



Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo

Pós-graduação Lato Sensu

Curso de Especialização em Gastronomia e Segurança Alimentar

Fatores que Influenciam o Gosto - Desafios para a Gastronomia

Carin Priscila Morioka Minami

Brasília – DF
Outubro /2006

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CET – CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO

CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GASTRONOMIA E SEGURANÇA
ALIMENTAR

**FATORES QUE INFLUENCIAM O GOSTO - DESAFIOS PARA A
GASTRONOMIA**

CARIN PRISCILA MORIOKA MINAMI

BRASÍLIA – DF
2006

CARIN PRISCILA MORIOKA MINAMI

FATORES QUE INFLUENCIAM O GOSTO - DESAFIOS PARA A GASTRONOMIA

Monografia apresentada ao Centro de
Excelência em turismo – UnB como
requisito para a obtenção de título de
Especialista em Gastronomia e
Segurança Alimentar
Orientador: Prof. Ms. Lívia Pineli

Brasília , Outubro de 2006.

Minami, Carin Priscila Morioka

Fatores que Influenciam o Gosto - Desafios para a
Gastronomia / Carin Priscila Morioka Minami.

Monografia – Curso de Especialização em Gastronomia e
Segurança Alimentar
Brasília- DF, Outubro de 2006.

Área de Concentração: Gastronomia

Orientador: Profª Ms Livia Pineli

1. Gastronomia. 2. Gosto. 3. Alimento.

Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo

Pós-graduação Lato Sensu

Curso de Especialização em Gastronomia e Segurança Alimentar

Fatores que Influenciam o Gosto - Desafios para a Gastronomia

Carin Priscila Morioka Minami

Raquel Coelho-Doutora
Professor Coordenador

Lívia Pineli-Mestre
Professor Orientador

Luciane Cardoso-Mestre
Professor Examinador

“Trabalho apresentado em cumprimento às exigências acadêmicas parciais do curso de pós-graduação lato sensu em Gastronomia e Segurança Alimentar para a obtenção do grau de Especialista”

Brasília – DF
Outubro/2006

RESUMO

FATORES QUE INFLUENCIAM O GOSTO - DESAFIOS PARA A GASTRONOMIA

O presente trabalho através de revisão bibliográfica traz uma abordagem sobre a questão complexa do que realmente influencia o gosto do consumidor dentre eles os fatores sociais, culturais, fisiológicos e químicos que se interagem ao longo da existência do indivíduo, ressaltando a importância de técnicas e combinações de sabores, tendo em vista a importância da qualidade de vida, o setor de alimentação, que tem crescido bastante nos últimos anos, e as novas tendências gastronômicas focadas nas necessidades e expectativas do cliente moderno.

Palavras Chaves: 1. Gastronomia. 2. Gosto. 3. Novas tendências

ABSTRACT

FACTORS THAT INFLUENCE THE TASTE - CHALLENGES FOR THE GASTRONOMY

Present work through revision bibliographical brings the complex question of that really influences the taste of the consumer: social factors, cultural, physiological and chemical that interact along of the existence of the individual, standing out the importance of techniques and combinations of flavors, in view of the quality of life, the food service, that have grown a lot in the last years, and the new gastronomy trends focus in the needs and expectations of the modern customers.

Keywords: 1, Gastronomy. 2. Taste. 3. New trends

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus em primeiro lugar por iluminar e me encaminhar em todos os momentos. A minha família pelo apoio incondicional. Aos meus amigos pela paciência e força para continuar seguindo firme e forte. Aos professores de Gastronomia e Segurança Alimentar pelos conhecimentos e experiência de vida repassados. Aos meus colegas pela convivência e amizade. Aos funcionários do CET pelo apoio, boa vontade e atenção. A minha orientadora Professora Lívia Pineli, pela orientação, amizade e ensinamentos.

SUMÁRIO

1-INTRODUÇÃO	6
1.1 OBJETIVO.....	11
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
2-METODOLOGIA	11
3- RESULTADOS E DISCUSSÃO	12
3.1.O HOMEM E A ALIMENTAÇÃO.....	12
3.2 CONSTRUÇÃO SOCIAL DO GOSTO.....	16
3.3 A FISILOGIA DO GOSTO.....	22
3.4-COMBINAÇÕES DE TÉCNICAS E SABORES.....	27
4-CONCLUSÃO	30
5-REFERÊNCIAS	32

1. INTRODUÇÃO

“Gosto: (ô) sm. 1. Sentido pelo qual se percebe o sabor das coisas; paladar. 2. Sabor (2). 3. Prazer, satisfação. 4. Inclinação pendor. 5. Critério, opinião. 6. Bom gosto.” (HOLANDA, 1999).

A noção histórica do gosto é um objeto de intensas especulações literárias que abrangem afirmações de identidades culinárias. Não é apenas um campo específico de investigação da disciplina histórica ou antropológica que a alimentação interessa à ciência e constitui-se de um objeto científico. Esse saber é também empírico e, antes de tudo, uma atividade prática (CARNEIRO, 2003).

O gosto é aquele de nossos sentidos que nos põe em contato com os corpos sápidos, por meio da sensação que causam no órgão destinado a apreciá-los. A sensação do gosto é uma operação química que se faz por via úmida, é preciso que as moléculas sápidas sejam dissolvidas num fluido qualquer, para poderem a seguir trocar informações com as terminações nervosas (SAVARIN, 2001).

A percepção do sabor é um processo que começa com a interação dos componentes do alimento com os receptores olfativos (i.e. cheiro) e gustativos (i.e. gosto) localizados na cavidade nasal e na boca, respectivamente. A interação destes estímulos resultam em sinais elétricos enviados ao cérebro e, assim, a sensação apropriada é percebida (ZABARAS, 2005).

Segundo SAVARIN (2001) o gosto propicia sentimentos de três ordens diferentes a quem come e bebe: a sensação direta, sensação completa e a sensação refletida.

A sensação direta é aquela primeira impressão que nasce do trabalho imediato dos órgãos da boca, enquanto o corpo apreciável se acha ainda na parte anterior da língua.

A sensação completa é a que se compõe dessa primeira impressão e

daquela que nasce quando o alimento abandona sua primeira posição, passa para o fundo da boca, impregnando todo o órgão com o seu gosto e perfume.

Enfim a sensação refletida é o julgamento feito pela alma sobre as impressões que o órgão lhe transmite.

O gosto no sentido de sabor é algo mais do que o desfrute de um sentido que indica a comestibilidade das coisas. É formado por um conjunto de elementos e que permite identificar um alimento pelas suas qualidades organolépticas, pelas dimensões afetivas e pelo seu valor simbólico (BEAUCHAMP; MALLER, 1977).

A gastronomia considera o gosto tanto em seus prazeres quanto em seus desprazeres; ela descobriu as excitações graduais a que este sentido é susceptível; regularizou sua ação e estabeleceu os limites que o homem que se respeita jamais deve ultrapassar (SAVARIN, 2001). É proporcionar prazer, relacionando a qualidade do alimento com as sensações despertadas em quem o avalia e o ingere (CARDOSO; MARQUES, 2004).

Uma ciência de gozo constitui uma arte, portanto é também como um aspecto da história da arte que a gastronomia deve ser abordada, tanto no seu aspecto técnico como literário (CARNEIRO, 2003).

A palavra gastronomia foi usada pela primeira vez em 1623. Esse termo foi popularizado, em 1801, passando a designar “boa mesa”. Outros termos como gastrolatria, no século XVI, ou gastrosafia, não encontraram a mesma recepção e caíram em desuso. Mais do que comer com voracidade (para o qual existem 104 palavras ou expressões, na língua francesa), identificado no tema gastrolatria, o novo termo, possuidor de conotações ordenadoras (“legislação do estômago”), passou a descrever um uso requintado e delicado dos alimentos (PITTE, 1993).

A maturidade de uma cultura foi identificada não apenas com as suas conquistas espirituais ou realizações materiais, mas com o grau de elaboração de suas técnicas e criações alimentares, que são ao mesmo tempo, expressão técnica material e inventividade artística (CARNEIRO, 2003).

Essa inventividade pode ser observada na variedade de pratos existentes na gastronomia de cada país. Por exemplo, as cozinhas européias possuem

aproximadamente 600 a 800 pratos típicos, já os asiáticos como no Vietnã possuem 1100 e a China 2000 pratos (POLAIN, 2004).

O saber gastronômico antecede a história da alimentação e constitui-se junto com toda a arte e ciência da preparação dos alimentos, desde o domínio do fogo, até o contato com diferentes produtos do comércio da exploração marítima à era globalizada que popularizou produtos e técnicas, de remotas regiões para o conjunto do planeta, constituindo as diferentes artes, tradições de combinações de produtos, molhos e formas de preparo (CARNEIRO, 2003). Mas é o gosto diferenciado que caracteriza os diferentes povos e as diferentes épocas de uma mesma cultura.

Na gastronomia envolve características sensoriais, resultado de reações químicas e físicas próprias do alimento, aspectos do ritual que envolve sua produção e consumo, sua função dentro do organismo, nutrindo, e também reações de caráter emocional, remetendo ao simbolismo agregado a todos os fatores envolvidos.

As técnicas de preparações envolvem o conhecimento gastronômico ao lado dos melhores ingredientes e os utensílios adequados para preparar e cozinhar os alimentos, essenciais para se obter a excelência na apresentação e no sabor dos pratos. O modo de preparo correto permite atingir um maior grau de satisfação das expectativas em relação ao sabor de um prato.

A história do gosto é uma das facetas de uma história que é a do cotidiano, mas também de profundas estruturas sociais e ideológicas. O sentido gustativo que serve de generalizações para o juízo de valor (“o bom gosto”) foi estendido a todos os outros domínios do deleite sensorial e, até mesmo, para a esfera da racionalidade, pois o termo “saber” deriva do latim *sapere*, “ter gosto”. A história dos gostos estético ou literário relaciona-se com a do gosto culinário (CARNEIRO, 2003).

Esse aspecto de qualidade, que incide diretamente na reação do consumidor, é que se denomina qualidade sensorial. Sua importância tecnológica e econômica é evidente (CHAVES, 1998), já que, em última instância, pode

condicionar inovações na Ciência, na Tecnologia de Alimentos e na Gastronomia, podendo levar ao sucesso ou ao fracasso.

Pesquisas apontam as grandes tendências de comportamento das pessoas com relação à alimentação nas sociedades de consumo dos países industrializados: a autonomia, participação crescente das mulheres no mercado de trabalho, as horas irregulares de trabalho, a desestruturação das refeições, o convívio, cosmopolitismo, o refinamento, o equilíbrio alimentar, a valorização do natural, a valorização da alimentação fora de casa, tendendo para produtos mais frescos e prontos para o consumo (PROENÇA, 2002).

Atualmente, o alimento é consumido fora do seu contexto natural e um grande número de tarefas relativas ao preparo de alimentos deixou o ambiente doméstico ou do restaurante a cargo das empresas do ramo alimentício (SEYMOUR, 2005).

Os recursos econômicos envolvidos na alimentação, em termos de mercado, são consideráveis, perfazendo um montante bastante superior àqueles relativos a outros setores como o automobilístico ou o eletrônico. (PROENÇA, 2002). O expressivo crescimento do segmento de refeições coletivas, foi superior a 150% na última década (MORETTI & SARGENT, 2002). Constata-se, também, pelos indicadores de mercado, a ascensão dos produtos naturais, orgânicos ou biológicos (PROENÇA, 2002)

A tendência gastronômica *universal* busca alimentos mais leves, saudáveis e sem muitos artifícios, como a *nouvelle cuisine* francesa ou japonesa, por exemplo. Iniciado na segunda metade do século XX, trata-se do movimento em que cozinheiros, grands chefs e gastrônomos defendiam a culinária de realce do sabor natural (ARAÚJO, 2005).

Outra tendência é o *slow food*, que vem sendo desenvolvido com o objetivo de resgatar rituais alimentares e mais atividades que envolvem qualidade de vida e equilíbrio alimentar. Prima por uma comida artesanal, que zela de cuidados em toda a sua cadeia de produção proporcionando assim os prazeres sensoriais. O termo tenta contrapor-se ao *fast food*, valorizando o ambiente mais calmo para comer, buscando o máximo de proveito da refeição, considerando, além do

conteúdo nutricional, também aspectos artísticos, culturais e de prazer (PROENÇA, 2002; ARAÚJO, 2005).

A qualidade de vida tão almejada hoje é uma forma de alertar para a importância da saúde, que é o completo bem-estar físico, mental, psicológico, social e econômico (OMS). A crescente preocupação com a saúde constitui uma reação racional a várias questões alimentares que surgiram nas últimas décadas. O fato de muitas doenças modernas, como obesidade, doenças cardiovasculares e até mesmo determinados tipos de câncer, estarem ligadas ao consumo de alimentos é uma preocupação constante tanto nos países desenvolvidos quanto naqueles em desenvolvimento. Duas dimensões da melhoria da qualidade dos alimentos têm sido focadas: uma relativa à saúde, com ênfase no aprimoramento dos sistemas de produção, e outra relativa ao paladar, que considera não só o valor do alimento para a vida, mas também a sua dimensão fisiológica e emocional (FOUILLÉ, 2005).

O presente trabalho traz uma abordagem sobre a questão complexa do que realmente influencia o gosto do consumidor tendo em vista a importância da qualidade de vida, o setor de alimentação, que tem crescido bastante nos últimos anos, e as novas tendências gastronômicas focadas nas necessidades e expectativas do cliente moderno.

1.1. OBJETIVO:

Investigar através de revisão bibliográfica os fatores envolvidos que influenciam o gosto e sua importância para a gastronomia.

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Levantamento de referencial teórico a respeito dos aspectos que compõem a formação do gosto e a aceitação pelo consumidor.
- Identificar os fatores sociais, culturais e fisiológicos envolvidos no gosto.

2. METODOLOGIA

Para elaboração da revisão bibliográfica foram utilizados *papers*; revistas e artigos científicos; apostilas do curso de Gastronomia e Segurança Alimentar; *sites* de internet (Capes, Scielo); anotações em congressos; livros sobre: gastronomia, sociologia da alimentação, comportamento do consumidor, fisiologia, química, alimentos e avaliação sensorial. Os materiais foram analisados entre dezembro de 2005 e setembro de 2006.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1. O HOMEM E A ALIMENTAÇÃO

O modo de comer define não só aquilo que se come, mas também a pessoa que o ingere. O ato de comer cristaliza estados emocionais e identidade culturais. A alimentação pode significar desde uma resposta à fome até um conjunto de ações que refletem as condições daqueles que dela participam. É um fator de diferenciação cultural que permite a todos integrantes de uma cultura manifestar sua identidade, reproduzindo valores, costumes e crenças coletivas.

A identidade cultural também é comunicada pelas pessoas através da gastronomia, que utilizam os alimentos que a geografia permite ter acesso (clima, relevo, solo, etc.), refletindo suas preferências e aversões, identificações e discriminações, e, quando imigram, a levam consigo, reforçando seu sentido de pertencer ao lugar que deixaram. Dessa forma vai se criando uma cozinha de caráter étnico (SCHLÜTER, 2003).

Muitas sociedades incorporam à sua dieta alimentos que não se podem produzir na região. Por um lado, se encontra o desejo de não se verem limitadas ao auto-consumo e de incorporar à cozinha elementos que realçam o sabor. Por outro lado também há considerações de caráter religioso que as obrigam a utilizar ou a privar-se de determinados produtos durante certas épocas do ano.

Fatores genéticos hereditários relacionados com a intolerância a determinados alimentos interferem na alimentação de determinados indivíduos. Entre eles, cabe mencionar três de caráter biológico que determinam a ausência de determinados alimentos na dieta de diferentes culturas: a intolerância à lactose, à sacarose e ao glúten.

A alimentação se ajusta a diferentes normas segundo cada cultura e onde o ser humano é socializado desde o seu nascimento. Desse modo, o conceito de alimentação implica tanto processos nutritivos e a regulação e o controle

dietéticos, como o marco cultural e social em que se localizam esses comportamentos e normas alimentares (SCHLÜTER, 2003).

No ato da alimentação, o homem biológico e o homem social ou cultural estão ligados, já que há um conjunto de condicionamentos múltiplos, unidos mediante interações complexas de caráter bioquímico, termodinâmicos, metabólico ou psicológico; pressões de caráter ecológico; modelos sócio-culturais; preferências e aversões culturais; sistemas de representações ou códigos (prescrições e proibições, associações e exclusões); entre outras, que influi na escolha, na preparação e no consumo de alimentos que consideram comestíveis para o homem.

QUADRO 1: Classificação sobre alimentos comestíveis

1. Alimentos não comestíveis: Os alimentos venenosos, e os associados a tabus (ex.: animais mortos por enfermidades desconhecidas, animais cuja alimentação baseia-se em carniça, etc.)
2. Comestíveis para os animais mas não para mim: Alimentos base da dieta dos animais de granja (ex.: cereais, insetos, rãs, caracóis, etc.)
3. Comestíveis para os humanos mas não de minha categoria: Alimentos reconhecidamente consumidos em outras culturas, embora o consumo não seja tolerado na própria, ex.: carne de cães, gatos, coelhos, insetos, etc.
4. Comestíveis para os humanos mas não para mim: De acordo com preferências pessoais ou das restrições por questões de saúde.
5. Comestíveis para mim: Alimentos que constituem parte da dieta pessoal dos indivíduos.

Fonte: SCHLÜTER (2003).

Em determinados países do oriente, alimentos considerados “exóticos” são consumidos, não só por serem culturalmente aceitos, mas por, em determinado fases da história, seu uso ser indispensável, como única opção alimentar existente. É o caso da China, que passou anos em guerra e fome, transformando animais como cachorros, gafanhotos, minhocas, em parte protéica da refeição e o preparo de vegetais bem picados na sua culinária, para aproveitar talos e demais partes de forma a aumentar o seu volume e rendimento.

Os hábitos alimentares variam de uma cultura para outra. Apesar da alimentação ser um ato individual, na escolha dos alimentos intervêm uma série de condicionamentos que fazem com que tudo o que é comestível não seja consumido necessariamente em todas as sociedades. SCHLÜTER (2003) classifica os hábitos alimentares através de análise das motivações de acordo com o quadro a seguir.

QUADRO 2: Classificação dos hábitos alimentares pela análise das motivações.

1. Satisfação das necessidades básicas: Aquisição e alimentos para sobrevivência.
2. Necessidade de segurança: Depois de satisfazer as necessidades básicas pode-se pensar em armazenar comida para o futuro ex.: enlatados, embutidos, conservas.
3. Necessidade de pertinência: Comida que indica fazer parte de um grupo, ex.: carne assada e mate para os argentinos.
4. Status: Alimentos relacionados a determinadas classes sociais, ex.: caviar, ou o salmão. Poder consumir esse tipo de alimento permite mostrar um ascensão para o grupo de referência.
5. Auto realização: Pessoas que encontram em boa situação financeira que têm em seu alcance qualquer tipo de alimento, ex.: pratos exóticos e diferentes

Fonte: SCHLÜTER, 2003.

Quando a situação financeira não é um impedimento, é possível comer qualquer alimento, em todo momento e lugar e na quantidade desejada. Por exemplo o caso de certos alimentos, cuja dificuldade para se obter na natureza, o custo e a duração do processo de fabricação são fatores determinantes para o seu encarecimento como beef wagyu, trufas brancas, foie gras, almas golden caviar, torta golden Bom Vivant, entre outros, que para serem apreciados custam um valor sem limite.

As restrições alimentares em função da capacidade de compra das pessoas, embora seja um fator preponderante, há os de caráter cultural que se relacionam não só no campo religioso e festivo, mas também no que se refere à

alimentação cotidiana. Como a temporalidade alimentar, que interfere no modo de consumo, devido aos ciclos da vida, do ano e da jornada diária a que o homem fica submetido (POLAIN, 2004).

Os horários de trabalho e o tipo de trabalho que se realiza, da mesma forma que a distância que se deve percorrer para chegar, incidem na alimentação. Não só afetam a quantidade de calorias que se deve ingerir, mas também se relacionam com as possibilidades de degustar uma comida caseira ou de comer em um restaurante (SCHLÜTER, 2003). Foram citados o estilo de vida corrido, as horas irregulares de trabalho e a desistência de alimentos preferidos em pesquisa realizada por GIBNEY *et al.*, 1997.

Os alimentos básicos e de menor custo são os que incidem no aumento de peso e as pessoas com bom poder econômico contam com recursos suficientes e informação para uma dieta saudável e equilibrada, o que somado ao tempo livre para a prática de esportes, embora a mídia coloca a magreza como sinônimo de prestígio e poder (SCHLÜTER, 2003).

No estudo de URALA (2005), indicam que a base das atitudes para o consumo de alimentos funcionais não é estável, pois os benefícios trazidos são evidentes, modificando essas atitudes. Nesse estudo, homens e mulheres não diferiram em suas atitudes para alimentos funcionais. As diferenças menores como a idade e a escolaridade foram praticamente inexistentes. Em ambas as séries de dados, os melhores preditores para a voluntariedade no uso de alimentos funcionais foram a recompensa percebida e a necessidade para tais alimentos.

O consumo de produtos orgânicos, no estudo de KIHLEBERG (2006), teve melhor aceitação em termos de sabor com relação ao convencional, porém o preço é um fator de impedimento para o aumento do consumo.

3.2. A CONSTRUÇÃO DO GOSTO

O homem desde a infância, de forma mais ou menos consciente, aceita ou rejeita os alimentos de acordo com a sensação que experimenta ao observá-los ou ingerí-los. Na infância, quando são oferecidos os primeiros alimentos, a variação do limiar de percepção do sabor afeta a resposta, moldando o padrão de aceitação de alimentos pelas crianças. O gosto pelo alimento doce é inata, uma das explicações, segundo pesquisas é o fato de que fetos se alimentaram de líquido amniótico, que é doce (LAMBERT,2003).

As crianças aprendem a desenvolver o sabor ao gosto, ao odor e à textura dos alimentos de alta densidade energética, e rapidamente selecionam alimentos que são açucarados, ricos em gordura ou ambos, pela necessidade fisiológica por energia e nutrientes, demandada nesta fase. Porém a criança é conservadora e freqüentemente manifesta neofobia. A familiaridade resultante da repetição de apresentações é a melhor maneira para suprimi-la com possibilidades, então, de se formar uma impressão positiva (BIRTCH, 1990).

O meio social onde uma criança se desenvolve possui grande influência nas suas preferências alimentares. O comportamento alimentar da família e as práticas que adotam na alimentação da criança proporcionam importantes componentes ambientais que moldam os padrões de aceitação dos alimentos pela criança. Um estudo de BLOSSFELD, *et al.* (2006) mostra que a familiaridade com as texturas diferentes em crianças de um ano, em especial alimentos picados, é o preditor mais forte na introdução e gosto por alimentos picados. Além disso, crianças com variedade dietética mais elevada, presença de dentes e voluntariedade maior para tentar alimentos novos foram mais prováveis de consumir cenouras picadas. O estudo evidencia a importância de variar as experiências da criança com sabores e texturas diferentes para promover também a transição para a dieta do adulto.

No processo de aprendizagem ocorre manutenção das vias mais ativas em detrimento das menos utilizadas. Se os receptores para os gostos são sempre estimulados, tendem a trabalhar melhor (LAMBERT,2003).

Estudos indicam que há uma associação direta entre o gosto de um alimento e as conseqüências advindas após sua ingestão. A escolha de determinado alimento e a quantidade que será ingerida respeitará as experiências previamente vividas em relação a este alimento. KING et al. (2005) observaram que o gosto pode ser atribuído às associações cognitivas devido à experiência prévia extensiva de quem o experimenta.

Os gostos e as práticas alimentares constituem um bom meio para expressar essas distinções e critérios sociais e derivam de *habitus* e classe.

Segundo BOURDIEU (1979), citado por SEYMOUR (2005), o nosso gosto e todo nosso comportamento de consumo, é uma expressão de classe social. Classes sociais distintas podem ser identificadas pela maneira como expressam seus gostos na música, na arte, na vestimenta, na decoração da casa e, obviamente, na comida.

Para se compreender melhor o gosto por determinados alimentos, devemos entender sobre o *habitus*. Este se refere a escolhas, práticas ações e situações cotidianas típicas que costumam estar associados à determinada classe social e a posição social do indivíduo. O *habitus* aprendido, adquirido de modo inconsciente apenas pela imersão em determinado meio social, predispõe os indivíduos a fazerem determinadas escolhas e a adotar comportamentos que parecem óbvios e sensatos no meio social em que estão inseridos. Uma vez que o *habitus* esteja inculcado na posição social, escolhas, e gostos passam a ser uma questão de classe social e não de personalidade, isto é, os gostos são formados socialmente e não individualmente. A tendência é que os indivíduos que compartilham determinados *habitus* (e, portanto, a posição social) reajam de maneira semelhante, façam escolhas e tenham opiniões semelhantes em relação a gostos (SEYMOUR, 2005).

Os gostos podem ser moldados pelas condições materiais de existência: os gostos influenciados pelo luxo (os de indivíduos nascidos em um *habitus* que é

definido pela distância da necessidade e usufruem da posse de capital) e os gostos influenciados pela necessidade, como exemplo as classes trabalhadoras que mostram preferências por alimentos mais pesados e substanciosos pela necessidade produção de energia para o trabalho ao custo mais baixo possível (ibidem).

Mas há outros fatores não econômicos de capital que também estão envolvidos, e que influem na escolha, como o capital cultural, decorrente da posse de conhecimento e da familiaridade de produtos culturais; e o capital simbólico, que é uma forma de capital cultural referente à esfera dos signos.

BOURDIEU (1979) coloca que o capital cultural possuídos pelas classes dominantes capacita-as a adquirir capital educacional muito mais facilmente do que as classes mais baixas, que pode então ser convertido em capital econômico na forma de trabalhos bem remunerados.

Os resultados principais do estudo de ENNEKING *et al.*, com uma amostra de 621 consumidores, mostraram que as preferências por determinados produtos são totalmente dependentes de informação que o consumidor possui (capital cultural).

O capital simbólico, é a maneira pelo qual as mensagens ou os signos são interpretados o que pode variar dependendo das posições relativas do portador e do observador. Dessa maneira, o que é capital simbólico valioso em um grupo pode não ter muito valor em outro.

Várias formas de capital cultural competem para defender seus próprios valores e o *status* de seus defensores. Nessa disputa, formas e símbolos culturais pertencentes aos grupos sociais mais poderosos são capazes de defender sua definição como cultura *legítima*. E é a cultura desses grupos dominantes que define todos os outros com base em seus próprios termos, considerando a cultura de grupos subordinados como desprovida de gosto (SEYMOUR, 2005).

A posse de quantidades variadas de diferentes formas de capital produz e sustenta as distinções de classe e frações da mesma classe. Essas frações de classe produzem *habitus* diferentes e se distinguem por seus gostos diferentes.

Para BOURDIEU (1979) o *habitus* da classe média assume tom de conformidade com os gostos da classe dominante, cuja posição eles aspiram e que os capacita a se distinguirem da classe trabalhadora. A expressão de gosto dessa classe, imita o gosto da classe acima. Para a classe trabalhadora o gosto é a escolha do necessário; um *habitus* da classe trabalhadora estabelece-se a partir da necessidade de condições materiais de existências que valorizam o simples, o prático, o útil .

Aqueles segmentos de classe com capital econômico elevado e baixo capital cultural tendem a preferir quantidades relativamente elevadas de alimentos salgados, gordurosos, fortes e condimentados, enquanto os de capital cultural elevado e baixo capital econômico preferem alimentos exóticos, naturais e saudáveis. Em contrapartida, o gosto dos que têm baixo capital cultural e econômico é por alimentos baratos, salgados, fortes, cozidos e substanciosos. O gosto por pratos específicos está inexplicavelmente ligados aos estilos de vida de determinado *habitus*, uma vez que está associado a uma divisão específica da economia e do trabalho doméstico. (SEYMOUR, 2005). .

Num estudo realizado com 320 pessoas na Argentina em relação a aceitabilidade sensorial de preparações e lanches entre populações de média e baixa renda, balanceado entre jovens de 11-13 anos e adultos de 25 a 50 anos, foi encontrado médias similares para preparações na população de renda média, tanto em jovens quanto adultos. Já na população de baixa renda, os adultos tiveram médias mais elevadas para as preparações do que os jovens (SOSA, 2006). O baixo capital cultural interfere na alimentação, pois alocam mal o capital econômico, dando preferência a alimentos pouco nutritivos e substanciosos.

O gosto de uma classe também está aberto a constantes mudanças e redefinições a fim de conservar a distância que o distingue de outros segmentos de classe, como por exemplo podemos citar a busca do novo ou o retorno da apreciação de restaurantes regionais, que estavam desvalorizados com o “boom” das novas tendências gastronômicas.

O gosto por pratos elaborados exigem investimento considerável de tempo. O estilo de vida moderno e a entrada da mulher no mercado de trabalho,

principalmente entre as mulheres da classe dominante, se dedicam menos tempo para os serviços domésticos, mas em compensação elas se dedicam mais a cuidar dos filhos e transmitir capital cultural combinado com valor de um modo de vida refinado, ascético e saudável, o que sugere pratos leves, de baixa caloria e de preparo rápido. Essas diferenças se refletem também nas variadas maneiras de servir e consumir alimentos (SEYMOUR, 2005).

Segundo FINKELSTEIN (1989) , muitas vezes a alimentação fora de casa obedece a normas e convenções sociais de comportamento. Os gostos formados socialmente, são identificados por meio de atributos aparentemente individuais (por exemplo, a capacidade de apreciar a qualidade).

Há outras explicações da formação social do gosto, a de que os gostos tornaram-se padronizados em consequência de um processo de nivelamento por baixo da cultura em geral e dos processos de racionalização, democratização e industrialização. A noção de padronização está ligada ao conceito de massificação, onde os valores estéticos e o gosto diferenciado se atrofiam diante dos produtos padronizados, enfatizando a quantidade e não a qualidade. O gosto é socialmente formado, mas pela influência de fornecedores de produtos alimentícios e serviços padronizados (SEYMOUR, 2005).

Outro conjunto de argumentos que está ligado ao corpo de pensamento pós-moderno é a de que somos livres para criar nossas próprias identidades, fazer escolhas, etc. (ibidem). A desconstrução das estruturas sociais tradicionais nos obriga a adotar formas alternativas de interação social e segurança, principalmente pela adoção de estilos de vida (SLOAN, 2005).

Segundo ASSIS (2002), o sabor é o principal determinante da escolha e consumo no comportamento alimentar. WOOD (2005) coloca que as preferências, assim como as escolhas, não estão necessariamente ligadas de forma direta ao paladar, e são restringidas também por fatores econômicos, sociais e culturais.

No estudo de KING *et al.* (2004), foi realizada uma pesquisa sobre a aceitação do alimento e da bebida pelo consumidor modificando quatro fatores ou efeitos de contexto: a refeição, a interação social de uma refeição durante o consumo, o ambiente físico em que o alimento é selecionado e consumido, e a

escolha do alimento. Foram servidos salada, pizza e chá gelado. A aceitabilidade do produto aumentaria com a adição dos vários efeitos do contexto. O contexto da refeição teve o efeito positivo mais forte no chá; o contexto social teve um efeito negativo forte na pizza; o ambiente teve um efeito fraco mas positivo na pizza e no chá e um efeito negativo no salada; e a escolha teve um efeito positivo no salada. Estes resultados sugerem que as variáveis do contexto afetam a aceitação do produto, mas que o relacionamento entre o efeito do contexto e a aceitação de consumidor não pode ser consistente dentro e através dos componentes da refeição.

Em outro estudo confirmam alguns dos resultados citados acima. Onde contexto da refeição e a habilidade do consumidor escolher tiveram os efeitos positivos fortes em avaliações de aceitação, enquanto a interação social e o ambiente não tiveram nenhum efeito visível nas contagens de aceitabilidade (King *et al*, 2005).

O gosto entre os gêneros também possuem certas diferenças. No estudo de HÖFELMANN (2005), sobre preferências alimentares em um restaurante *à la carte*, homens e mulheres avaliados revelaram padrões bastante distintos. Entre os homens, o consumo de todos os alimentos ricos em gorduras saturada, colesterol, sal e açúcar foram significativamente superiores. No grupo de verduras, legumes e frutas confirmou-se a tendência feminina à alimentação de melhor qualidade. Porém entre os homens com maior renda e acesso a informação verifica-se um tendência à maior critério nas escolhas alimentares, semelhante à observada entre as mulheres.

Entre as mulheres os valores estéticos propagados pela mídia exercem influência maçante, valorizando a magreza como sinal de status e sucesso profissional MANCINI (apud HÖFELMANN,2005).

3.3. A FISILOGIA DO GOSTO

O primeiro contato do indivíduo com algum alimento receberá estímulos em seus sentidos causando o que se chamam de sensação. Após uma filtragem, interpretação e reconstrução das informações recebidas pelos sentidos, ocorre a percepção.

O paladar é o principal sentido no ato de comer. A fisiologia do paladar, sentido que permite identificar sabores e gosto, compreende da interação de informações da língua e do olfato. A língua consegue distinguir apenas quatro sabores básicos dos alimentos comprovados que são: amargo, doce, ácido e salgado.

Por muitas décadas registravam a existência apenas dos quatro gostos básicos. Um quinto gosto, o *umami*, identificado por pesquisadores japoneses há um século, passou a ser universalmente aceito recentemente, após pesquisas encontrarem, na língua humana, receptores específicos para esta substância. O *umami* define o gosto dos glutamatos- o glutamato monossódico, Mas pesquisas realizadas com essas substâncias ainda não foram consistentes a ponto de sensibilizar a comunidade científica internacional. (LAMBERT, 2003).

Um alimento só tem gosto se for composto de moléculas solúveis na água, de forma que se difunda por meio da saliva até as papilas gustativas. Para ser saboroso, o alimento deve ainda ser composto de partículas voláteis, para que espalhem o aroma por nossas vias olfativas.

O perfil volátil do alimento é complexo, freqüentemente com centenas de outros componentes presentes. Esses componentes são moléculas de diversos tipos, que produzem o sabor e aroma que nós apreciamos tanto. O sabor do alimento consiste na impressão combinada de odor, aroma e gosto. O odor é provocado quando moléculas entram e alcançam os receptores pelo nariz. Aroma é a sensação quando moléculas alcançam as células olfatórias pelas vias aéreas e pela parte de trás da boca, transformando num processo que acontece durante o mastigar e o engolir (ZABARAS, 2005).

As pesquisas sobre a fisiologia do gosto começaram a avançar somente a partir do final dos anos 90. Até então, cientistas acreditavam que a língua estava dividida em regiões específicas para cada gosto – o doce era detectado por células receptoras situadas na ponta da língua, o salgado nas laterais anteriores, o ácido nas laterais posteriores e o amargo no fundo da língua. Estudos recentes comprovam no entanto, que as papilas gustativas, células responsáveis que possuem receptores para o sabor, estão espalhadas por toda a língua e têm, em seu interior, receptores para todos os gostos. Assim podemos sentir os cinco gostos em qualquer parte da língua que tenha papilas gustativas. Também há papilas na faringe e no palato, embora em concentrações muito menores (LAMBERT,2003).

Os gostos básicos podem interagir e confundir a interpretação entre gostos diferentes. Também pode ocorrer uma inibição dos gostos salgado e doce, como mecanismo de defesa do organismo ao se deparar com o gosto amargo de alcalóides e o metálico dos metais pesados. Estes gostos são associados a venenos ou a outras substâncias nocivas (MAHAN, 2002).

A comida ao entrar em contato com a boca e ser mastigada, é misturada com a saliva, que começa a dissolvê-la. As papilas gustativas em contato com as moléculas dessas substâncias, enviam, por meio de neurônios, os estímulos até o cérebro, que interpretará as sensações causadas pelos diferentes gostos. Embora a percepção do gosto pela língua seja muito importante, são certas partículas gasosas, chamadas de voláteis, que nos fazem perceber a variação sutil entre uma ervilha e um feijão, ambos pertencentes ao grupo das leguminosas.

Ao se difundirem durante a mastigação pela cavidade oro-nasal que liga a boca ao nariz os voláteis atingem células especializadas da mucosa do nariz, por onde passam todos os cheiros. São cerca de 10 milhões de células responsáveis pelo olfato, capazes de identificar até 10 mil moléculas diferentes e até 20 níveis de intensidade. Numa área de aproximadamente um centímetro quadrado, são desencadeados impulsos elétricos em direção do cérebro. A sensação resultante é fundamental na identificação do gosto do que comemos. A eficiência do olfato varia de pessoa para pessoa (PETTI, 2001).

No estudo de LABBE *et al.*, 2006, foi investigado o papel dos fatores na integração da percepção olfatória, do gosto e o papel da congruência e da familiaridade na percepção em produtos reais. Os perfis sensoriais foram avaliados com e sem pregadores olfatórios. Sem pregadores olfatórios, os aromas foram percebidos além dos atributos. Com pregadores olfatórios, os resultados mostraram que nenhum dos aromas colocados forneceram todo o sabor adicional às bebidas, o que evidenciou a influência do olfato na percepção de gosto em matrizes complexas. Os resultados deste estudo também sugerem que a integração do gosto-sabor-olfato é produto dependente e relacionado à experiência do alimento, mesmo ao trabalhar com avaliadores treinados. Além disso, a aversão causada pela neofobia relacionada ao consumo de um produto novo e amargo pode realçar a sensação de amargor quando há a não-familiaridade do produto, que neste estudo a sensação esteve aumentada mesmo com a adição de aromatizante de baunilha em bebidas lácteas amargas.

Porém muitos estudos devem ainda ser realizados sobre o olfato e paladar para predizer sobre as percepções. Num estudo de KING, *et al* (2006) não houve nenhuma evidência para o realce gustatório do doce quando o sabor teve uma adição de odor "doce", tal como o maltol e a o vanilina (substâncias sintéticas que dão aroma) que foram adicionados ao sabor da banana e ao sabor de maçã verde.

A temperatura dos alimentos é importante na aceitação de um prato pois possibilita a maior liberação de moléculas aromáticas. A ausência do vapor do alimento, o que chamamos de "fumacinha", dificulta o estímulo do apetite e torna o sabor incompleto, pela ausência do aroma. A temperatura em excesso pode também causar modificações indesejáveis. Um aquecimento exagerado e os aromas abandonam o prato ou são degradados em moléculas acres ou amargas ao paladar, chamados de *off-flavors* (SUCAN, 2004).

Já os alimentos servidos em temperaturas muito baixas reduzem a irrigação do sangue da língua, diminuindo a percepção do gosto, podendo ocorrer a sensação de anestesia. Outro fator interferente é a textura, percebidas pelas papilas em contato com o alimento, que estimula audição e o tato na mastigação.

O fator "croc" devem atender as expectativas, pois nossa memória sensorial nos ensinou, que se não apresentarem a textura e ruídos padrão, alguns alimentos passariam por velhos e impróprios para o consumo (LAMBERT, 2003).

No estudo de DREWNOVISK (1997) a primeira sensação é o aroma das moléculas voláteis, solúveis em gorduras. As sensações orais envolvem a textura dos alimentos cujo estímulo se modifica com o tempo, da primeira mordida ao mastigar e engolir. As texturas associadas com a mudança no teor de gordura podem variar bastante dependendo da função do alimento em particular. Em laticínios líquidos, por exemplo, em que a gordura está contida em micro-glóbulos, a percepção do seu conteúdo é guiada por aspectos sensoriais de maciez ou de suavidade. Por outro lado, a umidade das tortas e o aspecto suculento dos *hamburguers* são determinados pela qualidade de retenção de água e pela presença das gorduras, ao passo que texturas crespas e ruidosas podem ser obtidas pelo cozimento das gorduras a temperaturas acima do ponto de ebulição da água.

A diminuição ou a perda do gosto e do odor é sinal de saúde comprometida. Isto pode ser provocado pela ingestão de certos medicamentos, algumas doenças ou tratamentos como a quimioterapia, bem como por certas carências, por exemplo, em zinco, ou simplesmente pelo envelhecimento (ASSIS, 2002).

No estudo de KREMER, *et al.*(2005), foi avaliado os atributos de textura e sabor de waffles doces e de sabor de queijo em jovens e adultos de 18-35 anos e em idosos de 60-85 anos. Seus testes mediram a sensibilidade da textura nas três categorias e a sensibilidade olfatória somente em pessoas idosas. Uma diminuição na percepção do sabor na apreciação do alimento foi observada nos idosos. Os jovens foram mais eficientes na mastigação e melhores no teste oral do reconhecimento. Entre a sensibilidade idosa, a olfatória influenciou avaliações da intensidade do sabor, visto que a menor sensibilidade da textura não foi relacionada à percepção de atributos sensoriais.

A ageusia é a perda do sentido do gosto; a hipogeusia se refere ao diminuição da sensibilidade do gosto, e a parageusia é a alteração na sensibilidade do gosto. A anosmia se refere a uma das alterações relativas à

percepção do odor ocasionada pela deficiência de sensibilidade aos estímulos olfativos, podendo ser total ou parcial, temporária ou permanente, e normalmente ocorre com o envelhecimento. Já no caso do sentido de odores há a hiperanosmia que é a percepção aumentada do odor, e pode ocorrer nos meses iniciais da gravidez. A anosmia é a percepção de determinado odor, independente de qualquer estímulo. Enquanto a heterosmia é a interpretação psicológica de um odor, ocorrendo troca de odores (MAHAN, 2002).

O paladar é diretamente sugestionado pela cor. As cores vibrantes como vermelho, laranja e amarelo, despertam e estimulam o paladar. Por outro lado as cores frias como azul, verde, marrom e preto são consideradas menos estimulantes (LAMBERT, 2003).

Os aspectos sensoriais são considerados desencadeadores da escolha alimentar, e por isso grande ênfase é dada a sua associação com os atributos de qualidade nutricional. (PROENÇA *et al.*, 2005). A experiência sensorial vivenciada por um indivíduo permite que ele estabeleça expectativas sobre os alimentos a consumir. Os sons provocados pela mordida ou pela mastigação completam a percepção da textura e fazem parte da satisfação de comer.

Pesquisadores de institutos de pesquisa do exército americano verificaram que uma nutrição apropriada dos recrutas e soldados não era atingida somente com a formulação de refeições balanceadas dieteticamente, pois isso não garantia aceitação dos alimentos pelo pessoal militar. A importância das propriedades sensoriais na aceitação do alimento tornou-se reconhecida. Recursos foram alocados para estudos, visando a identificação de preferências, bem como ao aspecto mais básico de como medir a aceitação dos alimentos (CHAVES, 1998).

3.4. COMBINAÇÕES DE TÉCNICAS E SABORES

Após o domínio do fogo, ocorre favorecimento do desenvolvimento de novas técnicas de cocção, adição de ervas e sementes aromáticas que foram acrescentadas às preparações, ampliando os sabores percebidos pelos alimentos (CARNEIRO, 2003).

O alimento é, naturalmente, feito de componentes químicos, e pela cocção leva a uma série das reações químicas que modificam alguns destes componentes. Os objetivos do procedimento de cozinhar são diversos: eliminar microorganismos, manter ou realçar o valor nutritivo do alimento, melhorar a textura, a aparência, o sabor e o aroma do alimento.

Os alimentos contêm macromoléculas de proteínas, carboidratos e lipídios em proporções variadas. Além da parte nutricional estes componentes são conhecidos por gerar uma ordem vasta de moléculas de sabor. Quando sofrem modificações para tornarem mais apetitosos e mais fáceis de serem digeridos (cocção), sofrem também reações físicas e químicas que irão causar desarranjos moleculares (ZABARAS, 2005) e assim a alteração na proporção dos sabores (SUCAN, 2004).

As gorduras são responsáveis pelo aroma e textura característicos de muitos alimentos afetando assim a palatabilidade (GRISWOLD, 1972). Estudos demonstram que a combinação de açúcar e gordura potencializa a resposta ao prazer (ASSIS, 2002).

Além disso os sabores se modificam por sua agregação simples, dupla, múltipla; podendo fracassar em maior ou menor grau. (SAVARIN,2001). A técnica de preparo deve obedecer as características de cada alimento a fim de potencializar o sabor.

Hoje, a culinária progride graças aos métodos de análise, aperfeiçoados nas últimas décadas, que detectaram a presença de compostos em concentrações ínfimas, mas de papel aromático preponderante(THIS, 1998).

Na gastronomia são classificadas substâncias diversas segundo suas qualidades, indicando as que podem se associar, e, avaliando seus diversos graus

de aliabilidade, distinguindo as que devem ser a base de nossas refeições daquelas que são apenas acessórios, e, também daquelas que, já não sendo mais necessárias, são no entanto, uma distração agradável, e se tornam o acompanhamento indispensável da confabulação convivial (SAVARIN, 2001).

A variedade de ingredientes que existem ao redor do mundo, torna claro que existe uma infinidade de combinações. Assim a probabilidade do número de sabores é infinita, pois todo corpo solúvel tem um sabor especial que não se parece com nenhum outro.

A essência dos ingredientes englobando a aparência, o aroma, a textura assim como seus sabores é o ponto inicial de toda cozinha. Somente quando se conhecem e respeitam a essência dos ingredientes pode-se realçar adequadamente os sabores. Isso se torna real através de duas formas: da aplicação de técnicas de preparo que servem para melhorar as características dos ingredientes, e através da combinação de sabores harmoniosamente, que tem como propriedade realçar e ressaltar outros sabores. Porém, poderá ocorrer de dois ingredientes não se combinarem, no entanto sempre há um terceiro ingrediente que une os dois “casando-os” no prato.

Quando se discute o efeito de se combinar sabores, um fato importante é o nível de presença de cada sabor. Um sabor pode-se sobrepor ao outro, enquanto em pequenas quantidades e o mesmo sabor tem o poder de ressaltar outros. O melhor prato é aquele que o gosto de seus ingredientes estão ainda preservados.

O conhecimento específico das propriedades dos sabores dos ingredientes permite ao *chef* manusear e combinar com outros, estando atento à contribuição do ingrediente ao prato, possibilitando criar novos sabores e texturas.

A história dos gostos estético e literário relaciona-se com a dos gosto culinário, no interior do qual também encontraremos vertentes neoclássicas assim como vocações barrocas. A manutenção do gosto pelos pratos fortemente condimentados, tão típicos da época renascentista, tornou-se um traço barroco na França onde o classicismo voltava a louvar o culto do natural (CARNEIRO, 2003).

A tendência gastronômica *universal* busca alimentos mais leves, saudáveis e sem muitos artifícios, como a *nouvelle cuisine* francesa ou japonesa. Tais

tendências foram iniciadas na segunda metade do século XX, quando cozinheiros, *grands chefs* e gastrônomos defendiam a culinária de realce do sabor natural, valorizando alimentos com cozimento rápido, sem temperos sem excesso, de molhos leves e menos gordurosos (ARAÚJO, 2005).

É importante que o chef entenda a história dos alimentos assim como tenha uma vasta memória gustativa e conhecimento das combinações clássicas, pois novos pratos se baseiam neles (DORNENBURG, 1996).

E assim pode-se usufruir de técnicas aplicadas a alimentos para aguçar os sentidos. A disposição do alimento no prato, a utilização de molhos para intensificar o brilho e destacar aspectos como sabor, a variação das cores, estabelecendo um contraste podendo até incentivar o consumo de vegetais, são algumas das técnicas que o *chef* pode utilizar para atrair o indivíduo a degustar seu prato. Há, ainda, o uso de decoração com elementos coloridos, a seleção do melhor utensílio para servir a preparação, o corte padronizado após cocção e a disposição em que é servido (PROENÇA *et al*, 2005).

SAVARIN (2001) em sua obra, dedicou-se a realizar um apanhado gastronômico da sua época, com exaltações a certos alimentos assim como as técnicas de preparo envolvidas a se degustar um bom prato, e coloca que “a descoberta de um novo prato faz mais pela felicidade de gênero humano que a descoberta de uma estrela”. Cabe ao cozinheiro reconhecer os bons produtos e as técnicas e harmonizá-los (THIS, 1998).

4. CONCLUSÃO

A gastronomia objetiva proporcionar prazer, relacionando a qualidade do alimento com as sensações despertadas em quem o avalia e o ingere (CARDOSO, 2004). Dados obtidos em pesquisas sobre comportamento alimentar indicam que o sabor é o principal determinante da escolha e consumo (ASSIS,2002).

A abordagem sobre a questão complexa das influências sociais, culturais e fisiológicas que se interagem ao longo da existência do indivíduo (HÖFELMANN, 2005) para formar o hábito alimentar e o gosto, é de grande importância para o setor gastronômico, pois são os fatores que interferem nas opções de escolha do consumidor e na expectativa com relação a um prato.

Estudos de aceitação sensorial de alimentos, através de pesquisas das moléculas sápidas, de substâncias aromáticas, de substitutos alimentares palatáveis mais saudáveis (por exemplo no caso de gorduras), são pesquisas bastante promissoras.

O setor de alimentação tem crescido bastante nos últimos anos, e por isso deve estar atento a esses fatores. Sabe-se que nem todos terão a mesma reação em relação a um determinado alimento mas pontos como técnicas e combinações de sabores devem sempre ser estudados para potencializar a aceitação do prato, dando ênfase às cores, temperatura, textura e aroma.

O estilo e vida moderno dificulta a adoção de uma alimentação saudável. O aumento de doenças crônicas não-transmissíveis relacionadas à má alimentação e a falta de atividade física torna evidente a busca pela qualidade de vida, e exige a incorporação de hábitos saudáveis. Uma alimentação de qualidade deve refletir além do seu valor nutricional, preocupações com processos de produção e conservação de alimentos que valorizem tudo o que for natural, palatável e saudável. Os profissionais de saúde devem estar atentos para orientar as pessoas nas suas escolhas, coerentes às necessidades nutricionais. Uma maior divulgação através da mídia e a facilitação ao acesso aos alimentos naturais, funcionais e nutracêuticos devem ser revistos como uma estratégia de marketing, para

aumentar sua demanda no mercado e tornar-se um produto familiar ao hábito do consumidor.

Finalmente, a nova tendência da gastronomia é acompanhar a necessidade pela qualidade alimentar se voltando para a gastronomia saudável, nutritiva e dietética. SCHLÜTER (2003) cita dessas novas tendências, as orientadas ao consumo de frutas e hortaliças e de outros pratos regionais que incorporam outros alimentos para a elaboração de seus pratos. Tanto na alimentação de hospitais quanto nos estabelecimentos voltados para a população saudável, esse segmento tem fortes chances de prosperar.

E por isso o setor deve buscar se inovar e adaptar para que atenda às necessidades e expectativas do cliente em relação a saúde. O consumidor informado e preocupado com a qualidade de vida tenderá a freqüentar os lugares que ofereçam serviços voltados a esse tipo de gastronomia.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, W.M.C. *et al.* **Da Alimentação à gastronomia.** Editor UnB,2005.102p.

ASSIS, M.A. A., **A importância da gastronomia na Elaboração de Dietas Saudáveis.** Nutrição em Pauta (55)58-62 Jul/Ago,2002.

BEAUCHAMP, G. ; MALLER, O. **The development of flavor preferences in humans** In: Kare, S. & MALLER, O.(Eds). The Chemical senses na Nutrition. New York: Academic Press, 1977, p. 291-310.In: ASSIS, M.A. A., **A importância da gastronomia na Elaboração de Dietas Saudáveis.** Nutrição em Pauta (55)58-62 Jul/Ago,2002.

BIRTCH, L.L. *et al.* **Conditioned Flavor preference in Young children.** *Physiol. Behav.*, 1990. v.47: p. 501-505.

BLOSSFELD,I *et al.* **Texture preferences of 12-month-old infants and the role of early experiences.** *Food Quality and Preference.* May/2006. doi: 10.1016

BOURDIEU, P. **La Distinction. Critique Social du Jugement.** Paris: Lês Editions de Minuit. 1979.

CARDOSO, M.H; MARQUES, S.B. **Avaliação Sensorial de Salada de Verão: Estudo do Efeito do tipo de Corte de Hortaliças Cruas sobre a Preferência do Consumidor.** Nutrição em Pauta (64) Jan/Fev 2004.

CARNEIRO, H. **Comida de Sociedade: Uma História da alimentação.** 3º Edição Rio de janeiro: Elsevier,2003. 185p.

CHAVES, J.B.P. **Análise Sensorial- Histórico e Desenvolvimento.** Viçosa:UFV, 1998. 31p. (Cadernos Didáticos 32).

DORNENBURG,A ; PAGE,K. **Culinary Artistry.** New York-NY.John Wiley&Sons, Inc.1996. 426p.

ENNEKING, U.; NEUMANN,C.; HENNEBERG,S.; **How important intrinsic and extrinsic product attributes affect purchase decision.** *Food Quality and Preference.* September,2005. doi:0.1016

FINKELSTEIN, J. **Dining Out: A sociology of Modern Manners**, Cambridge: Polity Press. 1989.

FOUILLÉ, D. Desenvolvendo o Gosto por alimentos saudáveis. *In*: SLOAN, D. **Gastronomia, Restaurantes e Comportamento do Consumidor**. Barueri: Manole, 2005. p.176-189.

GIBNEY, R.S; KEARNEY, J.M.; KEARNEY, M. **IEFS pan-EU survey of consumer attitudes to foods, nutrition and health**. Eur. J. Nutr., 1997, v.51, n.2 (suppl), p.557-558.

GRISWOLD, R. M. **Estudo Experimental dos Alimentos**. São Paulo, Ed. USP, 1972.460p.

HÖFELMANN, D.A .; GARCIA, L. **Análise das Preferências Alimentares dos Clientes de um Restaurante de Culinária Internacional à La Carte**. Revista Nutrição em Pauta. 18-24p. Mar/ Abr,2005.

HOLANDA, A.B. **Minidicionário de Língua Portuguesa**. 3º Edição, São Paulo: 1999.

KIHLBERG, I; RISVIK, E. **Consumers of organic foods – value segments and liking of bread**. July/2006. doi: 10.1016

KING, B.M. *et al.* **Retronasal odor dependence on tastants in profiling studies of beverages** . Food Quality and Preference. March /2006. doi: 10.1016

KING, S.C. *et al.* **The effect of meal situation, social interaction, physical environment and choice on food acceptability**. Food Quality and Preference. June, 2004.doi:0.1016

KING, S.C. *et al.* **The effects of contextual variables on food acceptability: A confirmatory study**. Food Quality and Preference. September,2005. doi:0.1016

KREMER, S.; MOJET, J.; KROEZE, J.H.A. **Differences in perception of sweet and savoury waffles between elderly and young subjects**. Food Quality and Preference. October,2005. doi:0.1016

KUNZ, G; KAMINSKI, P. **The Elements of Taste**. 1st Ed. New York Boston. Little, Brown and Company. 2001. 261p.

LABBE, D. *et al.* **Modulation of perceived taste by olfaction in familiar and unfamiliar beverages**. Food Quality and Preference. May/2006. doi: 10.1016

LAMBERT, P. **Em todos os sentidos. Super Interessante Especial- A Fantástica Ciência da Comida**, Editora Abril, Junho, 2003, p. 06-09. ISSN 0104-1789.

LANZILLOTTI, R S; LANZILLOTTI, H. S. **Sensorial analysis under the focus of fuzzy logic**. Rev. Nutr., May/Aug. 1999, vol.12, no.2, p.145-157. ISSN 1415-5273.

LAWLESS, H.T.; HEYMANN, H. **Sensory evaluation of food: principles and practices**. Gaithersburg: Aspen Publishers, 1999. 827p.

LISTER, T. ; BLUMENTHAL, H. **Kitchen Chemistry**. 1 Ed. Royal Society of Chemistry, 2005. 125 p.

MAHAN, L.K.; ESCOTT-STUMP, S. **Alimentos, Nutrição e Dietoterapia**. 10^a ed. São Paulo. Roca, 2002, 1179p.

MANCINI, M. **Métodos de avaliação da obesidade e alguns dados epidemiológicos**. Revista Abeso. Disponível em: <<http://www.abeso.org.br/revista/revista11//metodos.htm>> acesso em 12out.2003.
DREWNOVSKA, A. **Why do we like fat?** J. Am. Diet. Assoc. 1997. v.97, n.7 (Suppl.), p.S58-S62.

MORETTI, C.L.; SARGENT, S.A. **Fresh-cut growth in Brazil**. *Fresh-cut Magazine*, v.10, p.24-29, 2002.

OMS- Organização Mundial de Saúde Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Organiza%C3%A7%C3%A3o_Mundial_da_Sa%C3%BAde> Acessado em: 12/09/2006.

PETTI, C H. **A ciência na Cozinha**. Revista Galileu, 56-61p. Setembro, 2001.

PITTE, J. R. **Gastronomia Francesa. História e geografia de uma paixão.** Porto Alegre, LP&M, 1993, p.17.

POULAIN, J.P. “ **A Importância dos Aspectos Sociais e Culturais na Gastronomia e Nutrição**” - V Congresso Internacional de Gastronomia, Nutrição e Qualidade de Vida. 24-26 Junho, 2004.

POULAIN, Jean-Pierre e PROENÇA, Rossana Pacheco da Costa. **O espaço social alimentar: um instrumento para o estudo dos modelos alimentares.** *Rev. Nutr.*, jul./set. 2003, vol.16, no.3, p.245-256. ISSN 1415-5273.

PROENÇA, R.P.C. *et al.* **Qualidade nutricional e sensorial na produção de refeições.** Ed da UFSC, 2005. 221p.

PROENÇA, R.P.C., **Desafios Contemporâneos com Relação à Alimentação Humana.** *Nutrição em Pauta.* Jan/Fev, 2002.

PSZCZOLA, D.E. **A changing perception of taste perception.** *Food Technology.* Chicago. 58(11)56: November 2004.

SAVARIN, B. **A Fisiologia do Gosto.** 3 Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. 379p.

SCHLÜTER, R.G. **Gastronomia e Turismo.** São Paulo: Editora Aleph, 2003.

SEYMOUR, D. A construção Social do Gosto. *In:* SLOAN, D. **Gastronomia, Restaurantes e Comportamento do Consumidor.** Barueri: Manole, 2005. p.1-26.

SLOAN, D. O paladar pós-moderno: comer fora na era individualizada. *In:* SLOAN, D. **Gastronomia, Restaurantes e Comportamento do Consumidor.** Barueri: Manole, 2005. p.27-49.

SOSA, M; HOUGH, G. **Sensory acceptability of menus and sweet snacks among children and adults from low- and medium-income households in Argentina.** *Food Quality and Preference.* April/2006. doi:0.1016

SUCAN, M. K. **Identifying and preventing off-flavors.** *Foodtechnology* 58, (11) 36 November 2004.

THIS, H. **Um Cientista na Cozinha** 3. ed. São Paulo: Ática, 1998. 240p.

ZABARAS, D. **Unravelling the Mystery of Food Aroma** Issues. Victoria. Iss. 72; 25-28. September 2005.

URALA, N.; LÄHTEENMÄKI, L. **Consumers' changing attitudes towards functional foods**. Food Quality and Preference. September/2005. doi: 10.1016

WOOD, R. C. Gênero e paladar gastronômico. *In*: SLOAN, D. **Gastronomia, Restaurantes e Comportamento do Consumidor**. Barueri: Manole, 2005. p. 153-174.