



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
BACHARELADO EM GASTRONOMIA**

THAÍS AMANDA RIBEIRO DE OLIVEIRA LEMOS

**GRUPO DE FOCO COMO FERRAMENTA PARA A ELABORAÇÃO DE UMA
FICHA PADRONIZADA DE ANÁLISE SENSORIAL PARA AVALIAÇÃO DE
PREPARAÇÕES GASTRONÔMICAS**

FORTALEZA

2018

THAÍS AMANDA RIBEIRO DE OLIVEIRA LEMOS

GRUPO DE FOCO COMO FERRAMENTA PARA A ELABORAÇÃO DE UMA FICHA
PADRONIZADA DE ANÁLISE SENSORIAL PARA A AVALIAÇÃO DE PREPARAÇÕES
GASTRONÔMICAS

Artigo apresentado ao curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal do Ceará, como requisito à aprovação na atividade de Trabalho de Conclusão de Curso II.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Henrique Machado de Sousa

FORTALEZA

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

L579g

Lemos, Thais Amanda Ribeiro de Oliveira.

Grupo de foco como ferramenta para a elaboração de uma ficha padronizada de análise sensorial para avaliação de preparações gastronômicas / Thais Amanda Ribeiro de Oliveira Lemos. – 2018.

16 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Gastronomia, Fortaleza, 2018.

Orientação: Prof. Dr. Paulo Henrique Machado de Sousa.

1. Análise sensorial. 2. Grupo de foco. 3. Ficha de análise sensorial. I. Título.

CDD 641.013

GRUPO DE FOCO COMO FERRAMENTA PARA A ELABORAÇÃO DE UMA FICHA PADRONIZADA DE ANÁLISE SENSORIAL PARA AVALIAÇÃO DE PREPARAÇÕES GASTRONÔMICAS

Thaís Amanda Ribeiro de Oliveira Lemos*

RESUMO

A análise sensorial utiliza vários instrumentos para avaliar e estudar as percepções e opiniões do consumidor em relação a diversos produtos e alimentos. Na literatura há vários trabalhos acerca do tema análise sensorial, mas sempre relacionados a algum produto específico. Dentre esses trabalhos, existem estudos que levam em consideração fichas de análise sensorial, porém, sempre ligadas a certos tipos de produtos, como vinhos, leite, entre outros. A necessidade de uma ficha com características mais universais resultou nesta pesquisa, que cursa um caminho ainda pouco explorado: o uso do grupo de foco para a elaboração de uma ficha de avaliação sensorial. Este artigo teve como propósito elaborar uma ficha pra avaliação sensorial de preparações culinárias, utilizando o grupo focal como ferramenta. Os termos e suas distribuições, bem como as escalas de avaliações da ficha foram selecionados a partir da discussão do grupo que teve como parâmetros três preparações gastronômicas apresentadas em diferentes louças: tomate pochê, coxa e sobrecoxa de frango assadas com risoto de queijo e manjar de tapioca com calda de frutas vermelhas. A metodologia contou com a execução do grupo focal, realizado em duas sessões de uma hora cada, com um mediador e três assistentes. Como resultado, identificou-se os termos mais importantes de avaliação de uma preparação na opinião dos consumidores: visualmente a adequação da louça, a relação quantidade-louça, a apresentação, a harmonia das cores, e a atratividade; olfativamente a adequação do aroma, a intensidade e a atratividade; gustativamente a temperatura, a textura, a persistência do sabor e a harmonia. Em todos os quesitos acontece uma avaliação global do mesmo. E por último, a ficha traz uma avaliação global geral da preparação, incluindo a opinião acerca da preparação e a expectativa em relação a mesma. Foram utilizadas escalas estruturadas de dois, três e cinco termos e numéricas de cinco pontos para a construção da ficha.

Palavras-chave: Análise sensorial. Grupo de foco. Ficha de análise sensorial.

*Discente do curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal do Ceará.

1 INTRODUÇÃO

A análise sensorial, é uma técnica que tem passado por evoluções e mudanças ao longo do tempo. Trata-se de um conjunto de instrumentos e procedimentos que tem como principal objetivo estudar as percepções, sensações e reações que o consumidor sente dos produtos, o que leva a sua aceitação ou rejeição. [...] é uma ciência que objetiva, principalmente, estudar as percepções, sensações e reações do consumidor sobre as características dos produtos, incluindo sua aceitação ou rejeição (MINIM, 2013).

Para Teixeira (2009), a análise sensorial normalmente é realizada por uma equipe montada para analisar as características sensoriais de um produto para um determinado fim. Pode-se avaliar a seleção da matéria-prima a ser utilizada em um novo produto, o efeito de processamento, a qualidade da textura, o sabor, a estabilidade de armazenamento, a reação do consumidor, entre outros. Para alcançar o objetivo específico de cada análise, são elaborados métodos de avaliação diferenciados, visando a obtenção de respostas mais adequadas ao perfil pesquisado do produto. Esses métodos apresentam características que se moldam com o objetivo da análise.

De acordo com Minim (2006), os testes do consumidor caracterizam-se como qualitativos, nos quais destacam-se os tipos grupo focal, equipes de foco e entrevistas individuais.

Nesse contexto surge a seguinte questão: como avaliar as preparações culinárias através do olhar do consumidor? A fim de responder tal questionamento, o presente artigo tem como objetivo geral elaborar uma ficha padronizada de análise sensorial para a avaliação de uma preparação gastronômica. Para atingir o objetivo geral os seguintes objetivos específicos foram definidos: estudar o comportamento do consumidor diante de uma preparação gastronômica determinada; analisar os parâmetros escolhidos durante a aplicação da técnica de grupo focal; selecionar os atributos importantes para a elaboração da ficha padronizada.

O presente trabalho justifica-se pela necessidade de análise de pratos e preparações gastronômicas, visando a criação de uma ficha para a análise dos mesmos, tendo em vista que outros tipos de fichas já existem e são amplamente utilizadas para analisar, por exemplo, vinhos, cafés, sucos, entre outros alimentos e produtos. Como Manfroi *et al* (2010), que utilizaram fichas específicas para analisar aroma, sabor e conceito global de amostras de vinho *Cabernet Sauvignon* com aplicação de taninos enológicos.

Na literatura encontram-se várias pesquisas sobre os temas de análise sensorial e grupo focal, mas relacionadas a algum produto específico, normalmente industrializado. Este artigo percorrerá um caminho diferente, que é a elaboração de uma ficha de análise sensorial

para preparações gastronômicas, geralmente não industrializadas, através da utilização do grupo focal, que será utilizada pelos alunos e professores do curso de gastronomia da Universidade Federal do Ceará durante as aulas práticas.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 A análise sensorial e o seu desenvolvimento

Segundo Teixeira (2009), a análise sensorial é definida pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT, 1993) como a disciplina científica usada para evocar, medir, analisar e interpretar reações das características dos alimentos e materiais como são percebidas pelos sentidos da visão, olfato, gosto, tato e audição. Complementando, Dutcosky (2011) sintetiza as características da análise sensorial por meio de ações como evocar – ritual que visa preparar e ser a base das amostras que deverão ser controladas para reduzir falhas; visa identificar as características ou propriedades que serão analisadas na qualidade sensorial do produto. Atendendo aos cânones quantitativos da análise sensorial, os dados numéricos são coletados para mensurar a relação entre as características apresentadas pelo produto e a percepção humana. O delineamento experimental é fator importante para se obter dados de boa qualidade. A interpretação, que consiste na forma como são tratados os dados e a informação estatística oriunda de uma análise sensorial, deve ser compreendida a partir de hipóteses e de conhecimentos e estudo prévios, que são importantes para a tomada de decisão.

Por meio da análise sensorial, as características ou propriedades de interesse relativas à qualidade sensorial do alimento são identificadas e adequadamente estudadas, com base em metodologias sensoriais de coleta de dados e em métodos estatísticos de avaliação e interpretação dos resultados do estudo sensorial do alimento (MINIM, 2013).

Para Custódio *et al.* (2015), a qualidade sensorial engloba os estímulos oriundos dos alimentos e as condições fisiológicas e sociológicas dos indivíduos julgadores, ou seja, é a interação entre o alimento e o homem. Assim, é possível verificar que a qualidade de um alimento varia entre as pessoas e é influenciada também pelo ambiente. Almeida *et al.* (1999) fortalecem que a qualidade sensorial de um alimento reflete os padrões culturais, étnicos e socioeconômicos do consumidor.

De acordo com Pinto e Lara (2008), os primeiros estudos sobre o comportamento do consumidor iniciaram em meados da década de 1950 e foram sofrendo evoluções e incorporando novas áreas e campos de pesquisa. Estudar o comportamento do consumidor é uma condição importante para melhorar ou lançar produtos e serviços, formatar preços, ajudar

a projetar mensagens e desenvolver diversas atividades de marketing (KOTLER; KELLER, 2006).

Sabe-se que métodos de degustação, como forma de análise sensorial de alimentos, foram aplicados pela primeira vez na Europa, há tempos atrás, com o objetivo de controlar a qualidade de cervejarias e destilarias. Nos Estados Unidos, durante a Segunda Guerra Mundial, surgiu da necessidade de se produzir alimentos de qualidade e que não fossem rejeitados pelos soldados do exército. A partir desta necessidade surgiram então os métodos de aplicação da degustação, estabelecendo a análise sensorial como base científica (Teixeira, 2009 *apud* Monteiro, 1984; Chaves, 1998). Segundo este mesmo autor, essa prática chegou ao Brasil em 1954 no laboratório de degustação da seção de Tecnologia do Instituto Agrônomo de Campinas (S.P.), para avaliar o café.

O primeiro livro sobre a análise sensorial como controle da qualidade em indústrias alimentícias foi escrito por Muñoz *et al.* em 1992. Porém, os primeiros registros da análise sensorial sendo empregada com a finalidade de controle de qualidade em indústrias de alimentos datam da década de 40, mas somente em 1980, esta área começou a ter maior ênfase, quando o *Institute of Food Technologists* (IFT) organizou seminários sobre o tema (Muñoz, 1999).

Hoje, já se tem conhecimento da grande necessidade da prática sensorial no controle de qualidade global do produto; métodos sensoriais têm sido desenvolvidos e melhorados, e as especificações sensoriais para os produtos têm evoluído para melhor, de maneira que o pesquisador (ou o analista sensorial) tem em mãos grande número de opções de ferramentas sensoriais para a aplicação em seus estudos (MINIM, 2013).

2.2 Métodos afetivos e grupo de foco

Para se fazer uma análise sensorial de um produto, existem vários métodos com objetivos específicos, que são selecionados conforme o objetivo da análise, como, por exemplo, métodos de sensibilidade para se selecionar ou treinar juízes, ou métodos afetivos para se verificar a aceitabilidade do mercado consumidor (TEIXEIRA, 2009).

Segundo Minim (2013), os testes afetivos são uma importante ferramenta, pois obtêm diretamente a opinião (preferência ou aceitação) do consumidor em relação a ideias, características específicas ou globais de determinado produto, sendo, por isso, também denominado teste do consumidor. Enfatizando, Dutcosky (2011) afirma que os testes afetivos são também chamados de testes de consumidores, observando que a definição da população-

alvo é condição básica para a estimativa de preferências, hábitos e atitudes de consumo deste público.

Os testes afetivos podem ser classificados em testes qualitativos e testes quantitativos. Os testes quantitativos são aqueles que produzem dados numéricos e análise estatística. Os testes qualitativos, por outro lado, produzem principalmente observações e aprendizados-chave. Os métodos qualitativos foram os que mais cresceram nos últimos anos, por causa do reconhecimento de certas vantagens da observação sobre o questionamento direto (DUTCOSKY, 2011).

Os principais testes afetivos qualitativos são classificados em: grupos de foco (*focus group*), equipes de foco (*focus panels*), entrevistas individuais (*one-on-one interviews*), técnicas etnográficas (baseadas na observação), entrevistas em profundidade e técnicas projetivas (DUTCOSKY, 2011; MINIM, 2013).

O grupo focal (*focus group*) é uma técnica qualitativa de coleta de dados, originalmente proposta pelo sociólogo estadunidense Robert King Merton (1910-2003), com a finalidade de obter respostas de grupos a textos, filmes e questões. A proposta inicial era conseguir, pela introspecção de diferentes sujeitos, informações sobre a vida diária e como cada indivíduo é influenciado por outros em situação de grupo e de que maneira ele próprio influencia o grupo, utilizando uma “entrevista focalizada”, com roteiros de questões e respostas de um grupo de indivíduos selecionados pelos investigadores, tendo em vista um tópico de pesquisa. A finalidade principal dessa modalidade de pesquisa é extrair das atitudes e respostas dos participantes do grupo sentimentos, opiniões e reações que resultariam em um novo conhecimento (GOMES, 2005).

Grupos de foco são recomendados quando o objeto de estudo é o entendimento do pensamento do grupo, assim como quando pouco é conhecido sobre o fenômeno estudado, possuindo um caráter exploratório na pesquisa (MINIM, 2013). As entrevistas com grupos focais podem ser utilizadas em todas as fases de um trabalho de investigação. São apropriadas para estudos que buscam entender atitudes, preferências, necessidades e sentimentos. São utilizadas, por exemplo, quando se investigam questões complexas no desenvolvimento e implementação de programas, como aspectos relacionados a dificuldades, necessidades ou conflitos não claros ou pouco explicitados (GOMES, 2005).

Minim (2013) diz que este método permite aos participantes explicar motivações e razões para suas atitudes, percepções e preferências, por meio de interação, formulação de ideias e por tirarem conclusões/respostas que, usando outros métodos de pesquisa, não seriam obtidas. A análise de grupos de foco tenta discernir similaridades conceituais e descobrir padrões, por identificar opiniões, ideias ou sentimentos que se repetem embora eles sejam

expressos de formas diferentes. Esses padrões indicam o contexto global no qual as ideias são formadas, sendo, assim, possível determinar o ponto de vista do indivíduo e as representações que ele usa como referência.

A estrutura para condução do grupo focal segue as seguintes etapas: i) planejamento da pesquisa – propósito do estudo: geração de ideias, tomada de decisão para uma questão, melhoria de um produto, etc.; ii) adequação do roteiro de perguntas; iii) recrutamento dos participantes; iv) condução da sessão; v) análise de dados – a análise qualitativa possui as seguintes características: é demorada, é contínua e deve ser sistemática e verificável; vi) apresentação dos resultados (DUTCOSKY, 2011).

Segundo Minim (2013), o uso de grupos de foco em estudos de consumidor está se tornando comum, em parte devido à sua flexibilidade. Grupos de foco permitem ao pesquisador ficar próximo ao consumidor e obter informações sobre preferências e atitudes perante os produtos em avaliação.

Em resumo, grupo de foco é um método baseado em conceitos de dinâmica de grupo, de caráter exploratório, com o objetivo de prover ideias sobre preferências, incentivos e barreiras a certos comportamentos e gerar *insights*. Permite aos participantes explicar motivações e razões para suas atitudes, preferências e percepções. Não há escala ou tratamento estatístico dos dados (DUTCOSKY, 2011).

3 METODOLOGIA

A metodologia empregada neste trabalho apresenta caráter qualitativo, exploratório e bibliográfico, e foi utilizada junto com a técnica de grupo focal.

Para Pope e Mays (1995), os métodos qualitativos trazem como contribuição ao trabalho de pesquisa uma mistura de procedimentos de cunho racional e intuitivo capazes de contribuir para a melhor compreensão dos fenômenos.

Aplicando a pesquisa qualitativa na análise do comportamento do consumidor, Minim (2013) nos mostra que, uma vez que o comportamento do consumidor é multidisciplinar, o uso de pesquisas qualitativas tem gerado resultados interessantes sobre a percepção do produto pelo indivíduo, assim como sua aceitação ou rejeição, já que elas permitem a obtenção de informações detalhadas sobre atitudes, opiniões, comportamentos e hábitos dos participantes.

Uma pesquisa exploratória, segundo Andrade (2010), é o primeiro passo de todo trabalho científico. São finalidades de uma pesquisa exploratória, sobretudo quando bibliográfica, proporcionar maiores informações sobre determinado assunto; facilitar a

delimitação de um tema de trabalho; definir os objetivos ou formular as hipóteses de uma pesquisa ou descobrir novo tipo de enfoque para o trabalho que se tem em mente. Através das pesquisas exploratórias avalia-se a possibilidade de desenvolver uma boa pesquisa sobre determinado assunto. Portanto, a pesquisa exploratória, na maioria dos casos, constitui um trabalho preliminar ou preparatório para outro tipo de pesquisa.

O trabalho apresenta caráter bibliográfico, pois Andrade (2010) diz que a pesquisa bibliográfica utiliza fontes secundárias, ou seja, livros e outros documentos bibliográficos.

Por último, foi utilizada a técnica grupo de foco, que, de acordo com Veiga e Gondim (2001), o método grupo focal pode ser caracterizado como um recurso para compreender o processo de construção das percepções, atitudes e representações sociais de grupos humanos acerca de um tema específico. É uma metodologia que está entre a observação do participante e a entrevista propriamente dita, definida por Morgan (1997) como a utilização explícita das interações grupais ao se discutir determinado tópico sugerido pelo pesquisador ou pela comunidade, produzindo dados que não seriam possíveis de alcançar sem que houvesse essa interação produzida em grupo. Para as metodologias qualitativas, a interação entre pesquisadores e sujeitos pesquisados é de fundamental importância (MINAYO, 2013).

Os grupos de foco são recomendados quando o objeto de estudo é o entendimento do pensamento do grupo, assim como quando pouco é conhecido sobre o fenômeno estudado, possuindo um caráter exploratório da pesquisa (MINIM, 2013).

Algumas etapas foram seguidas para a realização do grupo focal. A primeira foi o planejamento da pesquisa, onde definiu-se a finalidade do estudo e as preparações que seriam utilizadas, objetivando principalmente uma melhor descrição da aparência dos pratos e melhor forma de apresentação dos mesmos, como disposição dos alimentos, louça, quantidade, relação louça-quantidade, entre outros. Escolheu-se três preparações: como entrada, tomate recheado com ovo pochê (Figuras 1 e 2); como prato principal, coxa e sobrecoxa de frango assadas com risoto de queijo (Figuras 3 e 4); como sobremesa, manjar de tapioca com calda de frutas vermelhas e crocante de castanha (Figuras 5 e 6). Apresentou-se cada preparação de duas maneiras diferentes.

A segunda etapa foi a construção e adequação do roteiro de perguntas, que consistiu em uma lista de questões, que direcionou o mediador ao longo da sessão. Elaborou-se as questões de acordo com as informações que se desejou obter em relação as preparações apresentadas. Utilizou-se um questionário semiestruturado que pode ser visto na Tabela 1, com caráter informal, com questões abertas, que procurou obter a descrição ou exposição da opinião do consumidor e que promoveu um debate natural entre os participantes.

Tabela 1 – Roteiro para as sessões de grupo de foco

1.	O que você considera importante aparecer no cabeçalho da ficha?
2.	Quais atributos visuais você considera importantes nas preparações?
3.	Quais atributos olfativos você considera importantes nas preparações?
4.	Quais atributos gustativos você considera importante nas preparações?
5.	Você adicionaria mais algum termo na estrutura da ficha?
6.	Quais especificidades você colocaria na ficha?
7.	Qual a estrutura/formatação que você considera ideal para a ficha?

Fonte: elaborada pelo autor (2018).



Figura 1: Tomate pochê
Fonte: Autor (2018)



Figura 2: Tomate pochê
Fonte: Autor (2018)

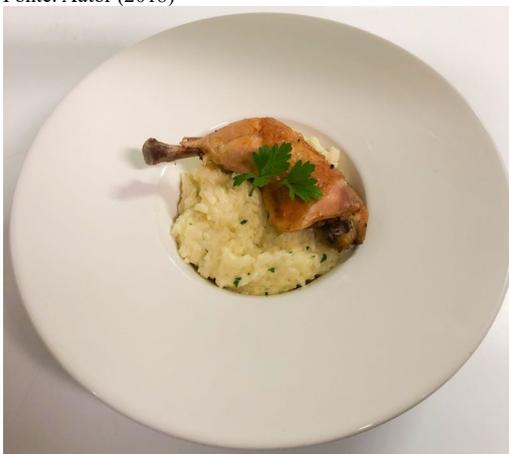


Figura 3: Coxa e sobrecoxa assadas com risoto de queijo
Fonte: Autor (2018)



Figura 4: Coxa e sobrecoxa assadas com risoto de queijo
Fonte: Autor (2018)



Figura 5: Manjar de tapioca com calda de frutas vermelhas
Fonte: Autor (2018)



Figura 6: Manjar de tapioca com calda de frutas vermelhas
Fonte: Autor (2018)

A etapa seguinte foi o recrutamento dos participantes. Convidou-se os alunos regularmente matriculados na disciplina de análise sensorial na gastronomia a participar da sessão do grupo de foco e em seguida foi explicado o assunto em questão.

A penúltima etapa consistiu na execução do grupo de foco, que pode ser vista na Figura 7, na qual duas sessões foram conduzidas por um único moderador e três assistentes, em uma sala com capacidade para acomodar de forma confortável os participantes em uma mesa retangular, que permitiu a interação, o contato visual e a harmonia da discussão. Um assistente ficou encarregado da gravação e das anotações da sessão e os outros ficaram responsável pela disposição das preparações na mesa. No início de cada sessão, o moderador apresentou o propósito da técnica, o papel dos participantes, o objetivo do estudo, no caso, desenvolver uma ficha padronizada de análise sensorial para a avaliação de uma preparação. Seguiu-se então o roteiro de perguntas a respeito do tema em questão. Esclareceu-se aos participantes que não existem respostas corretas ou erradas para os itens abordados, podendo ter opiniões diversas, mesmo estas sendo divergentes da maioria dos participantes do grupo. Cada sessão durou cerca 60 minutos. A primeira sessão contou com 10 participantes e a segunda sessão contou com 6 participantes.

Figura 7: Execução do grupo Focal



Fonte: Autor (2018)

A quinta e última etapa consistiu na análise de dados, na qual todos os dados obtidos, tanto por meio das gravações quanto das anotações das respostas, foram lidos e estudados, considerando as palavras utilizadas pelos consumidores, o contexto das perguntas e

a especificidade das respostas, sem haver análise estatística, devido à característica qualitativa do estudo. Para finalizar, a ficha de análise sensorial foi elaborada de acordo com os dados obtidos nos resultados e será utilizada nas disciplinas de caráter prático do curso de gastronomia da Universidade Federal do Ceará.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A ficha de análise sensorial foi produzida através da seleção de alguns termos obtidos nas duas sessões de grupo focal, de modo que ficasse objetiva e de fácil compreensão. Na tabela abaixo (Tabela 2) pode-se observar os termos escolhidos por cada grupo.

Tabela 2 – Termos obtidos nas duas sessões de grupo focal

GRUPO A	GRUPO B
CABEÇALHO	
Nome da preparação Idade Sexo Local e data Identificação da amostra Instruções de avaliação	Nome da preparação Possíveis alérgenos Ingredientes principais Instruções de avaliação - -
AVALIAÇÃO VISUAL	
Adequação da louça Harmonia das cores Porção/Quantidade em relação à louça Atratividade da apresentação Avaliação global do quesito	Adequação da Louça Disposição das cores Porção adequada Apresentação Avaliação global do quesito
AVALIAÇÃO OLFATIVA	
Aroma adequado Intensidade do aroma Atratividade do aroma Avaliação global do quesito	Intensidade do aroma Atratividade do aroma - -
AVALIAÇÃO GUSTATIVA	
Temperatura Textura Persistência do sabor Harmonia do sabor Avaliação global do quesito	Temperatura Textura Persistência do sabor - -
AVALIAÇÃO GLOBAL DO PRATO	
5 termos (do ótimo ao péssimo) -	Expectativa (sim ou não) Emocional (5 emoções)
ESTRUTURAÇÃO DA FICHA	

Separar quesitos por quadro Uma lauda Adequação: adequado ou não Escala de 3 termos nos quesitos gerais Cor branca com preta Espaçamento entre perguntas Letra não pode ser pequena Tópicos e Avaliação global em negrito	Enumeração de tópicos Uma lauda Separação por itens Escala numérica de 5 pontos (intensidade) Cor branca com preta Espaçamento entre tópicos Título em caixa alta e negrito Sim ou não (outros atributos)
--	--

Fonte: Autor (2018)

No cabeçalho, o grupo A optou por termos mais gerais, como o nome da preparação, idade e sexo do participante, local e data da execução da avaliação, a identificação da amostra e, por fim, as instruções de avaliação. O cabeçalho do grupo B apresentou itens mais específicos da preparação, como o nome da mesma, os possíveis alérgenos, os ingredientes principais e as instruções de avaliação. Para a confecção do cabeçalho final, selecionaram-se os termos que apareceram iguais nos dois grupos, como o nome da preparação e as instruções de avaliação, e adicionou-se os outros termos importantes citados individualmente, como idade e sexo do participante, local e data da execução da avaliação, identificação da amostra e ingredientes principais.

No primeiro quesito proposto, a avaliação visual, os dois grupos optaram por termos bem semelhantes, com um ou dois termos diferentes entre eles. Da mesma forma que o cabeçalho, selecionaram-se para a confecção da ficha final os termos que foram citados em ambos os grupos, como adequação da louça, harmonia/disposição das cores, porção em relação à louça e avaliação global do quesito. Já dos termos que apareceram individualmente em cada grupo, utilizou-se a atratividade e a apresentação.

Já no segundo quesito proposto, a avaliação olfativa, os termos citados pelo grupo A foram a adequação do aroma, a intensidade do mesmo, a atratividade e a avaliação global do quesito. O grupo B optou pelos termos intensidade do aroma e atratividade. Para a confecção da ficha final, utilizaram-se basicamente todos os termos citados em ambos os grupos, pois todos foram considerados de extrema importância pelos participantes das sessões.

No penúltimo quesito, a avaliação gustativa, os grupos A e B optaram pelos termos temperatura, textura e persistência do sabor. Mas o grupo A também adicionou outros termos ao quesito, como harmonia do sabor e avaliação global do quesito. A ficha final utilizou todos os termos citados pelos grupos A e B para a sua confecção.

No último quesito, a avaliação global, o grupo A decidiu que a mesma deve ser feita através de uma avaliação geral, utilizando uma escala estruturada de cinco pontos, que varia do ótimo ao péssimo. O grupo B optou por uma avaliação de expectativa, onde o participante escolherá entre o sim e o não, e pela avaliação emocional, na qual o participante

poderá escolher entre cinco emoções das quais a preparação o remete. Para a construção da ficha final, apenas a avaliação emocional foi retirada, pois, com as cinco opções já pré-definidas, induz ao participante a marcar uma opção que talvez não seja a verdadeira.

Em todos os quesitos, a ordem dos termos foi dada pela importância e também pela ordem do que se é observado na preparação.

Na questão de estruturação da ficha, os dois grupos decidiram que a ficha deveria ser escrita em uma lauda e apresentar cor branca e preta. Em outros aspectos, o grupo A optou pela separação dos quesitos em quadros, pela escolha do adequado ou não no quesito adequação, por uma escala estruturada de três termos nos quesitos gerais, pelo espaçamento entre perguntas, por uma letra de tamanho grande e, por fim, pela utilização do negrito nos tópicos e na avaliação global. Já o grupo B decidiu que seria importante ter na ficha a enumeração dos tópicos, a separação por itens, a utilização de uma escala numérica de cinco pontos para o atributo intensidade, o espaçamento entre tópicos, o título em caixa alta e negrito e a utilização do sim ou não para a resposta dos outros atributos. A ficha final apresenta uma mistura das ideias mostradas pelos dois grupos, como ser apresentada em uma lauda com a coloração preta e branca, ter a separação por quesitos, utilizar a escala estruturada de três termos nos quesitos gerais, excluindo intensidade, que ficou com uma escala numérica de cinco termos, e a adequação, que o participante escolherá entre adequado ou não adequado. Também apresenta uma letra grande e os principais tópicos escritos em caixa alta e em negrito.

Os dois grupos apresentaram no geral termos e ideias bem parecidas, o que facilitou a condensação das informações e as decisões sobre quais termos deveriam ou não ser colocados na ficha e em qual ordem deveriam aparecer.

O resultado do trabalho pode ser observado na Figura 8. A ficha final apresenta características bem objetivas e de fácil compreensão, na qual um participante “treinado” e um participante leigo podem realizar a avaliação da preparação gastronômica sem mais problemas de interpretação e também podem expressar sua opinião de forma clara através dos quesitos implementados.

Figura 8 – Ficha final de análise sensorial

LOCAL:	DATA:	IDADE:	SEXO: F () M ()
PREPARAÇÃO:		AMOSTRA:	
INGREDIENTES PRINCIPAIS:			
INSTRUÇÕES DE AVALIAÇÃO:			
AVALIAÇÃO VISUAL	<p>1. Adequação da louça: <input type="checkbox"/> Adequado <input type="checkbox"/> Não adequado</p> <p>2. Porção/quantidade em relação à louça: <input type="checkbox"/> Gostei <input type="checkbox"/> Nem gostei e nem desgostei <input type="checkbox"/> Desgostei</p> <p>3. Apresentação: <input type="checkbox"/> Gostei <input type="checkbox"/> Nem gostei e nem desgostei <input type="checkbox"/> Desgostei</p> <p>4. Harmonia/disposição das cores: <input type="checkbox"/> Gostei <input type="checkbox"/> Nem gostei e nem desgostei <input type="checkbox"/> Desgostei</p> <p>5. Atratividade da apresentação: <input type="checkbox"/> Gostei <input type="checkbox"/> Nem gostei e nem desgostei <input type="checkbox"/> Desgostei</p> <p>6. Avaliação global: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 Não gostei —————> Gostei</p>		
AVALIAÇÃO OLFATIVA	<p>1. Adequação do aroma: <input type="checkbox"/> Adequado <input type="checkbox"/> Não adequado</p> <p>2. Intensidade do aroma: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 Muito fraco —————> Muito Forte</p> <p>3. Atratividade do aroma: <input type="checkbox"/> Gostei <input type="checkbox"/> Nem gostei e nem desgostei <input type="checkbox"/> Desgostei</p> <p>4. Avaliação global: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 Não gostei —————> Gostei</p>		
AVALIAÇÃO GUSTATIVA	<p>1. Temperatura: <input type="checkbox"/> Gostei <input type="checkbox"/> Nem gostei e nem desgostei <input type="checkbox"/> Desgostei</p> <p>2. Textura: <input type="checkbox"/> Gostei <input type="checkbox"/> Nem gostei e nem desgostei <input type="checkbox"/> Desgostei</p> <p>3. Persistência do sabor: <input type="checkbox"/> Gostei <input type="checkbox"/> Nem gostei e nem desgostei <input type="checkbox"/> Desgostei</p> <p>4. Harmonia do sabor: <input type="checkbox"/> Gostei <input type="checkbox"/> Nem gostei e nem desgostei <input type="checkbox"/> Desgostei</p> <p>5. Avaliação global: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 Não gostei —————> Gostei</p>		
AVALIAÇÃO GLOBAL	<p>1. O que você achou da preparação? <input type="checkbox"/> Péssima <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Ótima</p> <p>2. O prato atingiu as suas expectativas? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p>		

Fonte: Autor (2018)

5 CONCLUSÃO

A realização do método grupo focal proporcionou a descoberta de elementos importantes para a percepção dos consumidores a respeito do objetivo proposto (elaboração de uma ficha padronizada de análise sensorial), permitindo a execução das etapas seguintes. O teste também foi extremamente útil, pois através dele, pode-se obter termos que os consumidores consideram de extrema importância na avaliação de uma preparação gastronômica.

Os objetivos propostos na pesquisa foram atingidos de forma geral, ao elaborar a ficha de análise sensorial e de forma secundária, através do estudo do comportamento do consumidor diante de uma preparação gastronômica, da análise dos parâmetros escolhidos durante a aplicação da técnica de grupo focal e da seleção dos atributos importantes para a elaboração da ficha padronizada.

Os resultados mostram que o consumidor tem preferência por uma ficha de análise sensorial mais limpa visualmente e direta, com poucos detalhes e que aborde os quesitos de forma objetiva. Inicialmente, o cabeçalho da ficha deve exigir informações básicas do avaliador, sem identificação do participante, mas com dados sobre o local, data e sexo. Já sobre a preparação, o cabeçalho deve apresentar o nome da preparação, a identificação da amostra, os principais ingredientes e as instruções que devem ser seguidas para que a avaliação seja realizada.

Em relação aos quesitos de avaliação obtidos através do grupo de foco, a ficha apresenta quatro etapas. Inicialmente têm-se a avaliação visual, na qual o participante dará sua opinião a respeito da questão da aparência da preparação. Em seguida têm-se a avaliação olfativa, onde o participante opinará sobre o aroma da preparação. Na terceira etapa, têm-se a avaliação gustativa, parte em que o participante avaliará o sabor da preparação. E, por fim, o último quesito pede que o participante faça uma avaliação global da preparação em questão, dando sua opinião geral sobre a preparação e dizendo se a mesma atingiu suas expectativas ou não.

A pesquisa mostrou que a participação do consumidor na avaliação sensorial é ideal para o estudo e a melhoria da qualidade das preparações gastronômicas, principalmente quando utilizado o grupo focal, pois o consumidor não tem restrições impostas as suas opiniões e respostas em relação ao que está sendo estudado e avaliado.

Como a pesquisa apresentar um tema de caráter inovador, relacionado à gastronomia, à análise sensorial e ao comportamento do consumidor, deseja-se que ela contribua no âmbito acadêmico, podendo ser utilizada como ferramenta para outros estudos e como base para outras produções. Como sugestão para trabalhos futuros, fica a utilização da metodologia em outros seguimentos da gastronomia, como alguns tipos de bebidas,

preparações com algum ingrediente essencial modificado/substituído, como no caso de consumidores com restrições alimentares, entre outros e para públicos mais específicos, como em restaurantes.

Almeja-se que os resultados obtidos possam auxiliar nas avaliações de preparações nas aulas práticas do curso de gastronomia, visando avaliar, controlar e melhorar a qualidade das preparações.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, T. *et al.* Determinação do perfil sensorial e parâmetros de qualidade de figos em calda produzidos pela indústria brasileira. **Food Science and Technology**, Campinas, v.19, n.2, 1999.
- ANDRADE, M. M. Introdução à metodologia do trabalho científico. **Atlas**, São Paulo, 2010.
- CUSTÓDIO, Y. N. *et al.* Análise sensorial: aplicação a um evento gastronômico/*Sensory analysis: application for a gastronomic event*. **Podium**, v. 4, n. 1, p. 32, 2015.
- DUTCOSKY, S. D. Análise sensorial de alimentos. In: **Análise sensorial de alimentos**. 2011.
- GOMES, A. A. Apontamentos sobre a pesquisa em educação: usos e possibilidades do grupo focal. **EccoS revista científica**, v. 7, n. 2, 2005.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing: a bíblia do marketing. 12. ed. **Pearson Education do Brasil**, São Paulo, 2006.
- MANFROI, V. *et al.* Aplicação de taninos enológicos na elaboração de vinho Cabernet Sauvignon e seus efeitos sobre a qualidade sensorial. **Ciência Rural**, v. 40, n. 1, 2010.
- MINAYO, M. C. de S. Trabalho de Campo: contexto de observação, interação e descoberta. In DESLANDES, S. F.; GOMES, R.; MINAYO, M. C. de S. (org). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 33. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013 (p. 61-78).
- MINIM, V. P. R. **Análise sensorial: estudos com consumidores**. 1. ed. Universidade Federal de Viçosa, 2006.
- MINIM, V. P. R. **Análise sensorial: estudos com consumidores**. 3. ed. Universidade Federal de Viçosa, 2013.
- MORGAN, D. L. *Focus groups as qualitative research*. 2. ed. **Sage University Paper**, Londres, v, 16, 1997.
- MUNÕZ, A. M. *Análisis sensorial em el control de calidad*, In: **Avanços em análise sensorial/ Avances en análisis sensorial**. Varela, São Paulo, p. 89-110, 1999.
- PINTO, M.; LARA, J. E. **O que se publica sobre comportamento do**

consumidor no Brasil, afinal? Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, v.1, n.1, p. 85-100, 2008.

POPE, C.; MAYS, N. *Reaching the parts other methods cannot reach: an introduction to qualitative methods in health and health service research*, In **British Medical Journal**, nº 311, 1995.

TEIXEIRA, L. V. Análise sensorial na indústria de alimentos. **Revista do Instituto de Latifúndios Cândido Tostes**, v. 64, n. 366, p. 12-21, 2009.

VEIGA, L.; GONDIM, S. M. G. A utilização de métodos qualitativos na ciência política e no marketing político. **Opinião Pública**, v. 7, n. 1, p. 1-15, 2001.

AGRADECIMENTOS

Ao professor Paulo Henrique Machado de Sousa pela orientação, pela promoção dos meios para a realização deste trabalho e pelas oportunidades durante a graduação. Aos meus familiares (mãe, avó, tios e tia), que sempre me apoiaram e me deram força para que eu continuasse acreditando em mim. Principalmente ao meu avô, que mesmo não estando mais presente foi e sempre será minha grande inspiração. Ao meu namorado por toda a paciência e por todas as dicas passadas durante o tempo de construção deste trabalho. Aos meus amigos de curso Arturo, Augusto e Paulo Henrique, que tornaram os quatro anos de faculdade muito mais prazerosos e divertidos. Ao secretário do curso de gastronomia Renato Brasil, por me ajudar sempre que possível. Aos membros da banca pela disposição e participação. E por fim, a Deus.