

Por que melhorar a apresentação das frutas e hortaliças?

¹Marcos José de Oliveira Fonseca

Muito provavelmente os consumidores dos grandes centros urbanos não conhecem as plantas que dão origem às frutas e hortaliças que consomem. No Brasil, onde a maioria da população vive nas grandes cidades, é comum se ouvir: “- Não conheço o pé de mamão” ou “no quintal da casa da minha avó, tinha um pé de...”. A partir deste desconhecimento e da enormidade de plantas que suprem a população destes alimentos, também é de se imaginar a falta de informação sobre a diversidade que existe em um mesmo pé, ou em uma mesma roça, de frutas ou hortaliças.

Compõe esta variação o tamanho das frutas (que podem variar em função da data de fertilização da flor, das relações fonte-dreno dentro da mesma planta, das condições climáticas durante a formação destes órgãos vegetais, das diferenças atribuídas ao clima e a região produtora). A tais condicionantes naturais somam-se outras como as de origem biótica, ou seja, pragas que atacam estas mesmas frutas e hortaliças para se alimentar. É neste universo que o produtor se depara ao realizar a sua colheita.

Na outra extremidade da cadeia de comercialização está o consumidor querendo frutas e hortaliças bonitas e saborosas cada vez que vai ao mercado. Para conciliar esta discrepância realizam-se os procedimentos de padronização dos produtos que, tecnicamente, são separados em técnicas não excludentes de seleção, classificação e embalagem.

A seleção consiste na separação qualitativa das frutas e hortaliças, com o objetivo de remover produtos fora de padrão de qualidade para a posterior fase de classificação. A seleção se inicia na lavoura, ao se colher apenas as frutas ou hortaliças que estejam em seu ponto de colheita, que é definido por tamanho, cor, firmeza, tempo, etc. refletindo seu estágio de maturação fisiológica e condição mínima necessária para ser embalado, transportado e, finalmente, oferecido ao consumidor.

Realizada a colheita, as frutas e hortaliças são levadas para um local apropriado, dentro da propriedade, para nova seleção no momento de se classificar. A classificação é a organização qualitativa do produto já selecionado. Em outras palavras, é a separação em lotes homogêneos para facilitar a operação de comercialização, de valoração do que vai ser vendido/comprado.

Cada produto possui normas próprias de classificação, refletindo o que o mercado demanda. As principais vantagens da classificação são conferir boa apresentação, proporcionar a obtenção de preço mais justo para quem vende e facilitar o processo decisório de compra.

Em termos gerais, a classificação é realizada por grupo (formato), classes ou calibres (maior diâmetro ou comprimento) e tipo ou categoria (percentual de defeitos leves ou graves, considerados a partir da comparação com um fruto ou hortaliça perfeito ou padrão). Esta classificação é necessária antes ou no momento de se embalar os produtos de modo a se evitar que a desuniformidade de tamanhos, estágios de maturação, variedade (laranja Pera ou Lima, por exemplo) e sanidade.

Neste último caso, evita-se que um produto podre contamine o lote. Finalmente, passa-se a última e complementar etapa de embalagem. O processo de embalagem facilita o transporte, protege e favorece a conservação do produto, mantendo-o íntegro, bem mais do que apenas colocá-lo dentro de um recipiente.

Para tanto, a embalagem deve ser lisa e não conter arestas (para não machucar o produto), ser limpa (para não contaminar o produto) e confeccionada com material de qualidade para se manter íntegra durante todo o processo de comercialização.

Tais embalagens podem ser retornáveis para serem reutilizadas ou descartáveis. Nestes casos podem ser de madeira, papelão ou plástico, dependendo de variáveis de mercado para a sua escolha.

**¹Marcos José de Oliveira Fonseca, pesquisador da Embrapa Agroindústria de Alimentos
(mfonseca@ctaa.embrapa.br)**