



Evento: XXVIII Seminário de Iniciação Científica

A INFLUÊNCIA DA COR NA PERCEPÇÃO DO SABOR PELO COMENSAL

THE INFLUENCE OF THE COLOR ON DINNERS' PERCEPTION.

Maria Giulia Stefanello Langone¹; Daiane Battistoni²

¹ Aluna da Faculdade Senac Concórdia, Santa Catarina, cursando a 4ª fase de Tecnologia em Gastronomia.

² Professora da Faculdade Senac Concórdia, Santa Catarina, Bacharelado e Licenciatura em Ciências Biológicas, Pós-Graduação em Didática da Educação Superior, Mestre em Ecologia.

RESUMO

A análise sensorial, é utilizada para medir e analisar as reações às características de alimentos, cujo primeiro julgamento do comensal é voltado ao visual, este não possuindo limitações. Nesse sentido, o objetivo do presente trabalho é verificar como se dá a percepção do sabor influenciado pela coloração do recipiente, e se tal identificado está interligado ao significado e símbolo empregado pelas cores. Foi realizada uma degustação utilizando café, sendo preparadas 04 térmicas com o mesmo tipo. Não houve alteração na quantidade de pó, água ou na temperatura. Os recipientes utilizados para as degustações foram copos descartáveis, de cores branca, amarela, rosa e verde. No momento que os participantes experimentam cada copo de café, foram realizadas perguntas a respeito do sabor e aroma, para avaliar se a percepção foi modificada conforme a cor utilizada. Cada participante obteve sensações diferentes conforme a mudança de copos. Ao analisar os resultados do experimento, junto às referências estudadas, pode-se concluir que, para os participantes, o café possuiu diferentes aromas e sabores, cujos significados das cores correspondiam aos citados por alguns autores.

Palavras-chave: Gastronomia. Neurociência. Análise Sensorial.

INTRODUÇÃO

A gastronomia está em constante crescimento, principalmente quando se trata de temas para novas pesquisas, ciências e campos de atuação, dentre elas, a neurogastronomia. Essa, aborda e compreende como o cérebro recebe e processa os alimentos, analisa os fatores relacionados ao entendimento e interpretação do ato de comer, para que assim, torne-se uma experiência sensorial agradável (SANTOS, 2019).

Alimentar-se associa cargas emocionais e influências externas para construir o sabor e a preferência do comensal. Dentre as quais: iluminação, som ambiente, louça, talheres, aromas, texturas e cores (SANTOS, 2019).



Nesse sentido, a análise sensorial, é utilizada para medir e analisar as reações às características de alimentos, cujo primeiro julgamento, este não possuindo limitações, é o visual, de forma que a cor se torna um fator importante, pois compõe um dos suportes técnicos para pesquisa, industrialização marketing e controle de qualidade dos alimentos. Assim, diversos alimentos são aceitos e rejeitados conforme a experiência ao degustar (CUSTÓDIO *et al.*, 2015).

Ao trabalhar com as cores é necessário analisar de que forma afetam as pessoas, pois seus efeitos podem ser universais. Cada cor pode produzir inúmeros sentimentos, uma vez que, como esses são em maior número, podem causar efeitos contraditórios (HELLER, 1989).

Um mesmo acorde cromático, também conhecido como harmonia cromática, é conjunto de cores que estejam associadas a efeitos similares, assim, não podem ser unificadas de forma aleatória, pois devem promover a mesma sensação. Por exemplo, o vermelho associado ao amarelo provoca um sentimento diferente do que ao lado do verde, azul, rosa e outros tons (HELLER, 1989).

Para provocar sensações de suavidade, pode ser utilizado a cor rosa em uma tonalidade clara e com pouca saturação, ao contrário da mesma cor associada à criatividade, a qual demanda intensidade. O branco nos alimentos implica aspectos atraentes, finos e puros. Amarelo, por sua vez, provoca acidez, frescor, certo amargor e aroma cítrico. Por fim o verde, cuja principal característica está na relação com o natural, saudável e sabor puro, sem aditivos. Esta é a cor da primavera, do herbal, com aroma oposto ao desidratado e conservado (HELLER, 1989).

Dessa forma, o presente trabalho tem como objetivo verificar como se dá a percepção do sabor influenciada pela cor do recipiente, bem como se o significado e símbolo que esta carrega interfere em uma análise sensorial.

METODOLOGIA

Foi realizada uma degustação utilizando alimento líquido, café nesse caso, sendo preparadas 04 térmicas com o mesmo tipo de café, sem alteração na quantidade de pó, temperatura e quantidade de água. Os recipientes utilizados para as degustações foram copos descartáveis de plástico, cujas cores eram: branco, amarelo, rosa e verde. O experimento foi



realizado em apenas uma etapa, dividida em quatro momentos, sendo feita uma cor por vez. No momento que os participantes experimentam cada copo de café, foram realizadas perguntas a respeito do gosto, sabor e aroma, para assim, avaliar se a percepção de cada participante foi modificada conforme a cor do copo.

Foram sete participantes, sendo a faixa etária entre 18 e 45 anos, funcionários e estudantes da Faculdade Senac de Concórdia, durante uma reunião do grupo de pesquisa da faculdade. Ao decorrer da vivência, foi realizada a filmagem da reação dos participantes como forma de utilizar as informações para análise dos resultados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Quando realizada a primeira degustação, foi utilizado copo plástico da cor branca, os participantes foram questionados sobre as seguintes características: se o sabor do café era doce, agradável ao paladar (não precisaria da adição de açúcar), se o aroma era mais forte que o gosto, se era leve e frutado ou herbal, que remete ao chá mate e por fim, se poderia ser sem sabor de café ou levemente apático (sem gosto).

Ao passar para o segundo copo, de cor amarela, as características percebidas pelos participantes foram alteradas. Foi reconhecido maior amargor, elevada acidez, maior vivacidade (sabor mais predominante), maior aroma de café, mais saboroso que o outro e que predominou o gosto no meio da língua (local onde se encontram as papilas gustativas receptoras de acidez). A cor é o primeiro contato do consumidor com os produtos, geralmente são percebidas primeiro a cor e a aparência (SANTOS, 2019). Nesse caso, como os participantes não sabiam que as bebidas eram iguais, foi verificado que houve alteração na percepção do sabor do café.

O terceiro copo, de cor rosa, os sabores foram descritos pelos participantes como: claro demais, o mais apático, sem sabor, chá com muita água, suave, sem aroma de café, gosto predominantemente na ponta da língua e de ervas doces. As cores e formas atreladas à gastronomia, não apenas ao alimento, mas também a embalagens e louças, podem induzir o comensal a experimentar diferentes sensações, como por exemplo no uso de xícaras rosas e arredondadas provocam sabores e notas adocicadas nas bebidas, sem que haja a necessidade de modificar ingredientes na composição desta. Desse modo, conectar todos os sentidos para



provocar uma experiência gastronômica agradável ao consumidor é um dos aspectos mais importantes para a neurogastronomia e gastrofísica. (SPENCE, 2019).

Para finalizar a degustação, foi utilizado o copo verde escuro, os participantes comentaram que foram percebidos aromas de terra, herbais, frutas fortes, aparência intensa, levemente cítrico e o mais amargo. De acordo com ABNT (1993, apud SANTOS, 2019) o sabor é definido como uma experiência mista, mas unitária de sensações olfativas, visuais, gustativas e táteis percebidas durante a degustação. Dessa forma, a alteração da cor do copo mostrou mudança no paladar dos participantes com relação ao sabor do café.

A partir dos quatro momentos do experimento, foi questionado aos sete participantes a respeito de características marcantes percebidas. Ao indagar qual possuía maior amargor, foi respondido a cor verde. O amarelo foi escolhido como o mais ácido. Quando questionado qual seria o café com sabor mais fraco, a resposta foi a cor rosa, bem como o mais doce. Por fim, o branco, foi nomeado o mais equilibrado de sabores e preferível por todos os participantes.

No momento em que foi revelado aos participantes que os quatro copos continham cafés sem nenhuma alteração de preparo, a reação foi de negação, onde não acreditaram que era o mesmo café.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os indivíduos utilizam os órgãos e os sentidos, visão, olfato, audição, tato e paladar para a percepção sensorial dos alimentos. Esse processo existe devido aos receptores sensoriais, estruturas responsáveis por receber as informações dos estímulos, e fornecer uma resposta ao comensal (BENTO; ANDRADE; SILVA, 2013).

Nesse cenário, a cor, a qual faz parte da análise sensorial visual dos alimentos, é capaz de modificar o sabor, haja vista que este é formado pelo conjunto de experiências do comensal, não apenas pelas reações químicas do gosto (PALAZZO *et al*, 2019).

Dessa forma, ao analisar os resultados do experimento, junto às referências estudadas, pode-se concluir que, para os participantes, o café possuiu diferentes aromas e sabores, cujos significados das cores correspondiam aos citados pela autora de A psicologia das cores, Eva Heller (1989). Para esta, por exemplo, as sensações de refrescante, ácido e azedo são facilmente



relacionadas ao amarelo, sabores identificados pelos participantes ao beberem no copo com esta cor.

Por tratar-se de estudos novos, ao abordar a análise cromática relacionada à gastronomia foi percebido a falta de material para o referencial teórico, por isso foi de extrema importância realizar o experimento para comprovar os objetivos. O conhecimento a respeito de influências alimentares e construção de experiências agradáveis aos consumidores são essenciais aos estudantes de gastronomia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENTO, Roberta de Albuquerque; ANDRADE, Samara Alchian Cardoso; SILVA Argélia Maria Araújo Dias. **Análise sensorial de alimentos**. Recife: [s. n.], 2013.

CUSTÓDIO, Yandir; LARA, José Edson; VASCONCELOS, Maria Celeste Reis Lobo; LOCATELLI, Ronaldo Lamounier. Análise sensorial: aplicação a um evento gastronômico. **Revista PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, v. 4, n. 1, p. 32-47, jan/abr. 2015.

HELLER, Eva. Maria Lúcia Lopes da Silva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. 1. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

PALAZZO, Carina Carlucci *et al.* Gosto, sabor e paladar na experiência alimentar: reflexões conceituais. **Interface: comunicação, saúde e educação**, Ribeirão Preto, São Paulo, v. 23 p. 1-8, jun. 2019.

SANTOS, Maiara dos. Neurogastronomia, a ciência em benefício da gastronomia, **Revista Inova Saúde**, Criciúma, v. 9, n. 2, p. 203-224, jul. 2019.

SPENCE, Charles. **DW Brasil**. Oxford, Inglaterra. 2019. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=qwRtV8XH_-I. Acesso em: 30 jun, 2021.