

## ANÁLISE DE ATRIBUTOS EM RÓTULOS DE CERVEJAS COMERCIAIS E ESPECIAIS

I Simpósio Brasileiro de Bebidas Fermentadas e Destiladas., 1ª edição, de 13/04/2021 a 16/04/2021  
ISBN dos Anais: 978-65-86861-97-6

HADDAD; Felipe Furtini <sup>1</sup>, CARNEIRO; João de Deus Souza <sup>2</sup>

### RESUMO

**1.Introdução** A cerveja é um produto elaborado, originalmente no Egito, desde aproximadamente 9.000 anos a.C.. Atualmente, são comercializadas no Brasil cervejas comerciais e cervejas especiais. A cerveja especial, já estabelecida no mercado internacional, começou a ganhar espaço no Brasil nas últimas décadas, sendo uma cerveja que apresenta diferentes *flavors*, gerando um produto diferenciado quando comparado à cerveja comercial em relação aos ingredientes, produção, rotulagem, embalagem e consumo (Donadini et al., 2016). Atributos que caracterizam a cerveja tais como IBU - *International Bitterness Unit* - e EBC - *European Brewing Convention* - podem estar presentes no rótulo do produto, sendo importantes na comunicação com o consumidor. Porém, a diferenciação na presença destes atributos em rótulos de cervejas comerciais e especiais pode se tornar um importante fator de distinção entre estes produtos e seus públicos-alvo. Diante disso, o objetivo deste trabalho foi analisar a presença de atributos em rótulos de cervejas comerciais e especiais no comércio de Lavras/MG. **2.Material e métodos** Foram adquiridas 32 marcas de cervejas comerciais e 30 marcas de cervejas especiais em três grandes redes de supermercados de Lavras/MG, sendo os rótulos analisados quanto à presença de cinco atributos: graduação alcoólica, amargor (IBU), coloração (EBC), tipo de fermentação e termo “puro malte”. Realizou-se análise de frequência nos dados obtidos, utilizando o software *Microsoft Excel*. **3.Resultados e discussão** **3.1 Graduação alcoólica** Observou-se, em todos os rótulos das cervejas analisadas, a presença da graduação alcoólica do produto

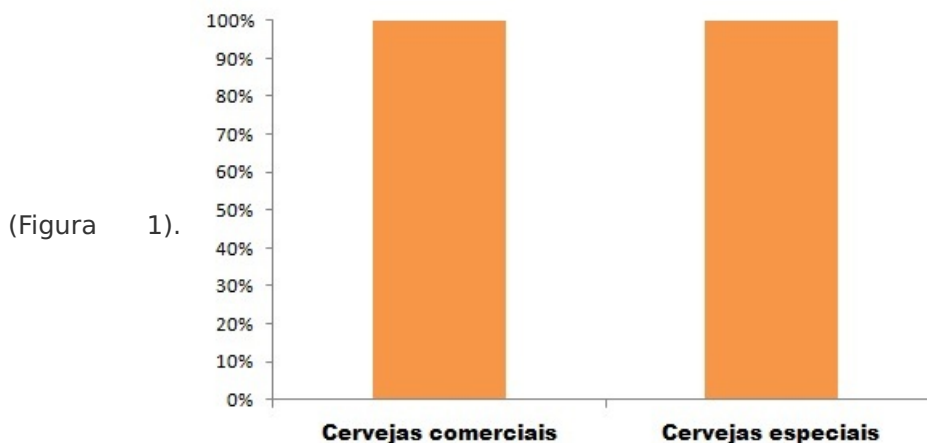


Figura 1 – Presença do atributo “Graduação Alcoólica” nos rótulos das cervejas. A informação era esperada, uma vez que os rótulos de cervejas

<sup>1</sup> Universidade Federal de Lavras, felipe.haddad@ufla.br

<sup>2</sup> Universidade Federal de Lavras, joaodedeus@ufla.br

comerciais e cervejas especiais devem apresentar a declaração do teor alcoólico, conforme Instrução Normativa nº 65 de 2019 (Brasil, 2019). **3.2 Amargor (IBU)** Conforme Figura 2, nenhuma embalagem de cerveja comercial apresentou o teor de amargor expresso no rótulo, enquanto 50% dos rótulos de cervejas especiais analisados continham essa informação disponível para o consumidor.

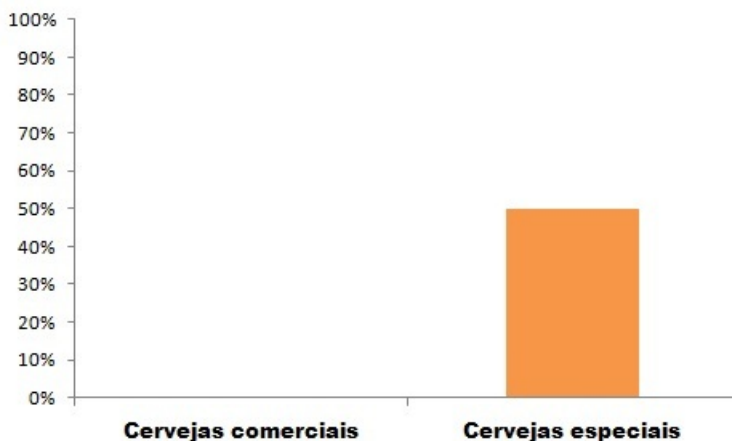


Figura 2 -

Presença do atributo “Amargor (IBU)” nos rótulos das cervejas. Normalmente, quanto maior o nível de iso- $\alpha$ -ácidos oriundos do lúpulo, maior a intensidade percebida de amargor (Oladokun et al., 2016). Consumidores de cervejas especiais procuram maior conhecimento sobre determinadas características do produto, como o IBU, uma vez que influenciam diretamente no sabor e aroma da cerveja. A informação do valor do IBU, no rótulo da cerveja especial, torna-se cada vez mais uma tendência a ser explorada pelas cervejarias. **3.3 Coloração (EBC)** Nenhum rótulo de cerveja comercial apresentou o valor da coloração da bebida. Todavia, 33% das cervejas especiais continham a informação em seus rótulos (Figura 3).

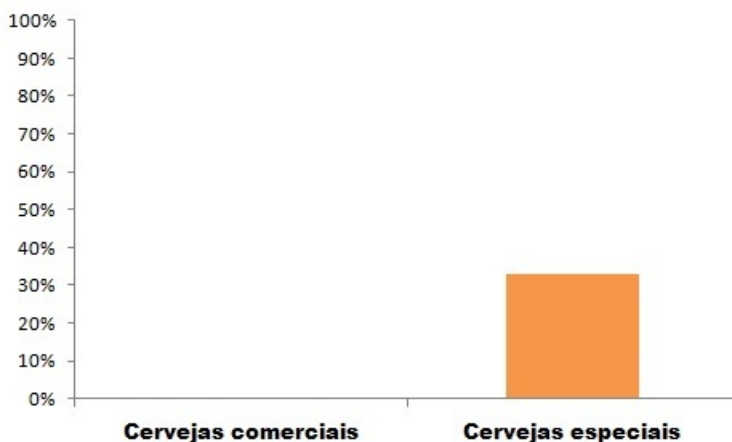


Figura 3 -

Presença do atributo “Coloração (EBC)” nos rótulos das cervejas. Durante a fabricação do malte, nas etapas de processamento térmico (secagem ou torrefação), ocorrem os maiores impactos sobre a cor do grão, e a combinação específica de matéria-prima e processos térmicos dão origem a essa característica de interesse à cerveja (Yahya et al., 2014). O EBC é um sistema europeu desenvolvido a fim de se classificar a cerveja em relação à sua cor. Há relação entre cor da cerveja e presença de sabores/aromas característicos. Cervejas mais escuras tendem a apresentar *flavors* mais complexos e evidentes, expondo uma importante relação entre característica do produto e perfil do consumidor deste tipo de cerveja. Com isso, a informação da coloração da cerveja torna-se um importante aspecto na comunicação entre produto e consumidor. **3.4 Tipo de fermentação** Quanto ao tipo de fermentação, 78% das cervejas

<sup>1</sup> Universidade Federal de Lavras, felipe.haddad@ufla.br

<sup>2</sup> Universidade Federal de Lavras, joaodedeus@ufla.br

comerciais apresentaram a informação, superior ao observado em 60% das cervejas especiais (Figura 4).

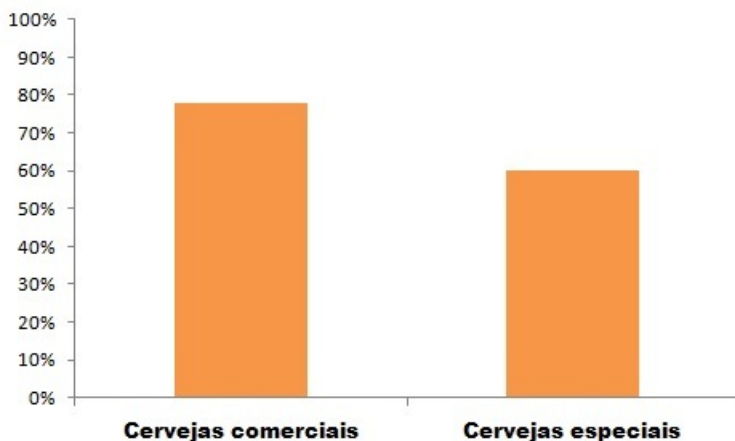


Figura 4 -

Presença do atributo “Tipo de Fermentação” nos rótulos das cervejas. Há 2 (dois) grandes grupos de cerveja conforme o tipo de fermentação: a cerveja *Lager*, conhecida como de baixa fermentação, e a cerveja *Ale*, conhecida como de alta fermentação. Tais grupos apresentam características de corpo, sabor e aroma distintas, podendo gerar forte influência na escolha do consumidor por determinado estilo de cerveja.

**3.5 Termo “puro malte”** O termo “puro malte” foi observado em 43% das cervejas comerciais e 66% das cervejas especiais.

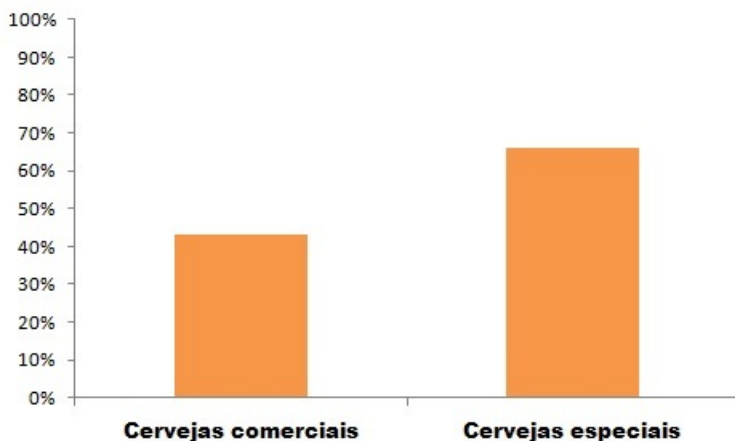


Figura 5 -

Presença do atributo “Termo Puro Malte” nos rótulos das cervejas. O malte é um produto de origem da germinação das sementes de qualquer cereal. O mais utilizado é o malte de cevada, que confere sabor, odor e corpo característicos à cerveja. Parte do malte pode ser substituída por adjuntos cervejeiros, os quais são produtos ou materiais que também fornecem carboidratos para o mosto. Os adjuntos são empregados principalmente por razões econômicas por apresentarem menor custo, além de poder melhorar a qualidade físico-química e sensorial da cerveja. Todavia, consumidores de cerveja atuais apresentam a tendência de valorizar a cerveja “puro malte” ou “100% malte”, a qual não apresenta adjuntos em sua composição. **4.Conclusão.** Os atributos amargor (IBU), coloração (EBC) e termo “puro malte” foram observados com maior frequência nos rótulos de cervejas especiais, evidenciando a importância e valorização desses atributos, além de facilitar a comunicação entre as características do produto e os consumidores de cervejas especiais. A informação de valores quantitativos de IBU e EBC, além de conferir exatidão, substitui atributos qualitativos subjetivos como leve, amarga, clara e escura. O tipo de fermentação também é importante, complementando a informação do estilo da cerveja. **5.Referências**

<sup>1</sup> Universidade Federal de Lavras, felipe.haddad@ufla.br

<sup>2</sup> Universidade Federal de Lavras, joadedeus@ufla.br

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Instrução Normativa nº 65**. Brasília, DF: Gabinete da Ministra, [2019]. Disponível em: <http://www.in.gov.br/en/web/dou/-/instrucao-normativa-n-65-de-10-de-dezembro-de-2019-232666262>. Acesso em: 16 nov. 2020. DONADINI, G.; FUMI, M. D.; KORDIALIK-BOGACKA, E.; MAGGI, L.; LAMBRI, M.; SCKOKAI, P. Consumer interest in specialty beers in three European markets. **Food Research International**, v. 85, p. 301-314, 2016. OLADOKUN, O.; TARREGA, A; JAMES, S.; COWLEY, T.; DEHRMANN, F.; SMART, K.; COOK, D.; HORT, J. Modification of perceived beer bitterness intensity, character and temporal profile by hop aroma extract. **Food Research International**, v. 86, p. 104-111, 2016. YAHYA, H.; LINFORTH, R. S. T.; COOK, D. J. Flavour generation during commercial barley and malt roasting operations: A time course study. **Food Chemistry**, v. 145, p. 378-387, 2014.

**PALAVRAS-CHAVE:** Artesanal, cerveja, consumidor, especial, rótulo