

ARTIGO

Hey! Artigos podem ser enviados para geracaoe@jornaldocomercio.com.br. Os textos para este espaço devem ter no máximo 2200 caracteres e estarão sujeitos à edição.

As pessoas estão se sentindo sós. O que sua marca pode fazer diante disso?

Vivemos em uma era onde a tecnologia e as redes sociais nos mantêm sempre juntos, mas, estranhamente, muitas pessoas se sentem mais sozinhas do que nunca. Segundo pesquisa do Instituto Ipsos, que ouviu 23 mil pessoas de 28 países, 50% dos brasileiros se sentem sozinhos, superando a média global de 33%.

As causas para a solidão são diversas e complexas, entre elas estão as mudanças nos padrões sociais, a falta de propósito de vida e até o impacto da tecnologia em nossas rotinas. O fato é que ela pode afetar pessoas de diferentes idades em qualquer parte do mundo. A tecnologia,

que nos mantém hiperconectados por meio das redes sociais, pode gerar uma falsa sensação de conexão. Passamos horas interagindo com a tela do celular, mas quanto tempo dos nossos dias com interações reais? Estudos em neurociências comprovam que o ser humano necessita de contato físico para o melhor desenvolvimento cognitivo, fisiológico e social. O contato pessoal e a socialização sustentam a capacidade humana de perceber, compreender, envolver-se em interações sociais, na formação da empatia e na elaboração de respostas comportamentais apropriadas em contextos sociais.

Para quem trabalha com comunicação, são inúmeros os desafios, porém as marcas têm uma grande oportunidade de promover momentos de conexão real na vida dos seus consumidores. Uma nova memória é criada por um "registro" de conexões neurais, em diferentes locais do nosso cérebro, formadas a partir da captação de tudo aquilo que acontece fora do nosso corpo: visão, audição, olfato, tato, paladar, sentimentos, entre outros. Entendendo esse contexto, é fácil perceber que criar um momento de prazer fora do ambiente digital, unindo o máximo de fatores externos possíveis, ficará na

AURORA COM. CRIATIVA/DIVULGAÇÃO/JC



MAICON DIAS
CEO da agência Gampi
Casa Criativa

memória do consumidor e poderá oportunizar momentos de felicidade, descompressão e conexão social, muitas vezes

escassos nas vidas das pessoas.

Por mais que a tecnologia traga contribuições aos processos de comunicação, é importante que as marcas lembrem sempre de colocar as pessoas em primeiro lugar. É sobre compreender quais histórias merecem ser compartilhadas e fazer isso de forma genuína, com uma linguagem verdadeira, leve e criativa e, se possível, com experiências reais. Afinal, a qualidade de vida está ligada à qualidade dos nossos relacionamentos e nossa capacidade de se conectar.

A solidão não é um problema individual e, sim, um desafio global que exige uma resposta coletiva. As marcas que entenderem o poder de ação que possuem diante desse cenário e promoverem bons momentos, ganharão um espaço no coração dos consumidores.

BOM SABER

dicas, sugestões, informações



O Sensorial Café está localizado na Galeria Florêncio Ygartua, na rua 24 de outubro, nº 395, no bairro Moinhos de Vento. A operação é de segunda-feira a sábado, das 10h às 18h.

Cafeteria móvel abre ponto para receber o público no bairro Moinhos de Vento

JAMIL AIQUEL
@jamil_aiquel

Foi por conta da paixão por cafés que a médica Adriana Vieira da Cunha criou o Sensorial Café. O empreendimento, que iniciou como uma cafeteria móvel, hoje conta com um ponto fixo no bairro Moinhos de Vento. Para tocar a operação, Adriana conta com a ajuda de seu marido, José Eduardo Cardoso, e de sua filha Carolina Cardoso.

Adriana entrou no mundo dos cafés através de um amigo que era barista e experimentava torrar café em casa. Com o tempo, o seu interesse pelo assunto foi aumentando, assim como a vontade de empreender na área. "Comecei a conhecer mais sobre o café e fazer cursos de barista. Passei a dizer que, quando me aposentasse, teria uma cafeteria",

lembra Adriana.

No fim das contas, Adriana não conseguiu adiar seu sonho e abriu a cafeteria ainda na ativa. José, que já estava aposentado, e Carolina, que trabalhava como nutricionista, mas queria mudar de carreira, embarcaram na aventura. Em novembro de 2021, o Sensorial Café foi fundado como uma cafeteria móvel. Era um carrinho, com uma parte elétrica dentro, onde os empreendedores produziam os cafés para vender exclusivamente em feiras e eventos. "Querida um empreendimento menor, com baixo investimento, por isso a ideia da cafeteria móvel", conta Adriana.

O foco do negócio sempre foram os cafés especiais. Atualmente, o Sensorial Café utiliza os grãos da marca de torrefação Abuela. No carri-

nho, eram oferecidas apenas bebidas feitas com a máquina de espresso, separadas em pacotes pré-definidos, tudo pensado para agilizar o processo de produção. "Não fazíamos outros métodos para agilizar o processo. Em um pacote, oferecemos as bebidas básicas, como espresso duplo, carioca e cappuccino tradicional italiano. No segundo pacote, são as mesmas, mais o mocacino, cappuccino caramelo e o capuccino avelã. Já no terceiro, entram as bebidas geladas", explica Carolina.

Em 2023, o trio passou a frequentar uma feira que acontecia dentro da Galeria Florêncio Ygartua todas as quartas-feiras. Após se adaptar ao ambiente, surgiu a oportunidade de ocupar uma loja da galeria, que estava vaga. Após investimento de aproximadamente R\$ 100 mil



Adriana, José e Carolina são os rostos por trás do Sensorial Café

e cerca de seis meses de obra, o ponto fixo do Sensorial Café foi aberto ao público.

Com um espaço maior e mais tempo para produção, novos métodos de preparo dos cafés - como o filtrado - foram adicionados ao cardápio. Além disso, opções de comidas salgadas e doces são disponibilizadas ao cliente. **Entre os destaques, estão os brownies e o cheese**

roll - salgado inspirado no doce cinnamon roll - receita criada pela própria Adriana.

Tudo que é oferecido aos clientes no Sensorial Café é produzido na casa. Segundo os empreendedores, isso agrega ainda mais ao ambiente da loja, que busca ser um local acolhedor, onde os clientes possam ter uma pausa na correria do dia a dia e aproveitar um bom café.