



INFLUÊNCIA DA ADIÇÃO DE LUTEÍNA NA COMPOSIÇÃO, RENDIMENTO E ACEITAÇÃO SENSORIAL DE QUEIJO PRATO

Kubo, M.T.K.¹; Maus, D.¹; Mercadante, A.Z.²; Viotto, W.H.¹

¹Departamento de Tecnologia de Alimentos – Faculdade de Engenharia de Alimentos - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, São Paulo, e-mail: walkiria@fea.unicamp.br

²Departamento de Ciência de Alimentos – Faculdade de Engenharia de Alimentos - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, São Paulo.

O consumo de luteína é inversamente proporcional ao risco de doenças oculares, como a catarata e a Degeneração Macular Relacionada à Idade (DMRI), principal responsável pela cegueira irreversível em idosos. A luteína, um carotenóide com propriedades antioxidantes, não é sintetizada pelo organismo humano e o teor encontrado em vegetais é baixo. A substituição do urucum pela luteína no queijo Prato, como corante de tom amarelado, seria uma boa alternativa de ingestão desse composto funcional. O objetivo do trabalho foi avaliar a influência da adição de luteína na composição, rendimento e aceitação sensorial de queijo Prato. Queijos Prato foram fabricados, em escala piloto, com (0,04% de formulação de luteína e 0,06% de polisorbato 80 em relação à massa de leite) e sem adição de luteína (controle). A aceitação sensorial, com 103 provadores não treinados, foi realizada para amostras de queijo Prato comercial e queijos Prato, com e sem adição de luteína, aos 30 dias de armazenamento refrigerado. A adição de luteína não influenciou significativamente o rendimento de fabricação ($p=0,8543$) e a composição do queijo ($p>0,05$). Não houve diferença significativa em relação ao sabor entre os queijos com e sem luteína ($p=0,2941$) e entre os queijos comercial e sem luteína ($p=0,0704$). Entretanto, os queijos com adição de luteína apresentaram médias inferiores em comparação ao queijo comercial ($p=0,0006$). A textura não foi afetada sensorialmente pela adição de luteína ($p=0,6397$). Com relação à aparência ($p=0,0001$) e cor ($p=0,0001$), o queijo com luteína foi significativamente menos aceito que o queijo comercial. Isso pode ser atribuído à cor amarelo-alaranjada mais intensa que a conferida pelo urucum, corante usado no queijo comercial. O queijo Prato comercial apresentou a maior intenção de compra pelos provadores (75,7% certamente/possivelmente compraria), seguido do queijo Prato sem formulação de luteína (66% certamente/possivelmente compraria) e, por último, o queijo Prato com formulação de luteína que obteve intenção de compra de 47,6 % dos provadores. Portanto, a diminuição do teor de luteína adicionada pode ser uma boa alternativa para aumentar a aceitação sensorial e a intenção de compra do queijo.

Agradecimentos: FAPESP e CNPq