



**Teste de aceitação e intenção de compra do pintado amazônico
(*Pseudoplatystoma fasciatum* X *Leiarius marmoratus*) e piauçu (*Leporinus
macrocephalus*)**

LANZARIN, M.^{1*}; RITTER, D. O.¹; ALMEIDA FILHO, E. S.²; FREITAS, M. Q.³

¹Doutorandos do Programa de Pós-Graduação em Medicina Veterinária – Universidade Federal Fluminense. *email: marilu.lanzarin@srs.ifmt.edu.br; Docentes do Instituto Federal de Mato Grosso Campus Sorriso – Avenida Tancredo Neves, cep 78890-000, Sorriso – MT.

²Universidade Federal de Mato Grosso. Faculdade de Agronomia, Medicina Veterinária e Zootecnia. Departamento de Ciências Básicas e Produção Animal. Programa de Pós-Graduação em Ciência Animal. ³Universidade Federal Fluminense. Faculdade de Veterinária. Departamento de Tecnologia de Alimentos. Programa de Pós-Graduação em Medicina Veterinária.

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi avaliar a aceitação e intenção de compra dos consumidores em relação à carne dos peixes pintado amazônico (*Pseudoplatystoma fasciatum* X *Leiarius marmoratus*) e piauçu (*Leporinus macrocephalus*) cozidos. Os peixes foram submetidos ao teste de aceitação utilizando-se escala hedônica, além da intenção de compra. No teste de aceitação, não houve diferença significativa ao nível de 5% para os atributos de aroma, textura, suculência e impressão global, enquanto que para os atributos de aparência, cor e sabor os peixes apresentaram diferença significativa ao nível de 5%. Na avaliação de intenção de compra o pintado amazônico apresentou melhor resultado com 85,46% em relação ao piauçu que obteve 69,34% de provadores que comprariam. Sendo assim, pode-se concluir que as amostras de pintado amazônico obtiveram melhor aceitação que as amostras de piauçu.

Palavras-chave: Escala hedônica; Peixe; Sensorial; Frescor

ABSTRACT

The aim of this study was to evaluate the acceptance and purchase intent of consumers regarding the pintado amazônico fish (*Pseudoplatystoma fasciatum* X *Leiarius marmoratus*) and piauçu (*Leporinus macrocephalus*). The fish were underwent acceptance testing using hedonic scale, beyond the intent of purchase. In acceptance testing, there was no significant difference at 5% for



the attributes of aroma, texture, juiciness and overall impression, while for the attributes of appearance, color and flavor the fish showed significant at the 5% difference. In evaluating purchase intent the pintado amazônico had the best result with 85.46% compared to 69.34% piauçu that got tasters would buy. Thus, it can be concluded that the samples of pintado amazônico had better acceptance as samples of piauçu.

Key-words: Hedonic scale; Fish; Sensory; Freshness.

INTRODUÇÃO

O cultivo planejado de peixes dulcícolas começou a se destacar na agroindústria brasileira nas últimas décadas, sendo o pintado amazônico (*Pseudoplatystoma fasciatum* X *Leiarius marmoratus*) e o piauçu (*Leporinus macrocephalus*) espécies importantes para a aquicultura brasileira pela qualidade de sua carne e bom rendimento no processamento, e alto potencial zootécnico, boa qualidade de sua carne e boa adaptação ao cultivo intensivo, respectivamente (BALDISSEROTTO; GOMES, 2005).

Porém apesar do Brasil possuir uma diversidade de espécies de peixes dulcícolas destinadas à criação em cativeiro, de uma maneira geral, ainda há carência de dados sobre a aceitabilidade das várias espécies que tem se destacado no mercado interno e externo como o pintado amazônico e piauçu.

Devido à rapidez no julgamento da matéria-prima e do produto acabado, como também pela facilidade de execução, a análise sensorial é um dos parâmetros mais utilizados para avaliação da qualidade do pescado, sendo largamente empregada (TAVARES *et al.*, 1998).

A análise de aceitação possibilita a obtenção de informações importantes, refletindo o grau com que os consumidores gostam ou não de um determinado produto (WESTAD *et al.*, 2004). Este método mede o grau de aceitação ou preferência de um grupo de provadores utilizando uma escala hedônica de nove pontos, sendo o mais aplicado devido à sua simplicidade, confiabilidade e validade dos resultados. Com isso é possível transformar dados subjetivos em objetivos e obter informações importantes do mercado consumidor de um determinado produto (STONE *et al.*, 2012).

O objetivo deste trabalho foi avaliar a aceitação e intenção de compra de consumidores em relação à carne dos peixes pintado amazônico



(*Pseudoplatystoma fasciatum* X *Leiarius marmoratus*) e piauçu (*Leporinus macrocephalus*), espécies com bom rendimento na produção, porém com características de musculatura diferenciada já que a espécie pintado amazônico não provém de espinhos.

MATERIAL E MÉTODOS

Foram obtidos quatro exemplares de pintado amazônico (*Pseudoplatystoma fasciatum* X *Leiarius marmoratus*) e seis exemplares de piauçu (*Leporinus macrocephalus*) de aproximadamente 2,0 kg e 1,5 kg, respectivamente, de pisciculturas do Estado de Mato Grosso e encaminhados ao laboratório de Higiene e Tecnologia de Pescado na Universidade Federal de Mato Grosso. No laboratório os peixes foram eviscerados, lavados com água clorada (5ppm) e então estocados em caixas isotérmicas entre camadas de gelo em escamas até que fosse realizado o teste de aceitação.

A avaliação sensorial foi de acordo com a metodologia de Stone *et al.* (2012) utilizando-se 62 provadores não treinados. A preparação das amostras consistiu na remoção da cabeça e cauda dos peixes, sendo a parte muscular com pele envolta em papel alumínio, sem adição de sal e/ou condimentos, assada em um forno a 300°C por 60 a 90 minutos. Até o momento em que foram apresentadas aos julgadores, as amostras foram mantidas em banho-maria a 50°C.

Após o preparo, as amostras codificadas com números de três dígitos foram apresentadas em copos descartáveis com um fundo de cor clara, de modo que os julgadores não treinados pudessem avaliar os atributos sensoriais de aparência, cor, sabor, textura, suculência, impressão global e aroma (amostra foi apresentada em um becker de vidro coberto com vidro relógio). O teste foi realizado em cabine individual provida de luz branca sendo servida água mineral e bolacha para limpar o palato e um formulário de avaliação sensorial contendo: a escala hedônica de nove pontos, com extremos que vão desde "desgostei extremamente" (1) a "gostei extremamente" (9) e a intenção de compra utilizando uma escala de cinco pontos, variando de "certamente compraria" (5) a "certamente não compraria" (1).



A análise estatística dos resultados do teste de aceitação foi realizada com base na análise de variância seguida pelo teste de Tukey a 5% de significância ($p < 0,05$).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na tabela 1 estão discriminados os valores médios do teste de aceitação quanto à aparência, cor, aroma, sabor, textura, suculência e impressão global do pintado amazônico (*P. fasciatum* X *L. marmoratus*) e piaçu (*L. macrocephalus*). De acordo com os dados da tabela 1 não houve diferença significativa ao nível de 5% entre as espécies estudadas para os atributos de aroma, textura, suculência e impressão global, não influenciando a preferência dos julgadores. Porém para os atributos de aparência, cor e sabor os peixes apresentaram diferença significativa ao nível de 5%.

Tabela 1: Valores médios do teste de aceitação quanto à aparência, cor, aroma, sabor, textura, suculência e impressão global do pintado amazônico e piaçu.

Peixe	Aparência	Cor	Aroma	Sabor	Textura	Suculência	Impressão Global
Pintado	7,53 a	7,46 a	6,95 a	7,53 a	7,54 a	7,43 a	7,56 a
Piaçu	7,03 b	6,83 b	6,75 a	7,01 b	7,33 a	7,25 a	7,22 a

Médias na mesma coluna, seguidas de letras iguais não diferem estatisticamente entre si no teste Tukey ($p < 0,05$)

As amostras de pintado amazônico e piaçu cozidas obtiveram valores médios de aceitação maior que 7,0 para os atributos aparência, sabor, textura, suculência e impressão global, na qual está situado no termo hedônico “gostei moderadamente”, fato este também observado no estudo de Borges *et al.* (2013) com as espécies dulcícolas pacu (*Piaractus mesopotamicus*), tambaqui (*Colossoma macropomum*) e tambacu (*Colossoma macropomum* X *Piaractus mesopotamicus*), indicando que estas matrizes alimentícias apresentam boa aceitação pelos consumidores o que confirma a importância destas espécies de cativeiro para a aquicultura brasileira e a execução deste trabalho já que são espécies de alto desempenho na produção e boa aceitabilidade pelos consumidores.



Apesar dos valores médios da aceitação dos atributos aroma, textura, suculência e impressão global de ambas as espécies terem sido próximos, na avaliação de intenção de compra (somatória de “provavelmente com certeza compraria”) o pintado amazônico apresentou melhor resultado com 85,46% em relação ao piauçu que obteve 69,34% de provadores que comprariam, fato este que pode ser explicado devido à espécie piauçu ser provida de espinhos, ao contrário do pintado amazônico, sendo que esta característica foi observada pelos julgadores, o que indica a importância da prática de retirada de espinhos do peixe pela indústria para aumentar a aceitabilidade desta matriz alimentícia pelos consumidores.

CONCLUSÃO

As amostras de pintado amazônico obtiveram melhor desempenho no teste de aceitação e intenção de compra que as amostras de piauçu, demonstrando a preferência dos consumidores para peixes sem espinhos e a importância da prática de retirada de espinhos na indústria.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALDISSEROTTO, B.; GOMES, L. C. Espécies nativas para piscicultura no Brasil. Santa Maria: Editora da UFSM, 2005.
- BORGES, A.; MEDINA, B. G.; CONTE-JÚNIOR, C. A.; FREITAS, M. Q. Aceitação sensorial e perfil de textura instrumental da carne cozida do pacu, do tambaqui e do seu híbrido tambacu eviscerados e estocados em gelo. Revista Brasileira de Ciência Veterinária, v.20, n.3, p.160-165, 2013.
- STONE, H.; BLEIBAUM, R. N.; THOMAS, H. A.. Sensory evaluation practices. 4 ed. San Diego: Academic Press, 2012. 438 p.
- TAVARES, M., AUED, S., BACETTI, L. B.; ZAMBONI, C. Q. Métodos sensoriais, físicos e químicos para análise de pescado. In: KAI, M.; RUIVO, U. E. Controle de Qualidade de Pescado. Santos: Leopoldianum, p.117-134, 1998.
- WESTAD, F.; HERSLETH, M.; LEA, P. Strategies for consumer segmentation with application on preference data. Food Quality and Preference, v.15, n. 2, p.681–687, 2004.