



**O FIM  
DO CAFÉ  
PEQUENO**

Bastava um coador de pano e espiriteira para se 'passar' um cafezinho... Hoje o café ficou complexo, ganhou 'buquê', degustação. Existe até um mestrado em ciências de café – e 5 brasileiros estão no seletor grupo de 20 que faz o curso

TRIESTE, ITÁLIA

Eles falam várias línguas, correram o mundo, têm nível universitário e estão preocupados com o meio ambiente. É a nova geração de jovens cafeicultores brasileiros, distante da imagem secular de produtores que raramente deixavam suas terras.

Em Trieste, 5 brasileiros estão entre os 20 selecionados para o único mestrado em ciências do café existente no mundo. Praticamente todos vêm de famílias produtoras de café ou com alguma relação direta com o setor. Mas, como mesmo alguns deles admitem, o novo mundo e a concorrência vão exigir novos profissionais.

O café chegou ao Brasil oficialmente em 1727, quando plantas foram levadas da Guiana Francesa para Belém. Menos de dez anos depois, a exportação para Portugal já começava. Mas levaria pelo menos mais 50 anos para a produção ganhar volume, depois de ficar provado que as condições no Norte e depois no Nordeste não eram as apropriadas.

A história do impacto da planta na economia nacional mostraria nas décadas seguintes a importância do café para a política e as contas do País. Surgiram os barões do café e, desde 1890, o Brasil lidera a produção no mundo. A planta por décadas definiu grande parte da estrutura econômica do País, sua política externa e mesmo quem governava. Em 1955, o café chegou a representar 78% de toda a receita de exportações brasileiras.

Se a história do produto está interligada à história do Brasil, os novos cafeicultores sabem que o mundo mudou. "Se não estivermos preparados, seremos devorados", afirmou Marco Carneiro Mammama, um dos estudantes, da família dos proprietá-

rios da Casa do Pão de Queijo.

Caetano de Carvalho Berlatto, cuja família planta café no interior da Bahia, destaca o caráter multidisciplinar do mestrado. "Saímos com a dimensão de todo o setor do café e não só da produção", disse. A mineira Glauce de Fernandes é bisneta de cafeicultores e foi fazer o curso a pedido do pai, que hoje dirige a produção de café da família.

O curso está em seu segundo ano, mas começa a ganhar reconhecimento internacional. Os brasileiros compartilham as salas de aula com estudantes de outros países produtores de café, também em busca de agregar valor a sua produção. São colombianos, peruanos, guatemaltecos, etíopes e indianos. O Banco Mundial dá uma bolsa ao ano para um estudante de um país pobre, na esperança de criar um profissional que permita levar o conhecimento de volta a sua comunidade. Neste ano, o escolhido foi do Burundi.

Para Roberto Morelli, diretor da Universidade do Café, o que o mestrado garante é um conhecimento profundo de todos os aspectos do setor cafeeiro. "Há muita gente especializada em uma parte da história. São profundos conhecedores dos grãos, ou das máquinas, ou de marketing. Mas aqui queremos formar profissionais que conheçam tudo. O setor do café está mudando radicalmente e queremos formar especialistas na cadeia produtiva", explicou.

O mestrado é certificado pela Universidade de Trieste e de Udine, mas promete ganhar um novo status em 2012. A Universidade de Cambridge está prestes a fechar um acordo para enviar professores à Itália e também colocar o curso em seu currículo, um dos mais prestigiados do mundo. /JAMIL CHADE



JAMIL CHADE/AE

**Aspirantes.** Alunas participam de aula no mestrado da Universidade Illy

# TUDO O QUE CABE NA XÍCARA

## Q Grader

**Título que um provador recebe após uma bateria de testes aplicados pela Associação Americana de Cafés Especiais (SCAA). O Q Grader (Q vem de quality) é habilitado a trabalhar com classificação em qualquer país produtor – mas refaz a prova a cada dois anos, para recalibrar os sentidos. "É uma certificação muito difícil, que testa o limite sensorial ao extremo", explica Isabela Raposeiras.**



## Brasil deve virar maior consumidor do mundo

Depois de ser por décadas o maior produtor de café do mundo e depender do grão para 40% de suas exportações, o Brasil caminha para se tornar também o maior consumidor. Os EUA lideram o consumo, com 20 milhões de sacas por ano.

Mas o mercado americano está estagnado. E no Brasil a expansão é em média de mais de 4% ao ano. "Nos próximos anos veremos o Brasil virar o maior consumidor mundial", declarou o presidente da Illy, Andrea Illy.

Se o atual ritmo de crescimen-

to continuar, o País ultrapassará os EUA antes de 2014.

No consumo per capita, a expansão do café no Brasil também é importante. Mas o País está ainda distante dos líderes mundiais. Em 2010, os brasileiros consumiram em média 4,8 kg de café per capita no ano. O volume é o maior em 45 anos, segundo o Ministério da Agricultura. Nos últimos anos, o consumo médio brasileiro já superou o da Itália e da França. O País, porém, ainda está longe dos maiores consumidores per capita: os escandi-

navos. Na Finlândia, Noruega e Dinamarca, o consumo médio é de 13 kg por ano, mais de mil xícaras por pessoa.

Para o setor, a expansão do café no Brasil não virá mais da ampliação da base de consumidores. Hoje, o produto chega a 95% das residências do País e o segredo em obter maior consumo virá da diferenciação do produto. Essa expansão não se limita ao Brasil, e diversos mercados emergentes vêm registrando crescimento acima da média. Isso explicaria a elevação do preço, que bateu recorde nos últimos meses. "Pela primeira vez na história do café, uma libra (453g) custa mais de US\$ 2", disse Illy.

Do lado da produção, o empresário aponta para o fato de que o Brasil conseguiu transformar

seu cultivo nos últimos anos e manter sua posição de maior produtor mundial. "O aumento na produção foi de 50%", disse. Mas Illy garante que nem um hectare foi somado ao plantio. "Foi expansão de produtividade, qualidade e sustentabilidade", disse.

Illy conta que, há dez anos, sua empresa comprava uma em dez sacas de café apresentadas pelo Brasil. Hoje, compra sete, o que demonstra que houve uma revolução na qualidade do produto.

Para o futuro, a empresa não esconde: o consumo do café no Brasil caminha para novas fronteiras. A explosão de produtos, aromas e tipos de venda revolucionaram o setor. O resultado é também valor agregado e, para Illy, o ganho de uma parte importante do mercado gourmet. /J.C.

## Coffee Hunter

**Garimpa variedades novas com pequenos produtores, que trabalham de forma quase artesanal. Costuma ter formação acadêmica multidisciplinar (bioquímica, engenharia de alimentos) e boa vivência no campo, onde vê o que acontece na lavoura e no processo de secagem. Também destrincha as variações de cada safra. É um profissional raro e valorizado.**

## Buquê, aroma, frutas... É vinho? Não, é café

Café passou de 'injeção de energia' a ato de prazer. E a cadeia, do produtor ao consumidor, precisa ser educada

Sunalini Menon dedicou a vida ao café. Desde 1971 percorre a Índia em busca de regiões para plantação e desenvolvimento de produtos de qualidade. Hoje, Sunalini é considerada um verdadeiro guru do café na Ásia, aconselhando governos, empresas e consumidores sobre o produto.

Em entrevista ao *Paladar*, Sunalini fala em "revolução" cafeei-

ra. "Vivemos um despertar do café. Ele está deixando de ser uma commodity e se transformando em novo produto", explica. "Ocorre com o café o que ocorreu com o vinho há dois séculos. Não apenas está ganhando o mundo como passa a ser visto como produto ligado ao prazer."

A especialista lembra que, quando começou a trabalhar no Conselho Indiano do Café ninguém imaginava que o produto ganharia tal status. "A única coisa que queríamos era um café limpo. Hoje, chegamos a usar o vocabulário empregado no vinho. Dizemos que ele tem elementos de fruta, tal e tal aroma,

falamos em buquê. Enfim, o café parece ser o vinho do século 21."

Se do lado do produtor as coisas mudaram, houve mudança também do lado do consumo. "Antes, as pessoas tomavam café como injeção de energia. Hoje, param para tomar a bebida como um ato de prazer", disse Sunalini. "É o que chamo de despertar do café, que obviamente veio acompanhado de uma clara estratégia de marketing de todo o setor para elevar o preço do produto, dar maior valor agregado e criar uma nova cultura."

A indiana insiste em que a qualidade do café servido não depende apenas do produtor: toda a ca-

deia, inclusive o consumidor, precisa ser educada. Depois de 40 anos trabalhando com café e apontada como uma das maiores provadoras do mundo, a indiana confessa: não existe 'o melhor café do mundo'. "O que é um café especial? Depende da cultura em que está sendo tomado. Cada sociedade vê o produto de forma diferente. Tendemos a dizer que o nosso café é o melhor. Mas, sinceramente, não sei se 'o melhor' existe", declarou.

Ela destaca a situação em seu país, a Índia. "Lá, o café é uma bebida de jovens, e portanto, um lugar de se beber café é diferente de um café europeu. São locais

barulhentos, com música. Esse é o caráter do café hoje na Índia."

Seja qual for a cultura do café nos diferentes países, a especialista admite que a ciência do produto não é das exatas. Sunalini não hesita em alertar que o produto que se serve tem muita relação com o respeito que uma pessoa se dá. "O segredo para uma xícara de café perfeita vem do respeito. Se você trata bem seu corpo, você também tratará bem da semente e do produto final." /J.C.



**Guru asiática.** A indiana Sunalini Menon