



Uma iniciativa **syngenta**®

NEWSLETTER Nº 15 | DEZEMBRO DE 2010

WWW.NUCOFFEE.COM.BR



MUNDO NUCOFFEE

MINUTO DA QUALIDADE

Programa investe em vídeo-aulas para produtores voltadas às boas práticas na pós-colheita



FOTO DIVULGAÇÃO

Sempre tendo como norte criar formas de passar conhecimento para o produtor, para que ele consiga mais qualidade no produto final, NUCOFFEE investe em mais uma iniciativa: vídeo-aulas batizadas de Minuto da Qualidade.

O programa traz dicas simples, mas pontuais e relevantes, sobre as principais etapas de produção do café. São dez episódios, com temas como segmentação da lavoura em talhões, identificação da qualidade, cuidados com a secagem no terreiro, com o uso de secadores, separação do café, armazenamento, entre outros. Os tópicos buscam levantar “os dez mandamentos para a qualidade do café”, explica o professor Flávio Meira Borém, engenheiro agrônomo e pós-doutor em processamento de produtos agrícolas da Universidade Federal de Lavras (UFLA).

Os vídeos têm de 2 a 2,5 minutos de duração e foram todos gravados pelo professor. O profissional foi escolhido por NUCOFFEE pelo conhecimento que possui em pós-colheita, além da sua excelente didática e capacidade de síntese do conteúdo no formato e tempo disponíveis.

O material, que tem também uma versão com legenda em inglês, está hospedado na **TV Syngenta**, aberto a quem tiver interesse no conteúdo, como torrefadores, consumidores e baristas, que também podem se beneficiar desse conhecimento.

A TV é um canal de contato permanente com os parceiros, iniciativa que faz parte da proposta NUCOFFEE de oferecer suporte e conhecimento para o produtor, paralelamente a projetos como os workshops de qualidade e os cursos de aprimoramento. A plataforma está estruturada em diversos programas que, juntos, têm a proposta de melhorar a qualidade do café produzido pelo cafeicultor brasileiro.

Após a divulgação dos dez episódios gravados, NUCOFFEE tem planos de investir na continuidade, mas, segundo Borém, com uma nova abordagem: “À medida que o programa for apresentado, devemos investir em uma maior interação com os produtores, no estilo ‘pergunte ao professor’”. O novo formato trabalhará temas e dúvidas obtidas diretamente com o cafeicultor. “A ideia é aproximá-lo da pesquisa e da universidade, desmistificando a ‘academia’ como algo de outro mundo”, completa Borém.

Para a produção dos programas, Borém, não teve dificuldade: “Faz 20 anos que desenvolvo pesquisas, realizo palestras e treinamentos. Ou seja, esses temas fazem parte do meu dia a dia de trabalho de pesquisador e palestrante”.

O diferencial, segundo ele, é quanto ao formato em que a informação é passada. “Eu tenho uma preocupação em saber com antecedência qual o público com o qual vou interagir, para que a mensagem seja transmitida da forma mais simples e acessível possível.” Para NUCOFFEE, o trabalho do professor condiz com o objetivo, pois se apresenta de forma bem natural.

Com o objetivo de sempre disseminar o conhecimento, NUCOFFEE quer cristalizar essas mensagens de qualidade na ideologia do produtor. O professor Borém é o maior incentivador da iniciativa e reconhece o papel da plataforma: “NUCOFFEE está abrindo um canal direto de comunicação entre o desenvolvimento científico e a realidade do produtor”.

RECONHECIMENTO

ENTREVISTA COM O MICROTORREFADOR GEORGE HOWELL

O norte-americano foi um dos incentivadores do *Specialty Coffee Movement* na década de 1970

George Howell foi um dos pioneiros do movimento pela qualidade do café. Hoje, está à frente da George Howell Terroir Coffee Company, mini-torrefadora de cafés especiais, e viaja o mundo em busca dos melhores grãos para torrar e comercializar. Aqui, ele fala sobre sua trajetória.

COMO VOCÊ ENTROU NO MUNDO DO CAFÉ?

Nasci em New Jersey, mas, nos anos 60, mudei pra Berkeley, na Califórnia, celeiro do Specialty Coffee Movement. Foi lá que entrei em contato com o Peet's Coffee, fundado por Alfred Peet. Lembro-me muito bem da primeira vez que vi a loja dele. Fiquei fascinado por aquelas pessoas segurando xícaras de porcelana cheias de café. Parei o carro, entrei na loja e pedi uma também. Foi tudo incrível, com aquele aroma sensacional. Quando me mudei para Boston, eu e Laurie, minha esposa, vimos uma oportunidade. Estávamos decepcionados com a qualidade do café local, que era horrível, e decidimos montar o Coffee Connection. Só depois de dez anos é que pude viajar para conhecer outros cafés. Trabalhei muito neste período. Desde então, só tenho aprendido.

COMO FOI O DESENVOLVIMENTO DO COFFEE CONNECTION?

A nossa intenção era justamente avançar na qualidade do café de Boston. Eu comecei a me educar sobre o cultivo, processamento, torra e preparo de cafés finos. Na década de 90, já tínhamos 24 lojas na região, mas, em 1994, vendemos a rede para a Starbucks.

DEPOIS DA VENDA VOCÊ SE AFASTOU UM POUCO DO MUNDO DO CAFÉ?

Afastei-me dos “negócios do café” e acabei me envolvendo mais com a Specialty Coffee Association of America (SCAA) e com o International Relations Committee (IRC), o que me levou a prestar consultoria para a Organização das Nações Unidas (ONU), em um projeto conjunto com a International Coffee Organization (ICO). A partir de 1997, comecei a trabalhar como consultor de qualidade do Projeto Gourmet, gerido pela ONU. Visitei o Brasil muitas vezes neste período.

E QUAL SUA AVALIAÇÃO DO BRASIL?

O Brasil está crescendo no café. Quando vim para cá, em 1999, não havia mercado. Agora já vejo um caminho sendo traçado, um futuro positivo. Alguns dos cafés produzidos no País são extraordinários, há uma diversidade incrível. A indústria é super organizada e disposta, e sem ter entrado em contato com esse profissionalismo eu não teria conseguido fazer o que fiz em outros países.

E QUAIS SÃO AS MAIORES DIFICULDADES DESTE MERCADO?

Ainda hoje, se formos a uma cafeteria qualquer, muito provavelmente veremos o nome da torrefação, mas não o da fazenda. O único jeito para ter melhorias significativas é colocarmos o foco na fazenda, para que os produtores tenham um incentivo para fazer um produto melhor, sem depender de uma relação paternalista.



FOTO GUILHERME GOMES/CAFÉ EDITORA

CAFÉ NO MUNDO

FRENCH PRESS

Como funciona e qual o resultado na bebida



FOTO ALEXIA SANTI

Popular na Europa, a french press – prensa francesa ou cafetière – é uma cafeteira e o nome dado ao seu método de preparo, que chegou há não mais de uma década no Brasil. Ela utiliza um sistema de êmbolo para percolar o café.

Para o preparo, o café moído é colocado dentro da prensa, que lembra uma jarra. A água quente é adicionada no recipiente e então misturada ao pó de café com a ajuda de uma colher. Depois de uma infusão que leva de 4 a 5 minutos, a separação entre o pó de café e a água é feita com a ajuda de um êmbolo, que é levemente pressionado até o fundo do recipiente, fazendo com que a bebida pronta fique acima e a borra permaneça no fundo.

Para que a extração seja feita com sucesso, a moagem do pó deve ser de média a grossa. Só assim o café filtrado será separado da borra na hora da prensagem sem que muitas partículas fiquem suspensas na bebida e sejam transferidas para a xícara na hora de servir. Para o preparo de 1 litro de café, utiliza-se em média 75 gramas de pó. A água não deve estar fervendo no contato com o café, para que não queime o pó, eliminando algumas de suas características sensoriais e acentuando o amargor.

Para alguns especialistas, o preparo na french press lembra o do cupping profissional, onde também é realizada uma infusão do café.

No entanto, neste preparo, o café fica no fundo da xícara pela ação

da gravidade somente e a crosta formada na superfície pelos óleos do café é retirada com o auxílio de uma colher. Recentemente, alguns baristas vêm aprimorando o método da french press, retirando a crosta formada na infusão, à semelhança do que é feito no cupping. O processo é realizado para que os óleos não criem uma camada que recobre a língua, limitando o paladar.

Espécie de café filtrado, o preparo na french press permite uma boa percepção dos aromas e sabores do café. A cafeteira é comercializada em diversos tamanhos e materiais, como vidro e acrílico, e sua única desvantagem é não manter o café quente por muito tempo.

INOVAÇÃO

ARMAZENAGEM DE GRÃO CRU

Novos métodos de estocar o café mantendo qualidade

Por ser um produto perecível, o café tende a perder, de forma gradual e natural, suas características. Por isso, há fatores externos que devem ser controlados para evitar ou retardar a deterioração do grão. Ao absorver a umidade do ar, o café aumenta seu peso e recebe também aromas e sabores do ambiente. Aliada a temperaturas altas, facilitam o desenvolvimento de mofo, o ataque de fungos e de bactérias. Já a luz e o oxigênio levam à oxidação e ao branqueamento do grão.

Entre as condições ideais de armazenagem, portanto, estão: um local fresco e seco, limpo e ao abrigo da luz. O armazém e as sacas devem ser impermeáveis e proteger o grão da ação do oxigênio.



FOTO JUTA: ÉRICO HILLER/CAFÉ EDITORA / BAG: DIVULGAÇÃO

DA JUTA AO BAG

No Brasil e no mundo, quase a totalidade do café verde é armazenado em sacarias de juta de 60 quilos. Apesar do peso da saca vir se tornando um problema trabalhista, o mercado adaptou-se à medida, tanto para fins de negociação quanto para otimização da logística de transporte do produto nas várias etapas da comercialização. Até dez anos atrás, essa era a única opção no mercado, mas, hoje, isso está mudando.

Por um lado, a sacaria de juta vem sendo substituída pelas bags de polipropileno, que são maiores, impermeáveis, preservam melhor a qualidade do produto e são mais econômicas. Por outro, o café de maior qualidade vem sendo comercializado em embalagens ainda menores, com tecnologia avançada e prolongada de preservação.

A saca de juta possui microfuros que resultam do entrelaçamento da fibra e que não preservam o grão da exposição ao ambiente externo. Esse tipo de sacaria perde qualidade rapidamente, pois é fechada com costura e precisa ser furada a cada retirada de amostra para avaliação. Já as bags possuem duas aberturas: uma em cima, por onde se insere o café e se retiram as amostras, e outra embaixo, por onde se descarrega o produto. Esse sistema dispensa a avaria constante da embalagem. Outra questão que gira em torno da juta é a dificuldade de obtenção da matéria-prima. A juta é uma fibra vegetal, plantada de forma artesanal por famílias ribeirinhas na Amazônia, que às vezes não atendem à demanda nacional.

A cada dia aparecem novas opções no mercado, como o saco plástico de polietileno, hermeticamente fechado, com baixa presença de oxigênio e alta presença de gás carbônico, mas sem vácuo. O método oferece um melhor custo-benefício entre a saca de juta e a embalagem com atmosfera modificada.