

Veículo: REDE SOCIAL DO CAFÉ	Editoria: Notícias	Página:	Data: 21/03/2019
Tipo: INTERNET	Assunto: Pesquisador da UEL desenvolve bebida gelada de café para jovens		
Instituição citada: UEL e Embrapa Rondônia			
http://www.redepeabirus.com.br/redes/form/post?topico_id=78862			

Peabirus CONSTRUA O SEU CARRINHO A+ A- | Login

[Início](#) [Comunidades](#) | [Meu Peabirus](#) | [Minha Conta](#) | [Membros](#) | [Sobre o Peabirus](#) | [Dúvidas](#) | [Ajuda](#)

Rede Social do Café

Pesquisador da UEL desenvolve bebida gelada de café para jovens



Divulgação/UEL

Um mestrando da UEL (Universidade Estadual de Londrina) está trabalhando em uma pesquisa dentro do programa de pós-graduação do departamento de Ciências e Tecnologia de Alimentos com o objetivo de desenvolver uma bebida gelada de café, agradável ao paladar e viável do ponto de vista mercadológico, com especial atenção à embalagem. Vale lembrar que, na literatura da área, não foram encontrados ainda trabalhos com caracterização físico-química ou aceitação do produto café gelado.

João Leonardo Violin se baseia no fato de que o Brasil é o maior produtor e exportador de café do mundo e tem o segundo maior público consumidor da bebida. Porém, diferente de outros países, os jovens não ajudam a engrossar esta segunda estatística. Além disso, de forma geral, brasileiros não tomam café gelado. Violin é orientado pela professora Marta de Toledo Benassi.

Parte de seu público-alvo não está no Instituto Federal do Paraná de Jacarezinho (Norte Pioneiro), onde o mestrando é professor desde 2017, e parte entre colegas da UEL. Delimitou, metodologicamente, a faixa etária de 15 a 24 anos, seguiu protocolos específicos de participação de sujeitos em pesquisa e adotou a técnica de grupo focal, um método qualitativo que permite que os sujeitos pesquisados se expressem e mostrem pontos de vista individuais, coletivos e de subgrupos, eventualmente.

No grupo focal, os jovens - todos voluntários - foram estimulados a falar da possibilidade e viabilidade de tomar café gelado, assim como discutiram o que a embalagem desse produto deve ter para ser mais atraente ao público jovem. No primeiro momento, havia jovens consumidores e não consumidores de café, mesmo quente, num total de 70 pessoas. A partir dos dados levantados ali, Violin desenvolveu um produto com paladar agradável à faixa etária, com embalagem igualmente atraente.

Além da pesquisa teórica e análises físico-químicas do café para chegar ao sabor desejado, o mestrando fez análise sensorial com os jovens voluntários, que avaliaram produto e embalagem propostos, bem como o preço sugerido.

Aprovado

O resultado foi que os voluntários, ainda que estranhando o café frio, acenaram com a possibilidade de consumir a bebida. Mesmo quem não gostava de café acabou aprovando a ideia. E foram muitas as sugestões apresentadas.

Quanto à embalagem, por exemplo, foi escolhida a que tem cores marrom e preto, que remetem ao grão e à bebida, respectivamente. A imagem de uma xícara foi rejeitada, pois lembra a bebida quente. Uma explicação sobre o preparo também deve constar, de acordo com os pesquisados. O produto pode ser coado, espresso ou solúvel. Violin desenvolveu embalagem em lata, material que tem aspecto tradicional, afetivo, além de prático. O preço também não assustou - ficou mais barato que um refrigerante. Segundo o pesquisador, seria a "porta de entrada" dos jovens para o consumo de bebidas e outros produtos com café.

Esta etapa já rendeu a Violin e a orientadora a publicação de artigo científico.

Em uma segunda fase, mais de 100 voluntários experimentaram o café feito quente e frio, puro, sem açúcar, conjugando intervalos de tempo e diferentes temperaturas, a fim de chegar ao ponto desejado. Diferentes concentrações também foram testadas, até padronizar na proporção 1/10 (café/água). Novamente, a expectativa em relação à embalagem foi grande, mas a reação foi igualmente positiva.

A terceira etapa da pesquisa teve três momentos. O primeiro foi a degustação às cegas, ou seja, o café foi servido, em copo de isopor, sem que o voluntário visse a embalagem. O segundo momento, dias depois, consistiu em apresentar somente a embalagem, à qual o voluntário dava uma nota de zero a 10. No terceiro momento, o voluntário recebeu ambos - bebida e embalagem - para atribuir nota.

Mais uma vez os produtos foram aprovados, e a conclusão é de que são viáveis, em termos de mercado. Frio ou quente, embora diferentes, não apresentaram significativa diferença de aceitação.

Avanços

A professora lembra que há grande número de pesquisas sérias e consolidadas que atestam os benefícios do café para a saúde humana, e que um novo produto, desenvolvido em pesquisa, como esta, torna-se mais uma boa opção. Dali para novos produtos, como a opção café solúvel, seria um curto passo.

A orientadora da pesquisa também disse que as pesquisas continuam avançando: outra mestranda, na mesma linha, estuda a extração e efeitos sensoriais em duas qualidades de café. Trata-se de uma pesquisa que utiliza café que vem da Amazônia e tem parceria com a Embrapa/Rondônia.

Redação [Bonde com Assessoria de Imprensa](#)