

# O novo elixir da juventude

O café muda a sua cara, agrega novos sabores e conquista o público jovem

DÉBORA PEDROSO

DA REDAÇÃO

É fim de tarde na Cafeteria do Museu do Café. Cinco jovens, com idades entre 18 a 22 anos, estão acomodados ao redor de uma mesa. À frente de cada um, uma xícara ou copo contém alguns mililitros de prazer em estado líquido. E os sabores do êxtase são variados: vão desde o *milk shake* ao tradicional expresso.

Na verdade, esse prazer é um convite ao bate-papo. E a cena, o fiel retrato da atualidade. Afinal, o café se reinventou e trouxe para si um novo público, cuja marca é a juventude.

“O café sempre foi considerado bebida do trabalho, consumida para dar energia, em que a qualidade não era o mais importante”, explica o empresário do ramo, Eduardo Carvalhaes.

Mas parece que essa imagem do café ficou definitivamente no passado. A grande virada para chegar ao atual status de bebida *gourmet* começou há duas décadas, com o surgimento, no exterior, de cafeterias sofisticadas – entre elas a americana Starbucks.

Esse nicho incentivou ainda mais a produção de grãos de qualidade e o Brasil, até então conhecido apenas como o maior exportador, também entrou nessa rota seleta.

Uma pequena alteração na forma como o fruto é colhido e beneficiado trouxe o que se chamou de Cereja Descascada – o grão **colhido bem maduro se assemelha ao fruto**. A fórmula fez sucesso com uma empresa italiana, que virou cliente assídua. Logo depois, a venda se expandiu para outras partes do mundo.

Não bastasse o *boom* das cafeterias, empresas levam para a casa do consumidor o conceito do café de qualidade. Surgem as máquinas sofisticadas, nas quais o pó para o preparo vem em sachês ou cápsulas. Essa modalidade rapidamente se tornou um fenômeno de vendas.

“Donos de lojas de presentes na Capital dizem que não há uma lista de casamento sem máquina de café expresso”, afirma Carvalhaes.

Estimativa da Associação Brasileira

da Indústria do Café (Abic) aponta atualmente 850 mil máquinas domésticas – e a expectativa é de mais crescimento.

## JOVENS

Se a juventude é a nova cara do café, foi com os adultos que eles conheceram a bebida. E falando nisso, o primeiro café vira um rosário de lembranças às pessoas. Para muitos, a primeira experiência com o ‘ouro verde’ vem de casa. Foi assim com os estudantes Alex Virgínio e Artur Rodrigues, que seguiram o exemplo da família. “Desde criança, sempre tomei café puro para acordar”, recorda Alex.

Já Artur virou um amante da bebida a partir dos 14 anos, inspirado na mãe. “Tenho mais energia para a prática de esportes, além de vários outros benefícios”, aponta.

Porém, justamente a associação do café ao mundo adulto afastou Thereza Esparrachiarri das xícaras por muitos anos. “Para mim, leite era para criança, café para adulto”. Mas o tempo passou e ela se rendeu ao sabor. Tanto que bebia um cappuccino enquanto conversava com a Reportagem.

Os amigos se uniram como anfitriões para apresentar a Cafeteria do Museu do Café a duas jovens de Taiwan. Após passar um período de 11 meses de intercâmbio em Recife, Sophie Wu, de 19 anos e Lilian Wu, de 18 anos, vieram passar um período em Santos.

“Quando não conhecia pessoalmente o Brasil, só sabia do café”, diz Sophie. Já Lilian foi apresentada à bebida ainda na sua pátria, mas por um brasileiro. “Uma delícia”, opinou sobre a degustação na cafeteria do museu.

“É uma bebida de aproximação e amizade. Não se fala vamos tomar um chá, mas sim um café”, analisa Eduardo Carvalhaes, que é sócio de uma corretora e exportadora do produto.

## O barista



De nada adianta um café de qualidade sem a presença dele: o barista. Nessa profissão, a juventude deixa as marcas da criatividade e da inovação. Na Cafeteria do Museu do Café, eles são a maioria. Wiclafys Duarte Martins trabalha no ramo há quase dois anos. Foi convidado por um amigo, que conhecia a experiência anterior dele como barman. Fez cursos, e hoje, aos 23 anos, não tem dúvida de que está no caminho certo. “A profissão está crescendo bastante no Brasil e no mundo, porque as pessoas estão exigindo o café de qualidade”, conclui. Detrás do balcão, ele observa os visitantes. Muitos são jovens, mas também há idosos e o público fidelizado de funcionários que trabalham no Centro de Santos. No cardápio com dezenas de opções da bebida, as mais requisitadas no inverno são aquelas com licor ou whisky, como o Royal e o Irlandês, respectivamente. O segredo para agradar a todos, Wiclafys garante estar no coração. “Não é somente um trabalho, mas sim o amor que a gente tem pela profissão”.

## Onde se bebe

Um dos países onde o consumo da bebida mais cresce, o Brasil chegou perto da marca de 20 milhões de sacas produzidas, segundo a ABIC. A quantidade corresponde ao período de maio de 2011 a abril de 2012. O número deixa o Brasil apenas atrás dos Estados Unidos, que lideram a lista. O consumo per capita em terras brasileiras continua sendo um dos mais elevados, mesmo quando comparado aos países europeus. Os campeões de consumo são a Finlândia, a Noruega e a Dinamarca, com aproximadamente 13 quilos por habitante ao ano. Cada brasileiro registra a marca de 6,18 kg de café em grão cru ou 4,94 kg de café torrado, representando quase 83 litros por ano.



“Tenho mais energia para a prática de esportes, além de vários outros benefícios”

Artur Rodrigues



“Desde criança, sempre tomei café puro para acordar”

Alex Virgínio

## ‘Expresso’ ou ‘Espresso’?

É comum encontrar as duas formas grafadas e, então, surgirá a dúvida: qual é a correta? A palavra ‘expresso’, com ‘s’, nada mais é que a forma italiana de expresso – portanto, não existe na Língua Portuguesa. Já a palavra ‘expresso’, por sua vez, é originária do latim *expressus*, que significa, entre outras coisas, ‘apertar com força, espremer’. Em português, esse verbo latino originou exprimir, espremer e, também, expressar.



“Para mim, leite era para criança, café para adulto”

Thereza Esparrachiarri

“O café sempre foi considerado bebida do trabalho, para dar energia, em que a qualidade não era o mais importante”

Eduardo Carvalhaes

## Virou revista

O café sempre foi pretexto para uma conversa amiga. Mas, para alguns, ele deve ser o assunto principal do dia a dia. Seguindo essa linha de raciocínio, a revista Espresso está há dez anos no mercado. É a única publicação no País direcionada ao público consumidor e representa um reflexo desse primor no consumo da bebida. “Quando a gente começou a revista não havia tantas opções de reportagens. Era mais o conceito do café tradicional, mas não havia esse café de qualidade que falamos hoje”, explica a editora responsável, Mariana Proença. Para a jornalista, estar sempre antenada com o tema é uma tarefa de prazer. Passou boa parte da infância em Santos, onde se tornou frequentadora da Bolsa do Café e criou os primeiros laços de intimidade com a bebida. A revista acompanhou de perto a evolução do consumo brasileiro e reflete essa realidade. “A maior mudança em dez anos foi a chegada desses novos preparos dentro das casas das pessoas. Ninguém tinha acesso a um café bom em casa”, conclui.