trazendo respostas e como os aspectos sensoriais se desenvolveram no passar dos anos e a importância deles para a gastronomia.

A seguir foi realizada uma análise sensorial, através de um teste Discriminativo de Comparação Pareada, aplicado a quarenta alunos, professores e técnicos administrativos em educação do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia, do Instituto Federal Farroupilha - Campus São Borja. Estes testes foram aplicados no Laboratório de Análise Sensorial, desta instituição. O teste discriminativo de comparação pareada é um método simples e eficaz para determinar a diferença ou preferência entre dois produtos (XAVIER *et al* 2018).

A análise sensorial realizada através de testes discriminativos é uma ferramenta importante para a indústria alimentícia. Os testes discriminativos permitem identificar diferenças significativas entre amostras ou entre uma amostra e um padrão, o que pode ser útil para a tomada de decisões de produção e controle de qualidade (MEHINAGIC *et al.*, 2003; NORONHA, 2003).

Foi realizado um teste sensorial, a coleta de dados foi em método experimental e que foi prolongado utilizando o método de Comparação Pareada. O objetivo do teste é identificar a amostra preferida pelos consumidores. No teste, duas amostras foram codificadas com números de três dígitos não sequenciais, foram apresentadas aos julgadores não treinados, que as provaram e indicaram qual era preferida (MINIM, 2013).

Cada julgador entrou em uma das cabines individuais do laboratório e recebeu duas amostras codificadas de alimento, uma caneta, um corpo de água para limpar o paladar e uma ficha de avaliação, conforme a Figura 1. A seguir foi indicado que avaliassem as amostras no quesito sabor. Após o término da degustação os julgadores não treinados eram indicados para ligarem a luz vermelha de sua cabine como sinal de finalização. As cabines foram abertas pela janela, onde foram recolhidas as amostras e a ficha de avaliação.

Figura 1: Modelo de ficha de avaliação para o teste de comparação pareada.

Data:	
- Entre uma amostra e outra, limpar o paladar com água e biscoito água e sal.	
Por favor, circule a amostra que você irá provar primeiro.	
714	519
Em seguida, circule a amostra que mais agradou no quesito sabor.	
714	519

Fonte: desenvolvida pela pesquisadora, 2023.

Foram feitas duas amostras de macarrão, uma com espaguete com molho branco, onde a amostra 714 tinha a aparência bonita, bem elaborada e com uma montagem atraente, mas que apresentava pouco sabor, sem muito tempero, somente com sal. A amostra 519 tinha uma aparência menos atrativa, com uma montagem sem cor e nenhum elemento de atração visual, porém esta amostra apresentava-se muito saborosa, com temperos e sal na quantidade correta. Como demonstra a Figura 2.

Figura 2: Imagem das amostras 714 e 519 que foram realizadas no teste.



Fonte: acervo da pesquisadora, 2023.

A análise estatística dos resultados foi baseada nas narrativas de Carneiro (2013) e realizada obedecendo as seguintes etapas:

- 1) Anotar o número de julgamentos e somar o número total de julgadores que preferiram cada amostra.
- 2) Identificar a amostra indicada pela maioria dos julgadores como a preferida.
- 3) Consultar a tabela (Figura 3), para determinar o número mínimo de respostas necessárias para estabelecer preferência significativa a vários níveis de significância.
- 4) Comparar o número total e julgadores que indicaram a amostra como preferida com o número mínimo de respostas necessárias para estabelecer preferência significativa, a vários níveis de significância e concluir de acordo com o descrito a seguir:
 - se o número total de julgadores que indicaram a amostra como preferida for maior ou igual ao número mínimo de respostas, conclui-se que há preferência significativa de uma amostra em relação à outra;
 - se o número total de julgadores que indicaram a amostra como preferida for menor que o número mínimo de respostas, conclui-se que não há preferência significativa entre as amostras.

Os resultados foram apurados através dos resultados das fichas de avaliação que foram preenchidas pelos julgadores com as suas preferências, conforme as etapas já citadas acima.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O ato de comer envolve todos os sentidos e quanto mais forte é o estímulo neste momento, maior satisfação irá proporcionar a quem está se alimentando. Isto envolve o cheiro, o gosto e, principalmente, a aparência do alimento. Começamos o processo do alimentar-se pelo olhar e este irá contribuir diretamente para o prazer e a satisfação do ato, “assim como a sedução pelo olhar também ocorre em outros contatos (afetivo, compras, escolhas, etc.)” (REIS 2018 *apud* FUHR, 2018).

Para o desenvolvimento deste estudo foi selecionada a parte sensorial da visão, onde acreditava-se, inicialmente, que influenciaria diretamente nas escolhas dos alimentos para serem consumidos, ou seja, pretendia-se identificar se o comer com os olhos pode ou não ser um equívoco, o bonito sempre é bom, ou o menos é mais.

O chef Pedro Mattos, acredita que a aparência é um ponto muito importante, mas junto com ela, vem a responsabilidade de suprir a expectativa criada. “A apresentação conta, mas apenas isso, não é suficiente para criar uma experiência satisfatória. Somos levados pelos nossos sentidos, visão, audição, olfato, tato e paladar” (MATTOS 2018 *apud* FUHR, 2018).

A análise sensorial realizada neste estudo contradiz os critérios e bases de análise sensorial quanto à característica da visão. De acordo com o protocolo das análises, as amostras devem ser padronizadas visualmente, ou seja, devem ser apresentadas aos julgadores não treinados com a mesma aparência. Isso é importante para evitar que os julgadores sejam influenciados por fatores visuais, como a cor, a textura ou o brilho da amostra. Nesse caso, não foram utilizadas luzes especiais para ofuscar as mudanças visuais possíveis nas amostras. Deixando claro, que o que se precisava era de fato a escolha da amostra e a avaliação desejada era o quesito sabor.

Em relação à análise sensorial, o método de comparação pareada demonstrou que dos 40 julgadores não treinados, 27 preferiram provar por primeiro a amostra de número 519, onde a apresentação do prato não estava atrativa. A amostra 714, que estava com uma montagem mais atraente, obteve 13 provas em primeiro momento.

Baseado na tabela de Roessler *et al.* (1978), que consta na Figura 3, o nível de significância de preferência em provar por primeiro a amostra 519 é de 5%. Isso

resulta que teve mais da metade dos julgadores que preferiram começar pela amostra menos atraente, significando que não foram influenciados pela visão na parte da escolha em provar um alimento menos atrativo.

Figura 3: Tabela de Roessler, *et al* (1978).

Número (N) de julgamentos	Níveis de probabilidade						
	5%	4%	3%	2%	1%	0,5%	0,1%
34	24	24	24	25	25	26	27
35	24	25	25	25	26	27	28
36	25	25	25	26	27	27	29
37	25	26	26	26	27	28	29
38	26	26	27	27	28	29	30
39	27	27	27	28	28	29	31
40	27	27	28	28	29	30	31
41	28	28	28	29	30	30	32
42	28	29	29	29	30	31	32
43	29	29	30	30	31	32	33
44	29	30	30	30	31	32	34
45	30	30	31	31	32	33	34
46	31	31	31	32	33	33	35
47	31	31	32	32	33	34	36
48	32	32	32	33	34	35	36
49	32	33	33	34	34	36	37
50	33	33	34	34	35	36	37
55	35	36	36	37	38	38	40
60	39	39	39	40	41	42	44
65	41	41	42	42	43	44	46
70	44	45	45	46	47	48	50
75	46	47	47	48	49	50	52
80	50	50	51	51	52	53	56
85	52	52	53	54	55	56	58
90	55	56	56	57	58	59	61
95	58	58	59	59	61	62	64
100	61	61	62	63	64	65	67

Fonte: Minim, 2023.

Outro dado importante do teste de análise sensorial foi o resultado da preferência de sabor das amostras, conforme demonstra o Gráfico 1. A amostra 519, teve 30 julgadores não treinados que a elegeram como a melhor neste quesito. Sendo que a amostra 714 obteve 10 julgadores que a preferiram como a melhor pelo sentido do paladar.

Gráfico 1: Nível de preferência de sabor entre as amostras 714 e 519.



Fonte: desenvolvido pela pesquisadora, 2023.

Segundo a tabela de Roessler et al. (1978), o nível de significância é de 0,5%, ou seja, o nível de escolha obteve quase o número total de julgadores na preferência do quesito sabor. O sabor é um componente essencial da experiência gastronômica, mas, nos dias de hoje, os consumidores também estão preocupados com outros aspectos, como a origem dos alimentos (FOOD CONNECTION, 2022).

Para Delwiche (2004), pesquisas científicas buscam identificar as relações entre a apresentação de um alimento e como ele é aceito, valorizado, identificado e percebido sensorialmente. Inicialmente, os estudos relacionavam principalmente a cor de soluções com a capacidade de identificação de odor, mostrando que cores apropriadas ajudam na identificação e melhoram a aceitação, enquanto cores erradas dificultam a identificação e a aceitação (ZELLNER, 2013).

Neste estudo as avaliações finais, mostraram que não houve influência visual na escolha em provar por primeiro, sendo que também a maioria dos julgadores optaram pela amostra mais saborosa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi identificado que a influência da visão no teste feito neste estudo não foi influenciável nas condições apresentadas. Os consumidores, que participaram desta análise sensorial, não foram seduzidos e influenciados na escolha de consumir o prato, indo ao contrário do que discorre a literatura pesquisada.

O que se identifica é que o sabor predomina muito na preferência de escolha de um alimento. Nos dias atuais, com muitos programas de gastronomia, as pessoas estão aprendendo a dar valor a pequenas coisas na alimentação, que antes não eram notadas. Estão mais exigentes em relação ao que se come e não se deixam levar apenas no que se vê e muitos são críticos naquilo que querem consumir.

Neste trabalho foi aplicado o teste com alunos, professores e técnicos educacionais ligados ao Curso Superior de Gastronomia, do Instituto Federal Farroupilha, onde as exigências são ainda mais especiais, pois são ou estão se qualificando para serem profissionais da área da alimentação. O nível de significância foi 5% em preferência de provar a primeira amostra e 0,5% na escolha da amostra no quesito sabor.

Conclui-se que o prato que continha uma aparência melhor, mais atraente, pode ser sim um equívoco na hora da escolha do alimento e que prato mais simples pode se tornar a escolha perfeita para uma experiência de sabores e satisfações.

Conclui-se também que a amostra de julgadores foi pequena e que representa apenas um público específico. Para se afirmar que a parte visual não influencia tanto quanto o quesito sabor teria que aplicar novas análises a um público bem maior quantitativamente.

REFERÊNCIAS

ABNT – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Análise sensorial de alimentos e bebidas** – NBR 12806. Rio de Janeiro: ABNT, 1993.

ALVARENGA, M. S., FIGUEIREDO, M., TIMERMAN F., & ANTONACCIO, C. M. A. **Nutrição comportamental**. São Paulo: Manole, 2010.

BRAUNE, Renata; FRANCO, Silvia Cintra. **O que é gastronomia**. São Paulo: Brasiliense, 2017.

BONDE. **Você sabe a diferença entre gosto e sabor?**. Redação Bonde, 2011. Disponível <https://www.bonde.com.br/gastronomia/cursos-e-eventos/voce-sabe-a-diferenca-entre-gosto-e-sabor--201723.html> Acesso em: 17/09/2023.

CAMILO, M. D. **Os 5 sentidos da experiência sensorial gastronômica**. Comunidade SEBRAE, 2020. Disponível em <https://comunidade-apps.pr.sebrae.com.br/comunidade/artigo/os-5-sentidos-da-experiencia-sensorial-gastronomica>. Acesso em: 14/10/2023.

CARNEIRO, João de Deus Souza, MINIM, Valéria de Paula Rodrigues- **Testes de Preferência**. Página 50, 51 e 52 In: MINIM, Valéria. **Análise Sensorial. Estudos com consumidores**. 3ª Ed. Viçosa, Minas Gerais 2013. Ed. UFV, 2013.

CERTEAU, M. de; GIARD, L.; MAYOL, P. **A invenção do cotidiano: 2. Morar, Cozinhar.** Petrópolis: Vozes, 1996.

CIDADE VERDE. **Entenda como os cinco sentidos interferem na alimentação.** Disponível em <https://cidadeverde.com/noticias/301472/entenda-como-os-cinco-sentidos-interferem-na-alimentacao>. Acesso em: 12/09/2023.

COELHO, Jennifer Ângelo de Lacerda. **A influência da gastronomia e da estética na percepção sensorial de idosos.** 2018. 69 f. Dissertação (Mestre em Gerontologia) – Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2018.

COMIDA DA MESA. **Entenda a diferença entre Gosto e Sabor** | Assessoria de Imprensa, 2019. Disponível em <https://www.comidanamesa.com.br/entenda-a-diferenca-entre-gosto-e-sabor/> Acesso em: 03/09/2023.

CHIACHIRI FILHO, Antônio Roberto. **O sabor das imagens. 2008.** 144 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008

DELWICHE, Jeannine. **The impact of perceptual interactions on perceived flavor.** Food Quality and Preference, vol. 15, p. 137–146, 2004.

DUAS RODAS. **Sensorialidade: O incrível universo dos 5 sentidos na alimentação.** 2018. Disponível em <https://www.duasrodas.com/blog/sensorialidade-o-incrivel-universo-dos-5-sentidos-na-alimentacao/> Acesso em: 03/09/2023.

FOOD CONNECTION. **Com redes sociais, aparência dos alimentos ganhou ainda mais poder.** 2022. Disponível em <https://www.foodconnection.com.br/ingredientes/com-redes-sociais-aparencia-dos-alimentos-ganhou-ainda-mais-poder-diz-general-manager> Acesso em: 22/11/2023

FUHR, Sabina. **Comer com os Olhos: o poder da boa apresentação dos pratos**. Revista Sabores do Sul (Site), notícia publicada em 28 de agosto de 2018. Disponível em <https://revistasaboresdosul.com.br/comer-com-os-olhos-o-poder-da-boa-apresentacao-dos-pratos/>. Acesso em 02 de setembro de 2023

FRIGO, SARAIVA E LUNARDI. **Culinária dos Imigrantes Italianos, um legado sem herdeiros?**. Artigo Científico Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha - Campus São Borja - São Borja- 17 Fevereiro 2020. Publicado no Livro: Miolo Sociedade e Alimentação

GIL, A. C, 1946. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6 ed. São Paulo: Atlas 2021.

IFOPE. **Análise Sensorial de Alimentos**: o que é e como ela ajuda a garantir a qualidade dos alimentos. Disponível <https://blog.ifopecom.br/analise-sensorial-de-alimentos/>. Acesso em: 03/09/2023.

HERCULANO-HOUZEL, S. Cozinheiro, logo existo. **Folha de São Paulo**, Suplemento Ilustríssima, 21 jul. 2013. Disponível em: <https://m.folha.uol.com.br/ilustrissima/2013/07/1313540-cozinheiro-logo-existo.shtml> Acesso em: 11/09/2023.

LÉVI-STRAUSS, C. **O cru e o cozido**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

MATTOS, A. C. P. **Ensaio sobre a gastronomia**. Brasília, 2007. Monografia-Centro Universitário de Brasília.

MEHINAGIC, E. et al. Relationship between sensory analysis, penetrometry and visible NR spectroscopy of apples belonging to different cultivars. **Food Quality and Preference**, v. 14, n. 5, p. 473-484, 2003.

MINIM, V. P. R. **Análise sensorial** - Estudo com consumidores. 3ª ed. atual. E ampl.- Viçosa, Minas Gerais, 2013. Ed. UFV, 2013.

MONTANARI, M. **Comida como cultura**. São Paulo: SENAC, 2013.

NORONHA, J.F. **Análise Sensorial - Metodologia**. Escola Superior Agrária de Coimbra 2003.

NUTRITOTAL. **Há diferença entre Gosto e Sabor?** 2016. Disponível em <https://nutritotal.com.br/pro/ha-diferenca-a-entre-gosto-e-sabor/> Acesso em: 04/09/2023.

ROESSLER, E. B. et al. Expanded statistical tables for estimating significance in paired-preference, paired difference, duo-trio and triangle tests. **Journal of Food Science**, v. 43, n. 3, p. 940-943, 1978.

SANTOS, Vanessa Sardinha dos. "**Paladar**"; Brasil Escola. Disponível em <https://brasilecola.uol.com.br/oscincosentidos/paladar.htm> Acesso em: 17/09/2023.

SCOTT, A. C. The Pre-Quaternary history of fire. **Palaeogeography, Palaeoclimatology, Palaeoecology**. V. 164, n. 1-4, p. 297-345, 2000.

TEMPASS, M. C. O belo discreto: a estética alimentar. **Mbyá-Guarani**. Espaço Ameríndio, v. 1, n. 1, p. 170-194, jul./dez. 2007.

TEIXEIRA, L. V. Análise sensorial na indústria de alimentos. **Rev. Inst. Latic. Cândido Tostes**, Jan/Fev, nº 366, 64: 12-21, 2009.

TONON, Rafael. **Comida é Arte?** 2019. Disponível em <https://vidasimples.co/vida-social/comida-e-arte-culinaria/> Acesso em: 03/09/2023.

UMAMI. **Descubra as diferenças entre Gosto e Sabor** | Imprensa. Portal Umami, 2013 Disponível em <https://www.portalumami.com.br/imprensa/noticias-sobre-umami/descubra-as-diferencas-entre-gosto-e-sabor-imprensa/> Acesso em: 03/09/2023.

XAVIER, L. E. ARAUJO, S. S. F. P. ARAUJO, J. S. F. SOARES, W. K. A. ALVES, R.N – **Teste de Comparação Pareada entre marcas comerciais de bebidas lácteas achocolatados com diferentes níveis de doçura**. Universidade Federal

de Minas Gerais, Campina Verde, 2018 – Publicado em CONADIS- Congresso Nacional da Diversidade do Semiárido.

Disponível em: <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/50871> Acesso em: 18/11/2023.

ZELLNER, Debra. Color-Odor Interactions: A Review and Model. **Chemosensory Perception**, vol. 6, ed. 4, p.155-169, 2013.