

Café brasileiro

vai além da xícara e do copo

Folhapress

Produto vira matéria-prima para cookies, mel e cosméticos



café deixou de ser “só” uma bebida quente para o consumidor brasileiro.

Primeiro, já há tempos, ele passou a ser consumido em diferentes formas de preparo e, mais recentemente, transformou-se em matéria-prima para a produção de cookies, mel e cosméticos.

Maior produtor mundial do grão, produtores rurais e empresários do país são motivados a buscar a diversificação do seu uso, o que ajuda a dar destinação à produção também em caso de intempéries econômicas, como o recente tarifação aplicado — e depois retirado — pelo presidente dos Estados Unidos, Donald Trump.

Cookies feitos a partir da casca de cafés robustas amazônicos finos foram apresentados a visitantes da SIC (Semana Internacional do Café), em novembro, em Belo Horizonte, fruto de uma pesquisa conduzida pela engenheira de alimentos Lívia Lacerda de Oliveira, professora na UnB (Universidade de Brasília).

Lívia já trabalhava com café, mas disse ter sido instigada a usar a casca em seus estudos pelo pesquisador Enrique Alves, da Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária) Rondônia.

“Nunca tinha pensado, e a casca até então era resíduo. Em algumas pesquisas de literatura vi que faziam farinha, mas sempre usando quantidades muito ínfimas, 5%, 10%. O máximo que achei foi 15%, e a gente conseguiu atingir 30% de substituição da farinha de trigo, e sem nenhum aditivo”, afirmou a engenheira. A patente do estudo foi registrada.

Também foi apresentado um chá (infusão) a partir da casca, e méis obtidos em lavouras cafeeiras foram degustados.

“Estamos trabalhando no chá, que tem um perfil de diversidade sensorial gigante. Está em fase de desenvolvimento. Já é bastante utilizado em algumas cafeterias, bem nichado, mas agora a gente está estudando quimicamente, sensorialmente, vendo todos os critérios”, disse o pesquisador da Embrapa.

Cafeicultoras observavam itens de beleza derivados da matéria-prima que produzem no campo, em meio a corredores repletos de produtores de cafés



Fazenda Alsacia, que funciona como centro global de pesquisas agrônômicas da Starbucks

Monstera Production/Pexels



Sabonete, loções e cremes também podem ser feitos com o café

especiais, cerveja tendo o grão como destaque, e variadas opções de drinks a partir dele.

A farmacêutica e bioquímica Vanessa Vilela criou em 2007 a Kapeh, que tem produtos como perfumes com café em sua composição.

“Muito interessante ver que o café tem outras aplicações que não só a bebida, isso abre um leque grande para nós, que produzimos”, disse a produtora Maria Oliveira, que cultiva café com marido e filho no sul de Minas.

Essa diversificação, na avaliação de Celório Inácio da Silva, diretor-executivo da Abic (Associação Brasileira da Indústria de Café), é uma tendência que ganhou força nos últimos anos.

“Do café você aproveita tudo,

tudo do café você pode comer. E o valor agregado do café é uma conta que todos fazem para qualquer produto. Se eu tenho um café que vai servir para fazer café gelado, para fazer cosméticos, para fazer shampoo, para fazer aromatizante, eu vou ter muito mais possibilidade de usar aquele café. O produtor pode dizer: “vem cá, qual é o custo da saca [de determinada qualidade]? Se eu vender para uma indústria de cosméticos, terei maior valor agregado”, disse.

O executivo citou como exemplo a China, país que tem registrado aumento no consumo de café ao utilizá-lo de formas diferentes das tradicionais.

“É o café com melancia, com laranja, é o café diferenciado, mui-

to café gelado. Tem outras formas de beber o café. O jovem tem entrado no mundo do café e ele tem que ter uma bebida própria. Nem sempre é o café quente”, afirmou.

Durante a SIC, marcas brasileiras apresentaram novidades nesse sentido, como a Nescafé, que pelo segundo ano levou o café solúvel para se beber gelado — as formas mais comuns são água (com e sem gás) e água tônica.

Na Três Corações, principal player do mercado nacional, 70% do faturamento do grupo está no café torrado e moído, e o restante em outros produtos, como capuccinos, cafés com leite e cafés solúveis, entre outros.

“E, dentro dos cafés torrados e moídos, 3% hoje são cafés especiais. É um volume considerável, basta ver que os cafés especiais têm crescido mais de 20% anualmente no portfólio nosso”, disse o presidente da empresa, Pedro Lima.

Nesse sentido, até por ter um sabor diferente da variedade arábica, os canéforas (conilon e robusta) surgem como opção para a diversificação do uso do café. “Ele está numa equação de preço, com qualidade, posicionamento de produto e é uma ferramenta que pode ser trabalhada na equação climática. Então a gente tem as ferramentas”, disse Caio Alonso Fontes, diretor da Espresso&CO, realizadora da feira, que reuniu 27 mil pessoas de 33 países e gerou cerca de R\$ 150 milhões em negócios.

“Café tem outras aplicações (...) isso abre um leque grande para nós, que produzimos”

Vanessa Vilela

Por Marcelo Toledo (Folhapress)