

LÍVIA ANDRADE

**E**squeça aquele tradicional café coado às pressas pela manhã e sorvido em poucos goles acompanhado do pão com manteiga. O emblemático cafezinho nosso de cada dia ganhou novo status. Agora, está associado ao requinte. É uma espécie de convite à reflexão, um momento reservado para degustar uma bebida de primeira e deixar aflorar os pensamentos. Esta mudança de percepção está diretamente ligada à qualidade dos grãos, característica responsável pelos novos fãs que a bebida conquista dia após dia. O novo comportamento do consumidor brasileiro é também reflexo da explosão de cafeterias, fenômeno nacional dos últimos cinco anos. No ano passado, a aterrissagem da americana Starbucks, maior rede de cafeterias do mundo, que inaugurou duas unidades em São Paulo, capital, causou um novo frisson no País. E as boas-novas não pararam por aí. Nem bem começou o ano, mais uma grande empresa anunciou sua chegada. Dessa vez, uma filial da Boutique Bar Nespresso, marca suíça com 21 anos de estrada e presente em 40 países. A loja, que mais parece uma joalheria, foi instalada nos Jardins, luxuoso bairro paulista. Lá, os blends da bebida são guardados em cápsulas coloridas (R\$ 1,80 a unidade), dispostas em gavetas. Cada cápsula equivale a um *espresso* que sai por R\$ 4,50.



FOTOS: DANIEL WAINSTEIN

**SOFISTICAÇÃO NA DOSE CERTA:** na Boutique Bar Nespresso, Pereyra mostra a caixa com cápsulas de café. Cada unidade representa a quantidade exata para um *espresso*

# O REQUINTE D

*Depois da Starbucks, é a vez de a Nespresso desembarcar no País. Nessa onda das cafeterias refinadas, ganham o produtor de cafés finos e um novo profissional: o barista*



# o Caffé

"É uma porção individual para manter a qualidade e evitar que o café torrado se oxide", explica Martin Pereyra, gerente da marca no Brasil. Mas para preparar um cafezinho Nespresso é necessário uma máquina da marca, que não sai por menos de R\$ 850. "A vantagem é que você não precisa saí de casa para preparar um café de alta qualidade", complementa.

O boom das cafeterias também traz à tona uma profissão desconhecida de muitos brasileiros" o barista. **Muito mais do que aquele que opera máquinas e extrai o café, este profissional é uma espécie de embaixador da cultura, a última pessoa que toca nos grãos antes de chegarem ao consumidor final.** No Brasil e no mundo, este tipo de carreira é algo recente. "Internacionalmente, este tipo de especialização tem uns 15 anos e, no Brasil, uns sete", diz Isabela Raposeiras, vencedora do 1º Campeonato Brasileiro de Baristas e juíza do 6º Campeonato, realizado no mês passado. A vencedora deste ano foi Silvia Magalhães, diretora-executiva da Octávio Café, cafeteria do grupo do ex-governador Orestes Quércia, que deve ser inaugurada ainda este ano. Com o título, ela se torna tricampeã e representa-



**DIRETO PARA O JAPÃO:  
a barista Silvia  
Magalhães irá  
representar o  
Brasil no mundial  
de Tóquio**

rá o Brasil no mundial do Japão. Para quem pensa que a tarefa é fácil, veja só o regulamento da competição. São apenas 15 minutos para a preparação de quatro *espressos*, quatro cappuccinos e quatro bebidas de criação própria. Como no mundo dos vinhos, todo pormenor influencia na bebida: a torra dos grãos, o formato das xícaras, a força que o barista usa para compactar o pó. Para obter um bom cappuccino, por exemplo, o profissional precisa de maestria na hora de vaporizar o leite. A espuma do leite tem que ficar com a aparência de chantilly e não pode separar do restante da bebida. Paralelamente ao concurso de baristas, aconteceu o primeiro Campeonato de Art Latte, arte de criar desenhos com leite vaporizado de bebidas como *espressos*, *macchiatos* e *caffè lattes*, e também o Coffee in Good Spirits, uma competição de drinques. Para presidir as duas modalidades, Marco Suplicy, proprietário da Suplicy Cafés Especiais e um dos organizadores do evento, trouxe ao Brasil Sherri Johns, barista renomada e dire-

tora da Speciality Coffee Association of América. "A Art Latte é uma ótima ferramenta de promoção do café, pois você não precisa ser um expert para avaliar a estética", explica Sherri.

**Todas essas iniciativas, além de promover a bebida, ajuda o cafeicultor a vender seu produto gourmet por um preço diferenciado.** Em média, os grãos especiais têm um ágio de 20% a 30% em relação aos tradicionais. Um bom exemplo dessa valorização foi o 7º Leilão do Cup of Excellence, concurso de qualidade de cafés do Brasil, promovido pela Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA, sigla em inglês). A média dos 28 lotes finalistas foi de US\$ 686 por saca, um valor significativo, já que a commodity tem saído por US\$ 140 a saca. O campeão foi Cícero Viegas, da Fazenda Esperança, do sul de Minas Gerais. O lote do produtor foi arrematado por um grupo japonês que desembolsou US\$ 1.746 por saca. Pelo movimento do mercado, tudo indica que os fãs de um café de altíssima qualidade só tendem a aumentar e o número de cafeterias também. Tanto que o Bar Illy, da italiana Illycaffè, deve chegar ao Brasil no segundo semestre deste ano. O jeito é pedir um café e comemorar.

**CARREIRA EM ALTA:  
ainda pouco  
conhecida no País,  
a profissão de  
barista ganha a cada  
dia mais adeptos**



ZECA CALDEIRA