



DESENVOLVIMENTO E CARACTERIZAÇÃO SENSORIAL DE CROQUETE DE TILÁPIA DO NILO

Passos, F. R.¹; Santos, G. K.²; Souza, J. F.²; Viriato, R. L. S.³

¹Departamento de Alimentos - Centro Vocacional Tecnológico de Rio Paranaíba – Rio Paranaíba, Minas Gerais.

² Graduanda Tecnologia de Alimentos – Instituto Federal de Minas Gerais *Campus* Bambuí, Bambuí, Minas Gerais

³Graduando Ciências de Alimentos – Universidade Federal de Viçosa *Campus* de Rio Paranaíba, Rio Paranaíba, Minas Gerais, e-mail: rodolfo.viriato@ufv.br

O Brasil é um dos países que menos consome pescado no mundo. Uma das maneiras de mudar este quadro seria o uso de mecanismos que estimulem as diferentes formas de apresentação dos pescados, uma vez que o consumidor busca alimentos de fácil e rápido preparo. Este trabalho constou na elaboração de croquete empanado, obtido a partir de filés de tilápia do Nilo (*Oreochromis niloticus*) e teve como objetivo a caracterização sensorial e intenção de compra do produto. Realizou-se o processo de filetagem de tilápia congelada, com retirada da pele, em seguida os filés foram lavados e pesados. Os filés de tilápia foram triturados em moedor de carne, com disco acoplado ao moedor com furos de 1,5 mm. A carne foi homogeneizada em um *cutter* adicionando-se gelo, sal, proteína texturizada de soja, gordura, antioxidante, fixador de cor e condimentos, por um período de 5 minutos. Na sequência, a massa foi submetida ao processo de cura, por aproximadamente 12 horas a 4°C. Após este processo, os croquetes foram moldados manualmente e passados por um processo de empanamento, que consistiu em três fases: passagem em farinha de rosca, imersão no líquido de empanamento (*batter*) e em seguida na farinha de milho tipo biju. Os croquetes foram fritos à temperatura de 180°C durante 5 minutos, para posterior análise sensorial com 50 provadores não treinados. O questionário de avaliação definiu os quesitos aparência, textura, sabor e impressão global através da escala hedônica de 9 pontos, como também, intenção de compra do produto, utilizando a escala estruturada de 5 pontos. O croquete obteve média 7,7 para os atributos sabor e impressão global, que corresponde ao termo hedônico “gostei muito”, perfazendo um total de 85%. O atributo aparência obteve média 6,5, e o atributo textura obteve média 7,5, que correspondem aos termos “gostei ligeiramente” e “gostei moderadamente”, respectivamente. Os croquetes de tilápia do Nilo apresentaram bons índices de intenção de compra, 82% dos provadores que se submeteram ao teste “provavelmente compraria” e “certamente compraria”, o que equivale a uma média de 4 da escala utilizada de 1 a 5 pontos, indicando provável potencial de comercialização.