



Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo

Pós-graduação Lato Sensu

Curso de Especialização em Gastronomia como Empreendimento

“O CAFÉ E AS CAFETERIAS”

ANA LUIZA TAPAJÓS TÁVORA

Brasília – DF
dezembro / 2005

Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo

Curso de Especialização em Gastronomia como Empreendimento

“O CAFÉ E AS CAFETERIAS”

ANA LUIZA TAPAJÓS TÁVORA

Rita Akutsu, Mestre
Professor Coordenador e
Examinador

Raquel Botelho, Doutora
Professor Orientador

“Trabalho apresentado em cumprimento às exigências acadêmicas parciais do curso de pós-graduação lato sensu em Gastronomia como Empreendimento para a obtenção do grau de Especialista”

Brasília – DF
dezembro / 2005

Távora, Ana Luiza Tapajós

O Café e as Cafeterias / Ana Luiza Tapajós Távora.

Monografia – Especialização em Gastronomia como
Empreendimento

Brasília – DF, dezembro de 2005.

Área de Concentração: Gastronomia

Orientador: Raquel Botelho

1. Café 2. Cafeterias 3. História 4. Mercado

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela minha vida, aos meus pais pela base que me deram, por serem o meu “chão” e pessoas grandiosas das quais sou muito orgulhosa.

As pessoas que sempre incentivaram e acreditam na minha capacidade de ter o meu próprio negócio.

Ao meu irmão Guilherme, à minha irmã Sylvia, as amigas Suzana, Raquel, Elaine, Isabela, Ana Lúcia (amizade que fiz durante o curso).

A minha orientadora Raquel.

Em especial, ao meu futuro marido e sócio, Marco Túlio, por todo incentivo, compreensão e pessoa da qual me orgulho pelo homem e empresário que é.

E a todos aqueles que torceram e festejaram quando eu ingressei nessa pós-graduação.

“Um homem é o que ele lê, come e bebe na vida.
Logo deve escolher a melhor leitura, a melhor comida
E a melhor bebida, o café...”
Johann Wolfgang Von Goethe (1749 – 1832)

RESUMO

O café é uma bebida popular. É encontrado tanto em botequins, roças, bem como em grandes cerimônias, onde é servido com requinte. Descoberto por acaso, a cerca de mil anos, a bebida despertou o interesse das pessoas pelo fato de resistirem ao sono, quando da ingestão. Em alguns lugares do mundo é consumido de formas diferentes, como na França onde é bebido com chicória e na Suíça, onde é adicionado o licor “Kirsch”. Faz parte da história do desenvolvimento do Brasil, pois por conta da sua produção, foram construídas estradas, aberto portos e até hoje é considerado importante para a economia do país, que é o principal exportador mundial do produto. Além das funções nutricionais, foram verificados alguns benefícios para saúde e, não existe, cientificamente comprovado, nenhum malefício. O grande charme está em como e onde o café pode ser saboreado. Em Brasília, já existem vários estabelecimentos como o Café da Rua 8, o Café Bombocado e Café com Letras onde, além de tomar a bebida, as pessoas podem degustar um prato elaborado ou um simples pão de queijo, ler um bom livro, apreciar arte e cultura, além de ser um ponto de encontro entre amigos.

1. Café

2. Cafeteria

3. Gastronomia

4. Bebida

ABSTRACT

Coffee is a popular drink. It can be found in taverns, farms as well as in great ceremonies, where it is served with sophistication. Discovered by chance, about a thousand years, the drink, calls the attention of people for the fact that it makes them resist to sleep, when of its ingestion. In some places of the world it is consumed in a variety of ways, as in France where it is drunk with chicory and in Switzerland where the liquor "Kirsch" is added. It is part of the Brazil's development history. Because of its production, roads were constructed, ports were opened and until today coffee is considered very important to the country's economy. Brazil is the main world-wide exporter of the product. Beyond nutritional features, some of the benefits for health had been verified, but there aren't enough evidences to prove all the benefits. The great charm lies in how and where the coffee can be tasted. In Brasília, there are already several places such "The 8th Street Coffee", "The Bombocado Coffee" and "The Coffee with Letters", where besides coffee degustation people can taste elaborated dishes or a "Pão-de-Queijo", read a good book, or appreciate art and culture. In addition, it is a place to meet friends.

1. Coffee

2. Coffee-Shop

3. Gastronomy

4. Drink

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. OBJETIVOS.....	10
2.1 Objetivo Geral	10
2.2 Objetivos Específicos	10
3. METODOLOGIA.....	11
4. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	12
4.1. A História e Tipos de Café	12
4.2. As Formas de Consumo do Café no Mundo	15
4.3. Café no Brasil	18
4.4. Importância do Café para o Brasil.....	20
4.4.1. Aspectos Econômicos.....	20
4.4.2. Aspectos de Saúde.....	24
4.5 Cafeterias	28
4.5.1 Algumas Cafeterias em Brasília	35
5. CONCLUSÃO.....	37
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	38

1. INTRODUÇÃO

Desde criança, sempre teve curiosidade pela gastronomia. Talvez por ter na família, pessoas que cozinham maravilhosamente bem. Ficaram os livros de receitas antigos, alguns manuscritos, ainda com o português antigo e com marcas, possivelmente pelos dedos sujos do preparo.

Surgiu então, o desejo de ter um estabelecimento comercial, uma cafeteria. Não pela própria bebida, mas pelo que o estabelecimento “café” pode oferecer. Cito os belos salgados, quiches, tapiocas, bolos, doces e tortas, disponibilizados numa vitrine que leve o consumidor a se sentar, tomar um café, conversar sobre negócios e amenidades e desfrutar das delícias oferecidas no cardápio.

O café é consumido no Brasil desde 1727, quando ocorreu o seu primeiro plantio e seu mercado consumidor aumenta a cada ano. É uma bebida de grande valor econômico para o país, bem como agrega qualidades de saúde a vida da população. O Brasil produz anualmente 33,3 milhões de sacas e a exportação média é de 22 milhões de sacas, sendo o principal exportador para vários países no mundo.

Uma das formas encontradas pelos comerciantes para atrair clientes foi a criação de espaços que servissem cafés de diferentes espécies e aromas. Como o retorno financeiro da venda de cafés é pequeno, pois trata-se de um produto cujo preço de venda quando comparado é barato, houve necessidade de agregar outros produtos que acompanhassem o café e que tivessem maior retorno comercial.

Para que negócios sejam iniciados nesse ramo, é importante que se conheça a história do café, suas características, bem como benefícios e malefícios. Desta forma, o trabalho foi dividido em 6 capítulos para facilitar a compreensão do leitor. No presente capítulo, relaciona-se o café e sua evolução histórica. No segundo capítulo, relata-se as formas de consumo do café no mundo. No terceiro capítulo, descreve-se o café no Brasil e no quarto, sua importância nas áreas econômicas e de saúde da população. O último capítulo aborda as cafeterias, conceituando e demonstrando o mercado no Brasil.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Discutir a importância do café no Brasil.

2.2 Objetivos Específicos

- Descrever a Evolução Histórica do Café;
- Demonstrar aspectos de saúde pelo consumo de café;
- Verificar o Perfil Econômico do Café no Brasil.
- Verificar como as cafeterias apresentam o café para seus clientes;

3. METODOLOGIA

O estudo é uma pesquisa exploratória de revisão de literatura. Foram consultadas as bases de dados da Capes, bem como livros, revistas especializadas e sites relacionados. Foi realizada pesquisa em português e inglês.

Foram pesquisados artigos relacionados ao histórico do café, o mercado brasileiro e o café, o café e a saúde e as cafeterias no Brasil.

4. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

4.1. A História e Tipos de Café

Histórias não faltam a respeito das origens do café. Conta-se que os seus frutos avermelhados foram descobertos há cerca de mil anos, na Absínia, hoje Etiópia, por um pastor chamado Kaldi, que observou que suas cabras ficavam saltitantes, sempre após alimentarem-se com uns frutos de coloração avermelhada. Após experimentar, Kaldi também se sentiu animado e bem-disposto (MELLO, 2005; ABIC, 2005; PLANETA ORGÂNICO, 2005).

Kaldi comentou o comportamento dos animais com um monge da região, que também decidiu experimentar o poder dos frutos. Começou a utilizá-los em forma de infusão e percebeu que a bebida o ajudava a resistir ao sono. Surgia então, uma nova bebida, considerada ideal para manter os monges acordados para que pudessem orar e meditar (ABIC, 2005).

Nos séculos XIV e XV, incursões árabes levaram o café ao Iêmem, região de clima seco, onde iniciaram os primeiros cultivos comerciais, produzindo café com qualidade. Os árabes detiveram o monopólio do café por 200 anos e neste período apareceram as primeiras restrições ao consumo, como bebida contrária as leis de Maomé. Logo o café venceu resistência e os doutores maometanos passaram a receitá-lo por favorecer a digestão, alegrar o espírito e afastar o sono (POZZA *et al*, 2000).

O café chegou até os árabes em meados do século XV, que se encantaram com o sabor e os efeitos da bebida. Por muito tempo, os árabes tentaram guardar para si o precioso segredo, permitindo a exportação apenas dos frutos fervidos, para evitar que germinassem em outras terras (ABIC, 2005).

No século XVI, a bebida passa a ser conhecida e utilizada em Constantinopla, onde é aberta em 1554 a primeira casa de café. Ainda no século XVI, diversas casas de café são abertas no Cairo (Egito), e tornaram-se ponto de reunião de sábios e intelectuais. Daí surgiram outras restrições, uma vez que a frequência aos cafés atrapalhava a frequência às mesquitas. (POZZA *et al*, 2000).

A partir de 1615, o café começou a ser saboreado no Continente Europeu. Os holandeses iniciaram o plantio, como experiência em 1699. O plantio trouxe lucro, o que despertou o interesse de outros países a tentarem a plantação do café (ABIC, 2005). No século XVII, o café chega ao porto de Veneza, de Marselha e de Londres, onde recebe também

restrições pela concorrência ao consumo de chá e de cerveja. Em 1690, os holandeses levam o café à Ilha de Java, onde chove muito, o que faz a planta vegetar bem (POZZA *et al*, 2000).

Casas de café, como a Virgínia Coffee House, em Londres e o Café de la Regence, em Paris, ficaram bastante conhecidas. Esta última por ser ponto de encontro de personalidades famosas como Voltaire, Rousseau, Richelieu e outros. Para as inglesas do século XVII, o café era o licor debilitante que tornava seus maridos infecundos e inúteis. De cochicho em cochicho, a crença descabida de que a bebida trazida do Oriente causava a esterilidade e reduzia o desejo sexual fortaleceu-se entre as mulheres. Em 1674, o preconceito alcançou requintes de exagero no panfleto: A Petição Feminina Contra o Café, que apregoava os malefícios da “água suja, nauseante, amarga e escura”. O tempo passou, os argumentos mudaram, mas o café continuou a ser visto com desconfiança em certas rodas – apesar do seu sucesso em países produtores como o Brasil (POZZA *et al*, 2000).

Em 1706, o café plantado no jardim botânico de Amsterdã, deu origem, por duas vias, aos cafezais da América. Por uma via, foi levado a Paris e de lá para a ilha de Martinica, espalhando-se pela América Central, México e Colômbia, por outra via para a Guiana Holandesa, hoje Suriname, daí para a Guiana Francesa e a seguir para o Brasil, em 1727, quando o café trazido pelo sargento Francisco de Melo Palheta, tendo suas sementes sido plantadas no Pará (POZZA *et al*, 2000).

A família das rubiáceas, à qual pertence o gênero *Coffea*, contém mais de quinhentos gêneros e de seis a oito mil espécies. O cafeeiro é um arbusto desta família, gênero *Coffea*, do qual são conhecidas cerca de setenta espécies. No entanto, apenas três apresentam interesse econômico: *Coffea arábica*, *Coffea canephora* e *Coffea Liberica*. (MIRADOR, 1976).

A espécie *Coffea arábica*, originária da Etiópia, é a mais conhecida e cultivada, representando 70% do produto comercializado. É um arbusto perene, de folhas persistentes, que, em condições normais, tem altura de 2 a 4m (com variação de 0,5 a 6m) e é, em geral, multicaule, com sistema radicular pivotante-fasciculado. Os ramos laterais primários são opostos, às vezes em vértice de três ou mais, longos e flexíveis, pendentes ou eretos (MIRADOR, 1976).

Às vezes desenvolve-se apenas uma semente por fruto, caso em que toma forma arredondada e é denominada grão moca. Outras vezes pode desenvolver-se duas sementes dentro de uma mesma loja, o que faz com que tomem forma irregular; são então, denominadas sementes concha (MIRADOR, 1976).

O cafeeiro *arábica* é cultivado em condições bastante variáveis de altitude, desde a beira-mar, em condições especiais, até a altitudes de quase 2000m. Requer calor e umidade e

é susceptível a baixas temperaturas. A temperatura ideal para o desenvolvimento varia de 20°C a 25°C, com médias mínimas e máximas ao redor de 15°C a 30°C (sem descer abaixo de 0°C). Na Etiópia, nas regiões onde a espécie existe espontaneamente, ocorre uma estação seca de setembro a outubro e de abril a maio, com poucas chuvas (MIRADOR, 1976).

A temperatura média, a 1.500 e 1.800m, é de 20° a 22°C, com máximas de 30 a 31°C e mínimas de 4 a 5°C. Nas grandes regiões de cultivo do café *arábica*, as condições são distintas das que caracterizam os climas tropicais. Na América Central, Colômbia e Indonésia, as regiões de produção estão situadas em localidades que ficam compreendidas entre 1.000 e 2.000m. No Brasil, onde a latitude exerce função moderada, os cafeeiros se estendem a altitudes menores, entre 400 a 900. Em locais mais baixos ou mais altos da grande região produtiva brasileira, há perigo de geadas, o que compromete a produção (MIRADOR, 1976).

A segunda espécie de café, em importância econômica, a *Coffea canephora* produz o café *robusta*, cultivado em maior escala na Costa do Marfim, Angola, Uganda, Índia e em vários outros países da África, Ásia e Oceania. No Brasil cultivava-se, em escala muito reduzida, no estado do Espírito Santo, com o nome de *café Conilon (Kouillou)*. Trata-se de uma espécie polimorfa de ampla distribuição geográfica nas regiões tropicais e subtropicais africanas da Guiné, República Popular do Congo, República do Zaire, Uganda e Sudão, com alta concentração de tipos ao longo do rio Congo e seus tributários (MIRADOR, 1976).

A planta atinge 3 a 8m de altura, é multicaule, de ramos flexíveis, horizontais ou caídos, folhas grandes, de 10 a 20cm de comprimento, por 8 a 12cm de largura, 8 a 13 pares de nervuras, de um verde mais claro (MIRADOR, 1976).

O café *robusta* encontra condições mais favoráveis em locais com clima tropical típico, temperatura média de 24 a 26°C, durante todo o ano, sem grande amplitude de variações estacionais e chuvas abundantes (2.000mm), distribuídas em 9 a 10 meses do ano. Isso não significa que a espécie não possa ser cultivada em todas as regiões onde ocorre o *arábica*, com elevadas produções, como acontece no Brasil (MIRADOR, 1976).

A terceira espécie, *Coffea Liberica*, cultivada em pequenas áreas, ocorre espontaneamente na Guiné, Costa do Marfim, Libéria, Gana, Gabão, Congo e Angola. Tem forma piramidal e pode atingir 15m de altura. O tronco é forte, os ramos pouco flexíveis, as folhas grandes, coriáceas, ovais, com 17,7 cm de comprimento e 8,6 cm de largura (MIRADOR, 1976).

As sementes são grandes (12,3 por 8,4mm) e a qualidade do produto é bem inferior à do *arábica* (MIRADOR, 1976).

As variedades de espécie têm impacto no sabor do café. A composição química do grão pode variar em função da origem botânica ou espécie cultivada, dos tratamentos culturais executados ou dos fatores ambientais (POZZA *et al*, 2000).

4.2. As Formas de Consumo do Café no Mundo

As formas de consumo do produto são tão diversas, que podem fazer com que o tomador mais desavisado tenha grandes surpresas. O café é consumido em alguns lugares do mundo de formas diferenciadas (ABIC 2005; COFFEEBREAK, 2005; CAFESDOBRASIL, 2005).

França: o produto, na maioria das vezes, é bebido juntamente com chicória.

Áustria: pode-se beber o produto juntamente com figos secos, sendo que em Viena, a capital do país, é uma tradição o oferecimento de bolos e doces para acompanhar o café com chantilly.

África e Oriente Médio: é comum acentuar o sabor do café com algumas especiarias, tais como canela e cardomomo, alho ou gengibre.

Bélgica: o produto é servido com um pequeno pedaço de chocolate, colocado no interior da xícara, que será derretido quando entrar em contato com o café.

Itália: o café *espresso* preto é servido em xícaras pequenas, acompanhadas de tiras de limão.

Grécia: o café é acompanhado por um copo de água gelada.

Cuba: o café é bebido bastante forte e doce, e em um só gole.

Sul da Índia: o café é misturado com açúcar e leite e servido com doces.

Alemanha: é servido com leite condensado ou chantilly.

Suíça: adiciona-se ao café um licor, o "kirsch".

México: em muitos lugares, o café é oferecido gratuitamente e pode ser consumido em grandes quantidades. O chamado café americano, como é conhecido no México, é o mais consumido e é uma cópia do que se bebia até poucos anos nos Estados Unidos: diluído em muita água e com pouco sabor.

O café é uma bebida universal e está presente em todos os lugares. Nas residências, no trabalho, bares, restaurantes, padarias, feiras e até nos pontos de ônibus, onde é vendido por ambulantes. A qualquer hora, na cidade ou no campo, forte ou fraco, quente ou frio é apreciado por muitas pessoas. Versátil, o café compõe receitas culinárias que vão do aperitivo à sobremesa e até em pratos salgados. Algumas das receitas mais famosas são: capuccino, café brasileiro, café vienense, o irish coffee, bolo moka, suspiros e balas de café. O capuccino

normalmente é preparado com leite e chocolate, mas também existem outras receitas; o brasileiro com leite condensado e cachaça; o vienense com chocolate, creme de leite, raspas de laranja e canela; o irish com whisky irlandês e creme de leite.

Produtos como bolos, mousses, cremes, sorvetes, tortas e carnes podem ser preparados com o café, conferindo sabor diferenciado e acentuada às preparações.

O café é uma bebida que pode expressar uma infinidade de sabores e aromas. Conforme seu preparo, pode ser classificado industrialmente como estritamente mole, mole, apenas mole, duro, riado, rio e rio zona, onde estritamente mole é a bebida de sabor suave e adocicado e a rio zona é a bebida de sabor e odor acre ao paladar e ao olfato (EMBRAPA, 2006).

Especialistas em degustação de café, ao classificarem o produto, procuram em seu sabor o equilíbrio entre as seguintes sensações:

-Doçura: Os cafés mais finos apresentam um sabor adocicado, o que permite que sejam bebidos sem a adição de açúcar. A classificação quanto à doçura pode ser desde nula (sem doçura) até doçura muito boa. Porém, para que a doçura do café seja percebida, ele não pode conter grãos verdes, pretos ou ardidos (EMBRAPA, 2006).

-Amargor: É o gosto produzido pela cafeína e outras substâncias, que deve ser leve ou equilibrado nos cafés de melhor qualidade. Cafés muito torrados ou queimados, e os de pior qualidade têm amargor forte, que é sentido quando atinge a garganta (EMBRAPA, 2006).

-Acidez: Um pouco de acidez pode ser bastante desejável no café, principalmente em alguns países do mercado europeu, como a Alemanha. O café colombiano é muito aceito naqueles mercados porque é bastante ácido. Já os cafés brasileiros são menos ácidos (EMBRAPA, 2006).

-Aroma: Compreende os elementos perceptíveis pelo olfato. Bons cafés desprendem aromas fortes e complexos. Os aromas do café podem ser: frutado, florado, achocolatado, pão torrado e outros (EMBRAPA, 2006).

Todas essas características têm influência no sabor, no aroma e na qualidade geral do produto. Naturalmente, influenciam também o custo de produção e o preço ao consumidor. Existem outras formas de classificar o café que são complementares à classificação por sabor: pela quantidade de impurezas e de defeitos (pau, pedra, grãos pretos ou verdes, ardidos, quebrados, brocados etc.), pelo grau de torra (americana, européia, convencional e extraforte) e moagem (fina ou grossa), pela cor e tamanho dos grãos, entre outros (EMBRAPA, 2006).

De origem é a denominação dada ao café de uma determinada região, propriedade, variedade ou espécie que não sofra mistura com outros cafés. É a valorização daquilo que o

café possui na sua origem, por exemplo: puro arábica (espécie), café do cerrado (região), café orgânico (sistema de cultivo) (EMBRAPA, 2006).

No entanto, existem os *Blends* que são misturas de dois ou mais tipos de café que podem ser entre arábicas de diferentes regiões ou entre arábicas e robustas. Hoje, já se diz que o Brasil não tem um café, mas vários cafés. E cada um com atributos especiais. A arte de fazer um *blend* é a combinação de cafés com características complementares, como, por exemplo, acidez com doçura, muito encorpado com pouco encorpado, de tal forma que a mistura produza uma bebida específica com características para determinado tipo de consumidor (EMBRAPA, 2006).

A torra, que pode ser clara ou escura, é outra variável que vai interferir no resultado final dos produtos (NUTRINEWS, 2005).

Cada indústria de café possui seu próprio *blend*. É essa mistura que dá a característica de aroma e sabor ao produto daquela indústria. O *blend* é o grande segredo industrial, já que os consumidores são fiéis ao sabor de determinada marca (EMBRAPA, 2006).

As indústrias contam para desenvolver e manter a padronização do produto, com setores de classificação, onde a matéria-prima é analisada por meio de análises físicas do café cru, onde são detectados defeitos nos grãos, impurezas e umidade, incluindo também análise sensorial, com pessoas especializadas em degustar e averiguar o cheiro, o paladar e o corpo do café. Qualquer erro nesse processo pode comprometer e alterar completamente o produto final (NUTRINEWS, 2000).

Com os novos “blends” criados e oferecidos pelas indústrias brasileiras nos últimos anos e a implantação do Selo de Pureza da ABIC, outra nova tendência começa a aparecer naturalmente a segmentação do mercado que deverá contribuir para a revalorização do negócio e aumento de lucros (NUTRINEWS, 2000).

Nessa direção e a exemplo de produtos como o leite, ovos e água, que já enveredaram por esse caminho, oferecendo ao mercado uma linha de composição diversificada ocupando assim maior espaço nas prateleiras dos supermercados com as mais variadas opções para diversos tipos de consumidor, o café deverá encaminhar-se no mesmo caminho. Estudos indicam uma classificação em pelo menos quatro itens a princípio, que seriam: Popular, Tradicional, Gourmet e Especial, este último englobaria os de origem orgânica, os *espressos* e com marcas das próprias fazendas (NUTRINEWS, 2000).

- Especiais ou Gourmet: São cafés 100% arábica de origem única ou “blendados” (neste caso a combinação é feita apenas de vários tipos de café arábica), de bebida apenas mole, mole ou estritamente mole, que atendam aos requisitos da qualidade global da bebida, de tipo 2 a 4

(Classificação Oficial Brasileira), com ausência de impurezas e defeitos (pretos, verdes, ardidados, preto-verde e fermentado), com aroma característico, marcante e intenso, acidez baixa a alta, doçura original, sabor característico com nuances, livre de sabores estranhos, sem adstringência e encorpado (EMBRAPA, 2006).

- **Espresso:** Refere-se ao modo de preparo onde o café é moído na hora e filtrado sob pressão de 9 quilos por 30 segundos com água a 90° C, gerando uma bebida cremosa e aromática. Esse processo de preparar o café é originário da Itália. A palavra é escrita com “s” e não “x” – *espresso* – devido à sua origem italiana, cuja tradução quer dizer “feito sob pressão” (EMBRAPA, 2006).

- **Solúvel:** É o produto resultante da desidratação da infusão feita a partir de métodos físicos (temperatura, pressão etc.), utilizando a água como único agente extrator. Com isso, ao repor a água extraída, o café estará pronto para o consumo. O café solúvel é classificado de acordo com o processo de desidratação e forma de apresentação em:

***Café Solúvel em Pó ou *Spray Dried*:** é o produto obtido a partir de processo no qual a bebida de café é pulverizada em atmosfera aquecida, para, por meio da evaporação da água, formar partículas secas.

***Café Solúvel Granulado ou Aglomerado:** é o produto obtido quando as partículas de Café Solúvel *Spray Dried* são fundidas no processo de industrialização para formar partículas maiores (grânulos).

***Café Solúvel Liofilizado ou *Freeze-Dried*:** é o produto obtido por processamento, no qual o café no estado líquido é congelado e a água é removida por sublimação, formando partículas secas de formas irregulares.

4.3. Café no Brasil

No Brasil, o café chegou à região norte, por Belém, em 1727, vindo da Guiana Francesa, trazido pelo sargento-mor Francisco de Melo Palheta. Esse foi enviado às Guianas com a missão de trazer uma muda de café, já que o grão possuía grande valor comercial (MELLO, 2005; ABIC, 2005).

Conta-se que os portugueses eram proibidos de receber a planta. Palheta, porém, disposto a cumprir sua missão se aproximou intimamente da esposa do governador de Caiena, capital do Suriname. Ela, tomada pela paixão, ofereceu clandestinamente uma pequena muda do café Arábica que veio escondida na bagagem do brasileiro (PASCOAL, 1999).

Nos primeiros tempos o cafeeiro se desenvolvera apenas nas províncias do norte do país, em pequenas plantações (PASCOAL, 1999).

Da região Norte, o café foi descendo para o Nordeste, passando por Maranhão, Ceará, Pernambuco e Bahia, até chegar, em 1773, ao Rio de Janeiro. Expandiu-se pela Serra do mar, atingindo, em 1825, o Vale do Paraíba, daí alcançando os Estados de São Paulo e Minas Gerais, onde encontrou condições para o desenvolvimento. O clima e as terras férteis da região transformaram o Brasil no maior produtor mundial de café no final do século XIX (EMBRAPA, 2006).

Pelos idos de 1830, o café transformara-se no principal produto de exportação, ultrapassando o algodão e o açúcar e, em 1845, o Brasil já era responsável por 45% das exportações mundiais do produto (EMBRAPA, 2006).

O café esteve presente em todos os momentos históricos do País. Logo após a Independência, foi o café o fator de desenvolvimento e modernização do Brasil, pois, para escoar sua produção, foram construídas estradas de ferro, abertos novos portos, o número de bancos foi ampliado e o comércio tornou-se mais ágil. Durante o Segundo Reinado (1840-1889), o Império Brasileiro passou a ser conhecido como o Império do Café, já que a monarquia de D. Pedro II, bastante centralizadora, atendia, sobretudo, aos interesses dos fazendeiros do vale do Paraíba, grandes produtores de café. As fazendas de café concentraram toda a riqueza brasileira durante três quartos de século. Sua influência não foi só econômica, mas também social e política. Os mais importantes fatos, ocorridos no Brasil, desenvolveram-se devido à lavoura, que formou a última aristocracia do país. Os fazendeiros, produtores do grão, enriqueceram e muitos se tornaram tão famosos que passaram a ser chamados de barões do café (EMBRAPA, 2006).

Em 1906, a produção brasileira supera um patamar de 22 milhões de sacas. No mesmo ano foi celebrado o Acordo/Convênio de Taubaté, que proibia novos plantios de café no Estado de São Paulo (EMBRAPA, 2006).

Com a crise de 1929, decorrente da quebra da Bolsa de Nova Iorque, ocorreu uma desestabilização no mercado interno. Os financiamentos junto aos bancos estrangeiros foram interrompidos; os preços despencaram, levando o setor para uma enorme crise. Na década de 30, houve uma derrocada da lavoura e a queima de 80 milhões de sacas (EMBRAPA, 2006).

Em virtude de sua importância nas exportações brasileiras, em 1931, foi criado o Conselho Nacional do Café (CNC), que, em 1933, foi substituído pelo Departamento Nacional de Café (DNC), autarquia federal subordinada ao Ministério da Fazenda, que controlou o setor do café até 1946, quando foi extinto. Em 1952, foi criado o Instituto Brasileiro do Café (IBC), formado principalmente por cafeicultores, que definiu as diretrizes da política cafeeira até 1989. Para dirigir a política cafeeira no País após a extinção do IBC,

foi criado, em 1996, pelo Governo Federal, o Conselho Deliberativo da Política do Café, vinculado ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, que atua até os dias de hoje (EMBRAPA, 2006).

Sinônimo de progresso, o café contribuiu decisivamente para a industrialização do País e ainda é um dos mais importantes produtos agrícolas nacionais (EMBRAPA, 2006).

Desde a década de 60, o mercado do café vem passando por profundas modificações comerciais. A ocorrência de diversas geadas no Paraná, que na década de 60 era o maior produtor nacional, com 20 milhões de sacas (54%), fez com que a produção brasileira tivesse um grande decréscimo, a ponto de novos países passarem a produzir e vender seu produto no mercado externo. Saindo do Paraná, o café se instalou em Minas Gerais, estado que hoje é o maior produtor brasileiro, responsável por mais de 50% da produção nacional (EMBRAPA, 2006).

A partir dos anos 80, acompanhando o desenvolvimento tecnológico da indústria de torrefação, uma nova espécie de café passou a fazer parte da oferta mundial do produto, fazendo do café robusta um item a mais na pauta da produção e do consumo do café, e incluindo o estado do Espírito Santo no mercado nacional e mundial (EMBRAPA, 2006).

4.4. Importância do Café para o Brasil

4.4.1. Aspectos Econômicos

As áreas cafeeiras estão concentradas no centro-sul do país, onde se destacam quatro estados produtores: Minas Gerais, São Paulo, Espírito Santo e Paraná. A região Nordeste também tem plantações na Bahia, e da região Norte pode-se destacar Rondônia (ABIC, 2005).

Em decorrência das diferentes condições do clima brasileiro, as espécies arábica e robusta foram se instalando em vários Estados.

A produção de café arábica se concentra em São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Bahia e parte do Espírito Santo, enquanto o café robusta é plantado principalmente no Espírito Santo e Rondônia (ABIC, 2005; EMBRAPA, 2006).

Já a espécie robusta é adaptada às zonas quentes e úmidas, própria das florestas tropicais de baixa altitude, sendo, portanto, plantada, principalmente, no norte do Espírito Santo, sul da Bahia e em Rondônia. (EMBRAPA, 2006).

As principais regiões produtoras no Estado de São Paulo são a Mogiana, Alta Paulista, e Região de Pirajú. Uma das mais tradicionais regiões produtoras de café, a Mogiana está localizada ao norte do estado, com cafezais a uma altitude que varia entre 900 e 1.000 metros. A região produz somente café da espécie arábica, sendo que as variedades mais cultivadas são

o Catuaí e o Mundo Novo. Localizada na região oeste do estado, a Alta Paulista tem uma altitude média de 600 metros. A região é produtora de café arábica, sendo que a variedade mais cultivada é a Mundo Novo. A região de Piraju, a uma altitude média de 700 metros, produz café arábica, com 75% sendo da variedade Catuaí, 15% da variedade Mundo Novo e 10% de novas variedades, como Obatã, Icatu, entre outras (ABIC, 2005).

Em Minas Gerais, as principais regiões produtoras são: Cerrado Mineiro, Sul de Minas, Matas de Minas e Jequitinhonha. A altitude média do Cerrado Mineiro é de 800 metros e dentre o café arábica cultivado, a predominância é de plantas das variedades Mundo Novo e Catuaí. O Sul de Minas também produz apenas café arábica e a altitude média é de aproximadamente 950 metros. As variedades mais cultivadas são o Catuaí e o Mundo Novo, mas também há lavouras das variedades Icatu, Obatã e Catuaí Rubi. A região das Matas de Minas e Jequitinhonha está a uma altitude média de 650 metros e possui lavouras de arábica das variedades Catuaí (80%), Mundo Novo, entre outras (ABIC, 2005).

O Paraná chegou a ter 1,8 milhões de hectares dedicados ao cultivo de café. Hoje esse número é de apenas 156 mil hectares, mas o café ainda está presente em aproximadamente 210 municípios do estado e é responsável por 3,2% da renda agrícola paranaense. O café é cultivado nas regiões do Norte Pioneiro, Norte, Noroeste e Oeste do Estado. As áreas de cultivo são muito extensas, o que justifica a grande variação de altitudes. A altitude média é de aproximadamente 650 metros, sendo que na região do Arenito, próximo ao rio Paraná, a altitude é de 350 metros e na região de Apucarana chega a 900 metros. No Estado é cultivada a espécie arábica e as variedades predominantes são Mundo Novo e Catuaí (ABIC, 2005).

A cafeicultura na Bahia surgiu a partir da década de 1970 e teve uma grande influência no desenvolvimento econômico de alguns municípios. Há atualmente três regiões produtoras consolidadas: a do Planalto, mais tradicional produtora de café arábica; a Região Oeste, também produtora de café arábica, sendo uma região de cerrado com irrigação e a Litorânea, com plantios predominantes do café robusta (variedade Conillon). Na Região Oeste, um número expressivo de empresas utilizando alta tecnologia para café irrigado vem se instalando, contribuindo, assim, para a expansão da produção em áreas não tradicionais de cultivo e consolidando a posição do Estado como o quinto maior produtor com, aproximadamente, 5% da produção nacional. No parque cafeeiro estadual predomina a produção de café arábica com 76% da produção (com 95% sendo da variedade Catuaí) contra 24% de café robusta (ABIC, 2005).

No Espírito Santo, os principais municípios produtores são Linhares, São Mateus, Nova Venécia, São Gabriel da Palha, Vila Valério e Águia Branca. O café foi o produto

responsável pelo desenvolvimento de um grande número de cidades no Estado. São cultivadas no estado as espécies arábica e robusta (Conillon), tendo sido marcante a produção desta última, que se expandiu principalmente nas regiões baixas, de temperaturas elevadas. Atualmente as lavouras de robusta ocupam mais de 73% do parque cafeeiro estadual e respondem por 64,8% da produção brasileira da variedade. O Estado coloca o Brasil como segundo maior produtor mundial de *Conillon* (ABIC, 2005).

No Estado de Rondônia, a produção de café está concentrada nas cidades de Vilhena, Cafelândia, Cacoal, Rolim de Moura e Ji-Paraná. No cenário nacional, Rondônia representa o sexto maior estado produtor e o segundo maior estado produtor de café robusta, com uma área de 165 mil hectares e uma produção de 2,1 milhões de sacas, constituídas exclusivamente pelo café robusta (variedade Conillon) (ABIC, 2005).

O café é hoje o segundo maior gerador de riquezas do planeta, perdendo apenas para o petróleo. Um mercado gigantesco, que movimenta, anualmente, 91 bilhões de dólares, ficando apenas 9% desse montante com os países produtores. A cadeia emprega direta ou indiretamente meio bilhão de pessoas em todo o mundo, ou 8% da população mundial (EMBRAPA, 2006). Isto demonstra de forma cabal a importância desta *comodites*.

Com uma exportação média de 22 milhões de sacas, o Brasil, atualmente, é o principal exportador e responde por mais de um terço de toda a produção mundial – três vezes mais do que a Colômbia, o segundo maior exportador. O setor é responsável pela geração de 7 milhões de empregos diretos e indiretos no País, e por uma riqueza anual de 10 bilhões de reais (cerca de 3 bilhões de dólares) (EMBRAPA, 2006).

O Brasil possui hoje uma área plantada de 2,7 milhões de hectares, com aproximadamente 6 bilhões de pés – pouco mais da metade só no Estado de Minas Gerais. O crescimento da participação brasileira no mercado de café não descarta investimentos em tecnologia e definições de estratégias de produção e comércio. Pelo contrário, o Brasil tem, na base tecnológica e nas estratégias de política econômica, o suporte para se manter no posto (EMBRAPA, 2006).

Uma nova revolução está ocorrendo atualmente nos países produtores, pressionada pelo mercado mundial. É a revolução pela qualidade do produto. Em cinco anos, a demanda interna e, principalmente, externa de cafés especiais aumentou de forma acelerada no Brasil, numa demonstração clara de que o consumidor está cada vez mais exigente em relação à qualidade da bebida. O padrão especial, ou *gourmet*, deve-se à ótima qualidade dos grãos, colhidos sob critérios rigorosos de seleção. Calcula-se que já existam mais de 40 marcas de cafés especiais à venda no Brasil. Mas o mercado e a produção de cafés especiais ainda têm

muito que crescer. A utilização de novas tecnologias é um dos fatores determinantes para o alcance da qualidade, da sustentabilidade e da competitividade do café brasileiro.

O levantamento semestral da produção e consumo de café torrado e moído no Brasil, realizada pela ABIC para o período de 12 meses encerrado em Abril de 2005, continuou revelando um crescimento significativo quando comparado com os padrões mundiais (ABIC, 2005).

De fato, o levantamento conclui que os brasileiros já estão consumindo 15,49 milhões de sacas/ano, um crescimento de 3,68% em relação ao último período de apuração da ABIC, que foram os 12 meses encerrados em Outubro de 2004, enquanto que a OIC estimou que o consumo mundial, em 2004, cresceu somente 1,4%. No período semestral anterior o consumo apurado foi de 14,94 milhões de sacas (ABIC, 2005).

O consumo per capita também evoluiu, atingindo 4,15 kg de café em pó torrado/moído por habitante/ano, contra 4,01 kg/hab/ano no semestre anterior, o que aproxima ainda mais o consumo brasileiro dos padrões europeu e americano (ABIC, 2005).

A ABIC considera que o consumo per capita ainda pode se elevar continuamente, uma vez que o mercado brasileiro tem suficiente capacidade para assimilar inovações e aprimoramentos no produto (ABIC, 2005).

Para o ano 2005, ações foram se intensificando, como ficou demonstrado com a 1ª Edição Especial dos Melhores Cafés do Brasil, participaram o Presidente Lula e vários Ministros, juntamente com industriais de café de vários estados. A comemoração, em 24 de Maio, Dia Nacional do Café, foi uma ação das empresas e cooperativas em todo o Brasil e do próximo Festival do Café no Inverno, uma nova iniciativa da ABIC e suas associadas, em conjunto com a ABRAS - Associação Brasileira de Supermercados.

Os Programas de Café e Saúde, que têm tido grande repercussão nos meios acadêmicos, médicos e junto à imprensa, estão desmistificando preconceitos existentes para a bebida, induzindo o consumo e atraindo novos consumidores (ABIC, 2005).

A participação do varejo supermercadista, que está modernizando o conceito de venda de café e ampliando a oferta de produtos diferenciados e de alta qualidade, com maior valor agregado, e que tem o apoio da ABIC, tem servido como alavanca deste movimento de crescimento do consumo. As principais redes varejistas do País, como Pão de Açúcar, Carrefour, Sonae, Zaffari, Verde Mar e estabelecimentos de especialidades, como a Casa Santa Luzia e Empório Santa Maria, já aderiram a este movimento e têm experimentado ótimo resultado, com aumento das vendas e demanda crescente. As casas de café, que são

inauguradas a todo mês, com ambiente bem projetado e ótimos cafés, complementam este ambiente favorável ao consumo do produto (ABIC, 2005).

4.4.2. Aspectos de Saúde

Embora o café seja, há mais de mil anos, uma das bebidas mais consumidas em todo mundo, sua história sempre foi recheada de preconceitos, superstições e campanhas de depreciação. Porém, pesquisas realizadas no Brasil, Estados Unidos, Europa e Japão, revelam que o café pode fazer muito bem à saúde. Segundo os resultados dessas pesquisas, o consumo de até cinco xícaras por dia, contribui na prevenção de várias doenças, como o câncer de cólon, diabetes, a doença de Parkinson e o mal de Alzheimer. Isso porque ele possui propriedades antioxidantes e protege os neurônios (EMBRAPA, 2006).

A comunidade científica já considera o café um alimento nutracêutico (nutricional e farmacêutico). O produto não é formado apenas por cafeína como é mais divulgado, mas de muitos outros componentes tão ou mais importantes – sais minerais (3% a 5%), açúcares (35% a 55%), lipídios (10% a 20%), aminoácidos (2%) e niacina ou vitamina PP (0,5%) – e farmacêuticas – 1% a 2,5% de cafeína e 7% a 9% de ácidos clorogênicos. Do ponto de vista alimentício, todos esses componentes fazem do café uma bebida saudável e rica em propriedades nutricionais. O uso farmacêutico do café, ou seja, na composição de medicamentos, já vem sendo estudado contra disfunções psíquicas e deve tornar-se realidade em, no máximo, cinco anos (EMBRAPA, 2006).

Aliás, essas propriedades farmacêuticas vêm de *família*. O café pertence à família das *Rubiáceas*, das quais muitas espécies são conhecidas por suas propriedades terapêuticas, como o jenipapo, a quinua e o mulateiro-de-várzea. Mais recentemente, uma outra árvore, a *Morinda citrifolia*, encontrada em abundância no Taiti, ilha da Polinésia Francesa, vem se destacando por suas ações antiinflamatórias e antihistamínicas. Seu fruto, *noni* vem sendo recomendado no combate a várias doenças, como a hipertensão arterial, câncer, obesidade, diabete, bem como para melhorar a energia corporal e os estados de ânimo, confirmando a vocação farmacêutica da família das *Rubiáceas* (EMBRAPA, 2006).

No processo de torra do café, os ácidos clorogênicos transformam-se em quinídeos, que atuam no sistema nervoso central, modulando o estado de humor e o mecanismo de gratificação e, assim, previnem a ocorrência de depressão e suas conseqüências, como impulso de consumir tabaco, álcool e outras drogas ilegais, bem como ajudam a prevenir doenças cardíacas (EMBRAPA, 2006).

Outro preconceito, que também está acabando, é o de que café não deve ser consumido por crianças. Pesquisas demonstram que o café pode e deve ser ingerido de forma moderada, principalmente por estudantes. Isso porque a cafeína é, comprovadamente, uma substância que estimula a vigília, a atenção, a concentração, a memória e o aprendizado (EMBRAPA, 2006).

Uma xícara pequena de café, pela manhã, é o suficiente para deixar o cérebro alerta. No passado, somente a cafeína era relacionada ao café, a qual era comparada com drogas psicotrópicas como cocaína, nicotina e heroína. Recentes pesquisas derrubaram este mito e mostraram que a cafeína não causa os malefícios que estes psicotrópicos provocam, sendo segura quando consumida até a quantidade diária de meio a um grama, equivalente a meio litro de café por dia. É claro que em excesso ela possui contra-indicações, como qualquer outra substância ingerida inadequadamente. Doses exageradas causam ansiedade, podem causar insônia, náuseas, dor de cabeça e diarreia, e devem ser evitadas por pacientes com úlcera, devido à sua ação estimulante da secreção ácida e de pepsina no estômago (EMBRAPA, 2006).

Dentro da quantidade recomendada por especialistas, a cafeína torna-se uma grande aliada da medicina. O uso terapêutico dessa substância tem sido comprovado na cura e prevenção de diversos males. É muito utilizada, por exemplo, em remédios contra a enxaqueca e tem sido eficaz no tratamento de apnéia em crianças prematuras (EMBRAPA, 2006).

Com base em constatações científicas de que o café aumenta a capacidade intelectual e a atenção, melhorando a absorção de idéias, muitas escolas brasileiras incluíram o café na merenda escolar, uma experiência pioneira que melhora significativamente o desempenho de crianças e adolescentes na sala de aula. No Estado de Minas Gerais, o uso do café na merenda escolar de todos os alunos já estabelecido por médicos especialistas de acordo com faixa etária. A dose sugerida para crianças entre seis e 10 anos de idade é de três xícaras (50 ml) por dia (EMBRAPA, 2006).

O café tomado logo na primeira hora após o despertar em casa suplementado pela xícara de café na escola pode trazer um grande benefício às crianças, adolescentes e jovens do Brasil e mesmo em todos os países do mundo (LIMA, 2005).

Poderoso estimulante do sistema nervoso central, a cafeína atua bloqueando a adenosina, neurotransmissor do sono. Em quantidade adequada, ela reduz a sonolência, a apatia e a fadiga mental – comuns entre crianças e jovens que acordam muito cedo para ir à escola. Porém a pesquisa recomenda que ele seja bebido somente durante o dia, com

intervalos de, pelo menos, duas horas entre uma ingestão e outra, e, no máximo, até três horas da tarde, pois o café pode prejudicar o sono, se tomado à noite (EMBRAPA, 2006).

No passado era um hábito comum na merenda escolar o consumo de café com leite e pão com manteiga. Na atualidade substâncias artificiais como refrigerantes, sucos, isotônicos, biscoitos, balas, chicletes e derivados industrializados de amido, entre inúmeros outros substituíram lentamente a saudável dupla. Pesquisas mostram que a dose ideal de café com leite a ser consumida diariamente é feita por uma minoria de crianças (LIMA, 2005).

A humanidade escolheu o café como bebida matinal porque ele estimula o sistema de vigília do cérebro humano (LIMA, 2005). O consumo diário e moderado de café torna o cérebro mais atento e capaz de suas atividades intelectuais, diminui a incidência de apatia e depressão e estimula a memória, atenção e concentração, melhorando a atividade intelectual normal (LIMA, 2005).

O hábito de tomar café é apreciado no mundo inteiro por causa do seu sabor e aroma agradável e também por causa de suas propriedades fisiológicas e psicológicas atribuídas aos compostos como as metilxantinas (DÓREA & COSTA, 2005).

Algumas propriedades sensoriais dos grãos do café são atribuídas às substâncias solúveis desenvolvidas durante a torrefação e fermentação, que resultam por sua vez em uma variedade de escolhas para preparar a bebida (DÓREA & COSTA, 2005).

A ingestão do café é considerada como parte das refeições ou como um ingrediente nos lanches e sobremesas. Nas culturas ocidentais, é um item obrigatório no café da manhã para conceder uma predisposição positiva nas atividades do trabalho. Smith *et al* (1999) podiam distinguir os perfis (memória de trabalho, atenção, ânimo, função cardiovascular) baseado no café e nos cereais consumidos durante o café da manhã. Os empregados que consomem o pequeno cereal tiveram um ânimo mais positivo no começo das sessões dos testes, executaram melhor as tarefas memoriais e sentiram-se mais calmos ao final da sessão do teste, do que aqueles que não tomaram café da manhã. A ingestão da cafeína não teve nenhum efeito no ânimo inicial ou na memória de trabalho, mas melhorou a codificação da nova informação e neutralizou a fadiga desenvolvida sobre a sessão do teste (DÓREA & COSTA, 2005).

Segundo Lima (2005) em sua obra *Café e Coração*, ao contrário do que se pensava, o consumo moderado de café pode fazer bem ao coração.

No passado um grande número de cardiologistas julgava que o café possuía apenas cafeína, desconhecendo que a bebida contém também maiores quantidades de sais minerais (2-4%), ácidos clorogênicos e quinídeos (2-4%), niacina ou vitamina PP (1%) além da cafeína

(1-2%) e centenas de óleos voláteis responsáveis pelo aroma e sabor da bebida, característicos de cada região produtora e dos *blends* dos fabricantes (LIMA, 2005). Na atualidade evidências científicas permitem classificar o café como uma planta funcional nutracêutica (LIMA, 2005).

Durante dois anos de apuração, os professores da Universidade de Brasília, Teresa Helena Costa e José Garrofe Dórea, descobriram que o café, desde que não consumido em excesso, é bom para o corpo e para a mente (ABIC, 2005).

Foram dois anos de apuração para comprovar que o café poderia ser considerado também um alimento funcional – ou seja, além de cumprir as funções nutricionais básicas, influencia no metabolismo, ajudando a manter uma boa saúde física e mental. “*Com o estudo, vimos que o café já tem status de alimento funcional, assim como o chá e o leite materno.*” explica Dórea. (ABIC, 2005).

Lima (2005) em sua outra obra *Café, Cálcio e Osteoporose* demonstra que o consumo moderado de café não interfere na absorção do cálcio e não causa osteoporose. Diversas pesquisas examinaram a relação entre o consumo de cafeína e fraturas do quadril e detectaram que o risco de fratura do quadril apresenta uma modesta relação com o consumo de doses elevadas de cafeína, superiores a cinco xícaras diárias. Mas comentam que o consumo de cafeína está geralmente associado a outras substâncias. Esta relação pode ser indireta e precisa de maiores esclarecimentos para confirmar esta suposição. Outras pesquisas concluíram que não existe relação entre o consumo de cálcio, fósforo, proteínas, vitamina C e cafeína e fraturas do quadril. Adicionalmente concluíram que exercícios recreacionais na infância e adolescência parecem ajudar a proteger contra este tipo de fratura (LIMA, 2005).

Um grande número de estudos em mulheres no período pós-menopausa para avaliar a incidência de osteoporose através de um controle da densidade óssea e sua relação com o consumo de cálcio, cafeína e tabaco já foi realizado. A menopausa está associada a uma diminuição da densidade óssea e osteoporose, que pode ser agravada pelo tabagismo, pois este diminui a absorção de cálcio. O consumo moderado de cafeína não possui relação com o problema (LIMA, 2005).

Outras pesquisas mostram que não existe relação entre o consumo de cafeína, osteoporose e fratura do quadril e que apenas o consumo de doses acima de 450 mg diários de cafeína pode influir na ocorrência de osteoporose apenas nas mulheres que consomem uma quantidade inferior a 800 mg de cálcio na dieta. Não existe influência na densidade óssea ou osteoporose nas mulheres que consomem café com pelo menos um copo de leite ao dia e apenas o consumo de cinco xícaras ou mais de café sem um consumo diário de leite pode

estar relacionado a uma maior incidência de osteoporose em pessoas idosas ou mulheres pós-menopausa (LIMA, 2005).

Segundo Lima (2005) em sua obra: *Café, Alcoolismo e Drogas*, o café forma durante a torra adequada, produtos que ajudam a inibir o desejo de consumir álcool e drogas ilegais.

O fato do café puro ou com leite na dose de 3 a 4 xícaras diárias ser um agente preventivo da depressão bem como a possibilidade de um fitoterápico de café ser um agente curativo para a depressão, coloca o consumo de café e seus subprodutos como prioridade para a ciência médica que visa combater o mal do século, a depressão. Programas visando um aumento do consumo de café não apenas em escolas, mas em todos os locais de trabalho desde empresas a repartições públicas e comerciais em geral poderiam ser implementados como uma indicação médica para profilaxia do "mal do século" (LIMA, 2005).

Os benefícios do café vão desde o engajamento social e o aumento da performance no trabalho até a prevenção contra diabetes. Para Costa e Dórea (2005), a descoberta mais importante envolve a prevenção da diabetes tipo 2 (diabetes do adulto). Um estudo alemão, feito com mais de 17 mil pessoas em 2002, mostrou que o consumo diário de sete xícaras de café coado no filtro de papel diminuiu o risco de desenvolver diabetes do tipo 2.

Apesar de todos os benefícios apontados por Lima, a maioria dos pesquisadores e médicos, prefere não indicar o café como tratamento para doenças. *“A cafeína é usada em diversas medicações, como os remédios contra a enxaqueca, por exemplo. Associado a analgésicos, o café potencializa a ação do remédio”* (DÓREA & COSTA, 2005). Dórea (2005) alerta ainda para a comum confusão entre café e cafeína. *“A cafeína é apenas um dos compostos do café, que ainda contém minerais, vitaminas e, principalmente antioxidantes. Se for tomada separadamente, a cafeína também precisa de controle.”*.

Como são estudos recentes e só foram encontrados três autores brasileiros que escrevem sobre os benefícios do café, necessita-se de mais estudos que comprovem outros benefícios do café e a ação sobre a população brasileira.

4.5 Cafeterias

As cafeterias surgiram em Meca, que era um centro religioso de reza e meditação. A religião mulçumana proibia o consumo de qualquer bebida alcoólica. E, embora fossem lugares de reuniões religiosas, as pessoas sentavam-se no chão, consumiam a bebida e com isso, esse lugares passaram a se caracterizar em lugares onde as pessoas ouviam música,

dançavam, jogavam e conversam sobre negócios enquanto consumiam a bebida (ABIC, 2005; PLANETA ORGÂNICO, 2005).

As cafeterias desenvolveram-se na Europa, entre 1650 e 1651, primeiro na Inglaterra e na França. Os jovens reuniam-se em torno de várias xícaras de café, discutindo o destino das nações, declamando poemas, lendo livros e conspirando, o que levou o Rei Carlos II da Inglaterra a proibir a frequência das cafeterias. Porém, a proibição durou apenas quinze dias e depois as cafeterias foram reabertas (ABIC, 2005; CAFES DO BRASIL, 2005).

Um novo ataque contra as cafeterias ocorreu em 1674, na Inglaterra, quando um grupo de mulheres publicou um panfleto intitulado “Petição Feminina contra o Café”. As mulheres argumentavam que os homens consumiam muito a bebida e, como resultado, eram “infecundos e inúteis como os habitantes de onde essa planta inútil nasce e é cultivada”. A origem do problema estava no fato de os homens passarem grande parte do tempo nas cafeterias e foi resolvido quando as mulheres passaram a fazer o café em casa, a partir da manhã, para estimular os maridos a ficarem ou voltarem para casa, a fim de tomar um café antes de se deitar (CAFES DO BRASIL, 2005).

Em meio século, Londres já contava com mais de trezentos cafés públicos (CAFES DO BRASIL, 2005).

No início do século XVIII, algumas cafeterias em Londres, ficaram conhecidas como “penny universities” (universidades baratas). Pois, na compra de um café, podiam ouvir e aprender com grandes figuras literárias e políticas da época, como Spinoza, Rousseau e Voltaire (CAFES DO BRASIL, 2005).

Nota-se, portanto que as cafeterias eram lugares onde as pessoas procuravam não apenas para tomar a bebida, mas para absorverem cultura.

Hoje, os cafés são destinados a um público bastante eclético que aliam charme e modernidade. Conquistaram os consumidores, fazendo com que esses ambientes adquiram perfis diferenciados. De executivos a boêmios, os frequentadores encontram nas cafeterias desde a satisfação de um lanche rápido, a possibilidade de "dar um tempo" e relaxar na correria do dia-a-dia até, em algumas lojas mais arrojadas, acessar a internet e degustar com tranquilidade um café de qualidade (NUTRINEWS, 2005).

As cafeterias chegaram devagar, ganharam espaços nas ruas e “shoppings centers” e conquistaram o brasileiro. As cafeterias vieram para ficar. O que parecia ser um modismo, firmou-se no mercado tornando-se uma boa opção de negócio (NUTRINEWS, 2005).

Evidentemente que muito se deve ao hábito de consumo do produto, afinal a grande maioria dos brasileiros aprecia a bebida, mas existem outros fatores que contribuíram para

esta rápida expansão, como o espaço democrático. A grande magia do café é, sem dúvida, ser um espaço de liberdade. Nele, pode-se simplesmente saborear uma xícara de café, até mesmo fazer uma refeição leve sem pressa. Este deve ser o espírito de todo café. Um espaço público, popular, aconchegante, que permita se sentir bem (NUTRINEWS, 2005).

Para o público brasileiro esse conceito foi assimilado, tanto que alguns cafés têm como frequentadores assíduos, artistas boêmios e intelectuais. Muito desta imagem deve-se aos cafés franceses porque quando surgiram no século XVII tornaram-se redutos de intelectuais (NUTRINEWS, 2005).

Na verdade as cafeterias francesas tornaram-se referência para esse tipo de comércio. A primeira casa do gênero no mundo - o Café Procope - foi aberta em 1672, próximo ao Museu do Louvre, existindo até hoje. Foi também na França que surgiu o primeiro café a utilizar mesinhas nas calçadas - o Foy- que acabou dando origem a um hábito típico do parisiense: sentar-se às mesas dispostas nas calçadas daquela bela cidade para saborear um café lendo seu jornal (NUTRINEWS, 2005).

A imagem associada às cafeterias francesas é tão forte que até nos Estados Unidos, aonde esse tipo de comércio também vem ganhando espaço, os “coffee-shops” se espelham nos moldes europeus para criar a decoração de seus pontos comerciais (NUTRINEWS, 2005).

O americano se rendeu ao charme do café europeu no que se refere ao visual, mas com seu espírito empreendedor transformou-o em um negócio de alta rentabilidade. Os “coffee-shops” americanos oferecem cafés especiais com *blends* diferenciados, lanches e refeições leves e mais uma infinidade de produtos e aparatos. Assim, em uma loja como a Starbuck's, por exemplo, o cliente pode além de saborear seu café e fazer uma refeição leve, adquirir xícaras, calendários, livros, colheres e uma infinidade de produtos ligados ao tema café (NUTRINEWS, 2005).

E, pelos números de consumo pode-se concluir que a bebida vem conquistando cada dia mais americanos. Para se ter uma idéia, em 1990 o mercado de cafés especiais movimentou cerca de US\$ 75 milhões e em 1996 esses números subiram para US\$ 2,2 bilhões (NUTRINEWS, 2005).

O crescimento desse mercado, no Brasil e no mundo, deve-se ao constante aperfeiçoamento do setor. O aumento do consumo nos novos pontos de venda justificou a diversificação e comercialização de novos tipos de café, com “*blends*” e origens diferentes. Do cultivo à torrefação, vem se imprimindo um padrão de qualidade que permite ao consumidor identificar sabores, sentindo o prazer da degustação. Evidentemente que aliado à qualidade do grão, é indispensável uma elaboração cuidadosa, que só pode ser feita com

equipamentos de primeira linha. Assim, para o sucesso de uma cafeteria é fundamental ser rigoroso na escolha do produto e dos equipamentos que serão utilizados. Com isso ganham os apreciadores da bebida, que podem contar com um serviço cada vez mais profissional. (NUTRINEWS, 2005).

Buscando nichos de mercado, alguns empresários ousaram sair do modelo europeu criando um estilo próprio para suas lojas. Algumas cafeterias tornam-se excelentes opções para quem não quer ir a um restaurante, mas também não deseja entrar no ritmo acelerado do “fast food”. Nelas, é possível fazer uma refeição com tranquilidade, num ambiente informal, a um custo menor do que seria o pago no restaurante. A versatilidade e a função do estabelecimento envolvem uma variedade de temas imensa (Nutrinews, 2000). Um café pode estar instalado em uma esquina, em espaços, às vezes exíguos ou em salões amplos, em shopping center, dentro de um hospital, hotel, ou numa empresa. Isto permite que seus proprietários ofereçam cada vez mais serviços diferenciados, como os Ciber Cafés, por exemplo, que associam os serviços de café à possibilidade do cliente utilizar computadores e acessar a internet (NUTRINEWS, 2000).

Existem alguns itens básicos que precisam ser observados para que uma cafeteria cumpra as exigências de seu público. Além da atenção com o espaço, é preciso ficar atento ao tipo de produto oferecido, pois o consumidor procura atendimento diferente, dependendo da região onde está localizada a loja. (NUTRINEWS, 2000).

Em alguns lugares, onde existem muitos escritórios, é necessário montar um cardápio com alimentos que possam constituir uma refeição, incluindo salgadinhos quentes e de preparo simples e rápido (NUTRINEWS, 2000).

Em regiões predominantemente residenciais, o público procura mais as guloseimas e os vários tipos de cafés. No caso de cafeterias próximas a pontos de lazer há necessidade de um “mix” mais variado de produtos oferecidos, pois o consumidor chega ao lugar com expectativas diversas (NUTRINEWS, 2000).

O mais curioso sobre o segmento de Cafés é observar que não existem regras ou fórmulas para caracterizar um estabelecimento típico, parece que o conceito básico e a palavra chave para definir as cafeterias é “liberdade”, tanto para o proprietário como para o cliente.

Segundo especialistas, para um estabelecimento ser considerado “Cafeteria” depende do equipamento de cozinha e balcão que possui. Dentro deste contexto, é considerado “Café” a loja que serve apenas a bebida. Considera-se “Cafeteria” o estabelecimento que além da bebida, fornece lanches e pratos pré-elaborados, apenas aquecidos no local. Em alguns casos, avaliando-se os equipamentos e opções de cardápio oferecidas, poderiam ser enquadrados na

categoria de restaurante, mas por opção dos proprietários, manter o padrão de atendimento e serviço de uma cafeteria (NUTRINEWS, 2000).

Tudo pode ser oferecido em torno do café, que comprovou ser atualmente um elemento importante de marketing para atrair clientes para estabelecimentos. A bebida que há alguns anos atrás vinha perdendo terreno, volta a atrair o consumidor brasileiro e desempenhar as funções de catalisador nos pontos de venda, estimulando o consumo de outros produtos e de aglutinador de pessoas que continuam parando para tomar seu cafezinho e bater um papo (NUTRINEWS, 2000).

No final dos anos 80, o brasileiro estava substituindo o café, em especial domesticamente, por iogurtes, e achocolatados. Desde o início de 1990, as indústrias do setor vêm trabalhando no aprimoramento e desenvolvimento do produto. As torrefadoras começaram a investir em pesquisas e renovaram seu parque fabril, o movimento envolveu e contou com a participação de toda a cadeia produtiva. Os cafeicultores investiram em melhorar a qualidade da matéria-prima, as indústrias introduziram novas máquinas, técnicas e passaram a fazer uso de embalagens mais modernas que contribuíram para conservar o sabor e o aroma do produto.

Melhorar a mão-de-obra que trabalha no setor de serviço também fez parte da nova estratégia, a criação dos Centros de Preparação de Café foi uma das iniciativas para qualificar o profissional que atua direto no balcão. O primeiro centro foi criado em São Paulo e serviu de modelo para outro que funciona no Rio de Janeiro, ambos proporcionam formação e ensinam as técnicas e os segredos de preparo do bom café espresso (NUTRINEWS, 2000).

Desde 1990, os produtores têm se empenhado também em promover campanhas de marketing para mudar algumas falhas de imagem do produto, pois o café estava tendendo a ficar com fama de vilão. Várias campanhas de esclarecimento quanto ao lado benéfico na utilização da bebida foram desenvolvidas com sucesso (NUTRINEWS, 2000). Os produtores solicitaram aos pesquisadores estudos com o café para poderem divulgar suas características.

As maravilhosas e reluzentes máquinas de café tiveram, como não poderia deixar de ser, sua origem em Paris, no ano de 1855, mas foi após a Segunda Guerra Mundial que o italiano Giovanni Gaggia inventou o modelo onde a água passa pelo café com pressão através de uma bomba de pistão, que era acionada pela força da mão. Mais tarde vieram as com bombas hidráulicas (NUTRINEWS, 2000).

Atualmente elas estão automatizadas e incluem hastes para aquecimento de leite a vapor e saída para água quente. O efeito se traduz em mais sabor e aroma para o café, pois a

água passa rapidamente pelo pó proporcionando a máxima extração do sabor e maior concentração da bebida (NUTRINEWS, 2000).

Para obter um bom café *espresso*, além de uma boa máquina, é fundamental atentar para a qualidade da água que deve passar por um filtro de cerâmica, carvão ativado ou prata (NUTRINEWS, 2000).

O tipo de café utilizado deve ser composto por grãos frescos e moídos adequadamente. A torra do *espresso* é clara, puxando para o achocolatado. A água deve passar pelo pó na temperatura de 90° C e quem tira o café também precisa estar bem preparado e treinado. O fator humano, o jeito correto de tirar o café e o conhecimento dos tempos da máquina por parte de quem maneja o equipamento vai interferir nos resultados. Se o profissional não estiver bem treinado pode estar com uma máquina alemã WMF, considerada a "Mercedes Benz" do segmento, e mesmo assim não obter um expresso com a cremosidade característica (NUTRINEWS,2000).

Nas regiões metropolitanas brasileiras, tornou-se comum encontrar pontos com o serviço de café espresso. Muitos consumidores de café na cidade de São Paulo recordam-se dos tempos em que sair para tomar um espresso significava ir até o aeroporto de Congonhas ou ao tradicional Café Floresta, no edifício Copan. Estima-se que hoje existam mais de dez mil casas especializadas em extração de café espresso, configurando uma verdadeira explosão no segmento (ÁVILA, 2006).

Eduardo Aranha, agricultor sócio-proprietário da cafeteria Fazenda Café, inaugurada há seis meses no bairro de Moema em São Paulo, prioriza qualidade de produto e atendimento. “Isso é obrigação estratégica de todo o negócio. Mas quando falamos de café, não só os empresários do ramo devem estar atentos, mas os donos de restaurantes também, pois o café finaliza uma boa refeição”, acredita. Ele conta ainda que muitos restaurantes do País, considerados inclusive de alto padrão, se “queimam” ou “pecam” em servir um café de má qualidade. “O custo de uma xícara de café *gourmet* é em média 0,25 centavos a 0,30 centavos, e um café tradicional, desses encontrados em supermercados, é de 0,15 centavos a 0,20 centavos. Ou seja, uma média de 0,10 centavos de diferença que não justifica a falha na qualidade”, argumenta o empresário, que alia tudo isso ao restaurante cultural das áreas rurais do País (ÁVILA, 2006).

Num ambiente totalmente voltado à cultura cafeeira e, como o próprio nome diz, a Fazenda Café oferece um espaço que lembra as antigas tabernas, abrigos de tropeiros e botânicos. Logo na entrada, dois pés de café, uma jabuticabeira, uma laranjeira e várias hortaliças juntamente à decoração interna rústica, o forno e fogão a lenha, o cheiro de café

moído e extraído na hora completam a nostalgia de uma típica fazenda do interior. “Quando idealizei a cafeteria, imaginei proporcionar aos clientes não só a qualidade dos produtos, mas de vida também”, lembra Eduardo. A Fazenda Café serve somente cafés espessos especiais, do tipo *gourmet*, preparados a partir de grãos 100% arábica. Têm origem controlada e certificações de qualidade, produzidos em fazenda própria, localizada em Itapira, divisa do estado de São Paulo com o sul de Minas. Englobando dezenas de municípios do Triângulo Mineiro, essa área se caracteriza pela produção cafeeira que desenvolve predicados sensoriais como aroma, doçura, acidez, corpo e cremosidade, características imprescindíveis a um bom café, pois está localizada numa altitude de 1.000 metros acima do nível do mar, o que proporciona condições climáticas favoráveis ao cultivo. De acordo com o agricultor Eduardo Aranha, a genética do grão também é importante, além da colheita no ponto ideal de maturação (cor cereja), armazenamento, benefício, torra e embalagem. “Os donos de cafeterias devem estar atentos a esses atributos, pois fazem a diferença na extração e no consumo do café” (ÁVILA, 2006).

Mesmo com todos esses cuidados, ainda há outros fatores que diferem uma bebida de qualidade. Segundo o barista,¹ e consultor de café, Carlos Diniz, 7º colocado no campeonato brasileiro de barista de 2005, o consumidor deste segmento está cada vez mais em busca de novas sensações ao degustar um café espresso. E, para atingir as expectativas desse consumidor, além da qualidade do produto, é necessário que o barista seja treinado, tenha freqüentado cursos de renome, como o Senac, possua habilidades no manuseio da máquina de extração, que pode ser automática ou semi-automática. “Um bom café depende de um bom barista. É preciso ser extremamente técnico, organizado e habilidoso, e nunca misturar as estações. Um barista nunca dá o troco, varre o chão ou limpa as mesas”, explica Carlos, atento à higiene (ÁVILA, 2006).

O método de preparação espresso é capaz de produzir uma xícara clássica de café intenso e encorpado. O café é percolado a quente, sob pressão em máquina devidamente regulada. A bebida é preparada a partir de grãos moídos na hora, podendo ser utilizados diferentes *blends* (misturas) de grãos de cafés da espécie arábica. A passagem da água sob pressão através do pó deve estar aquecida a uma temperatura média de 90°C, num tempo de 25 segundos de extração, para garantir aroma, corpo e creme. “Mas além da técnica de extração, um barista deve contar sempre com o bom desempenho dos garçons, que devem entregar o café no máximo em um minuto ao cliente, pois acima desse tempo, o café perde

¹ Conhecedor de café

muito em suas qualidades”. Além do tempo, Carlos indica o cuidado de se tomar uma pequena dose de água com ou sem gás, para melhorar a sensibilidade das papilas gustativas e, conseqüentemente, perceber os sabores contidos no café (ÁVILA, 2006).

4.5.1 Algumas Cafeterias em Brasília

Em Brasília, já é possível tomar um café, saborear um prato elaborado ou até mesmo um pão de queijo com a possibilidade de ter à sua disposição um bom livro ou uma boa música. Isso já é algo comum em cidades como Paris, Buenos Aires, Rio de Janeiro e São Paulo.

Esse hábito cresceu junto aos cafés que já fazem parte dos lugares preferidos de estudantes universitários, artistas, intelectuais e jornalistas e apreciadores de café, que encontram ambientes para conversas agradáveis com sabor de cultura. Alguns espaços dedicados ao café na cidade são:

Café com Letras e muita variedade

Primeira livraria café da cidade, o Café com Letras acaba de completar sete anos. A livreira Luiza Neiva conta que a idéia surgiu depois de ter vistos lugares semelhantes em São Paulo e, principalmente, no Rio de Janeiro. Apaixonada por música e literatura, Luiza sempre quis ter uma livraria ou uma loja de discos. Em 1998 abriu o Café com Letras na 203 Sul e hoje conta com um acervo de mais de seis mil títulos situados entre literatura brasileira, estrangeira, ciência e arte (LOURENÇO, 2005).

No primeiro andar, o charmoso café, que já é um dos pontos de encontro preferidos da cidade. No cardápio, pães de queijo, croissants, lasanhas, carpaccios e tipos variados de café (LOURENÇO, 2005).

Tradição casada com mostras no CCBB

Os freqüentadores do Centro Cultural Banco do Brasil têm na Livraria da Travessa o ambiente perfeito para um café antes ou depois das visitas às exposições, filmes ou espetáculos.

O Café Bombocado funciona dentro da livraria e além dos croissants e salgados, oferece todos os dias três opções de caldos, acompanhados por torradas, que são sucesso entre os cultos clientes (LOURENÇO, 2005).

Café da Rua 8, um ponto de encontro

Há nove anos na 408 Norte, o Café da Rua 8 é resultado de uma história de amor que agrega arte à boa mesa (LOURENÇO, 2005).

O lugar, reduto de artistas, estudantes, políticos e intelectuais, mais que uma cafeteria é um ponto de encontro e de mobilização cultural. Para Eva Pimenta, sócia proprietária, “Um Café é mais que um lugar, é um conceito nascido em Paris, fruto da Revolução Francesa e agrega boa comida, conversa, teatro e arte” (LOURENÇO, 2005).

No cardápio, onde não há espaço para as frituras, produtos frescos e selecionados garantem a qualidade dos sanduíches, saladas especialíssimas, caldos, suflês e pratos especiais (LOURENÇO, 2005).

Rayuela, livros, café e gastronomia

A casa, idealizada pelas irmãs Flávia e Juliana Monteiro, reúne no mesmo espaço boa comida, boa bebida, arte e cultura. A inspiração veio da Europa, onde elas estiveram por um tempo (LOURENÇO, 2005).

O cardápio é uma atração à parte, com quiches e saladas que acompanham os drinques de café e os chocolates especiais (LOURENÇO, 2005).

Verifica-se que o mercado procura, cada vez mais, inovar e se adequar às mudanças de hábito dos consumidores. Lugares inovadores ganham espaço rápido e procuram incluir novidades gastronômicas no cardápio com certa frequência, assim como eventos culturais, como lançamentos de livros ou shows acústicos, onde o artista autografa o livro. O importante é procurar alternativas onde o consumidor sinta prazer em entrar, sentar, tomar o seu *cafezinho* e aproveitar o que o local tem a lhe oferecer.

5. CONCLUSÃO

O sonho em ter um café foi o motivo da escolha do tema. O sonho de criança virou uma meta e com isso, escolhi o tema “Café e Cafeterias”, para que tomasse conhecimento não só da história do café, como também o que as cafeterias têm oferecido como diferencial.

O fascínio pela bebida e a sensação de bem estar que ela provoca, despertou interesse no mundo inteiro, o que a fez tornar importante para o mercado financeiro. O Brasil fortuitamente tem o clima e solos favoráveis para a produção do café e com isso, tornou-se o principal exportador. Além de ter a participação na história do desenvolvimento do Brasil.

Foi possível verificar que o café, assim como outras bebidas, tem sua classificação pela qualidade e sensações que influenciam o custo de produção e o preço do produto. Assim, como os *blends* que as indústrias desenvolvem e guardam como segredo e que caracterizam o aroma e sabor do seu produto.

Os atributos de saúde continuam em debate, mas vários autores já identificaram benefícios e comprovaram cientificamente. Os malefícios ainda são dúvidas para a academia científica que buscará sempre as respostas para o café, bebida de grande impacto financeiro.

Verifica-se que desde os séculos passados, as cafeterias são locais de encontro entre grandes artistas renomados e pessoas que gostam de apreciar arte e cultura. É possível observar, que hoje, as cafeterias além de servirem o tradicional *cafezinho* e pão de queijo, oferecem um amplo cardápio com receitas de bebidas, comidas salgadas e sobremesas elaboradas onde o ingrediente principal, o café, sendo ele gelado ou quente. Os estabelecimentos têm oferecido diferenciais como a leitura, shows com artistas da cidade, noite de autógrafos, leitura da borra do café entre outros descritos no trabalho.

A pesquisa sobre o café despertou ainda mais o interesse em abrir um estabelecimento, uma vez verificado o valor e importância dada pelo consumidor e pelo o que uma cafeteria pode oferecer para os seus clientes e admiradores do café.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

1. ABIC - Associação Brasileira do Café. **História do café – Origem e Trajetória.** Disponível em : <http://www.abic.com.br> . Acesso em 7 de Ago.2005
2. ABIC - Associação Brasileira do Café. **Algumas formas de consumo do café no mundo.** Disponível em : <http://www.abic.com.br> . Acesso em 7 de Ago.2005
3. ABIC - Associação Brasileira do Café. Notícias ABIC. **Quente, Cheiroso e bom para saúde.** (Dórea & Costa, 2005). Disponível em : <http://www.abic.com.br>. Acesso em 1 de Mar.2006
4. ÁVILA, V. Café espresso: a bebida que aquece o mercado e o coração brasileiro; Cozinha Profissional, São Paulo, Abril/Maio 2006; Ano XVIII, nº 94, p. 38-41, 2006.
5. CAMPOS, S. **Descoberta do café, uma lenda...; Origem do Café; Curiosidades sobre o Café.** Disponível em: <http://www.drashirleydecampos.com.br>. Acesso em 22 de Ago.2005
6. CAMPOS, S. **Curiosidades sobre o Café: Como se diz CAFÉ em vários Países.** Disponível em: <http://www.drashirleydecampos.com.br>. Acesso em 22 de Ago.2005
7. CAFÉ DAMASCO. **História do Café.** Disponível em :<http://www.cafedamasco.com.br> . Acesso em 6 de Ago.2005
8. COSTA, T.H., DÓREA, José. **Is Coffee a Funcional Food?** British Journal of Nutrition (2005), 93, 773-782.
9. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa. Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café – Relatório de Gestão®. Café e Saúde. Disponível em: <http://www22.sede.embrapa.br/cafe/outros/cafeesaude.htm>. Acesso em 30 de Jan.2006
10. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa. Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café – Relatório de Gestão®. Café no Brasil. Disponível em: <http://www22.sede.embrapa.br/cafe/>. Acesso em 30 de Jan.2006
11. ENCICLOPÉDIA MIRADOR INTERNACIONAL. São Paulo – Rio de Janeiro: Encyclopaedia Britannica do Brasil Publicações Ltda, 1976.
12. LIMA®, D.R. **Café e Crianças: Café com leite é a bebida natural mais adequada para as crianças;** Disponível em: <http://www.cafeesaude.com.br> . Acesso em 9 de Ago.2005
13. LIMA®, D.R.. **Café e Atletas: Café, uma bebida natural, é mais saudável para atletas;** Disponível em: <http://www.cafeesaude.com.br> . Acesso em 9 de Ago.2005

14. LIMA©, D.R.. **Café e Coração: Ao contrário do que se pensava, o consumo moderado de café pode fazer bem ao coração;** Disponível em: <http://www.cafeesaude.com.br> . Acesso em 9 de Ago.2005
15. LIMA©, D.R.. **Café e Diabetes: Estudos modernos mostram que o consumo regular de café protege contra o surgimento da diabetes do adulto;** Disponível em: <http://www.cafeesaude.com.br> . Acesso em 9 de Ago.2005
16. LIMA©, D.R.. **Café, Cálcio e Osteoporose: O consumo moderado de café não interfere na absorção do cálcio e não causa osteoporose;** Disponível em: <http://www.cafeesaude.com.br> . Acesso em 9 de Ago.2005
17. LIMA©, D.R.. **Café, Alcoolismo e Drogas: O café forma durante a torra adequada, produtos que ajudam a inibir o desejo de consumir álcool e drogas ilegais;** Disponível em: <http://www.cafeesaude.com.br> . Acesso em 9 de Ago.2005
18. LIMA©, D.R.. **Café, Depressão e Suicídio: Pesquisas modernas mostram que o consumo de café pode diminuir o risco de depressão e suicídio.** Disponível em: <http://www.cafeesaude.com.br> . Acesso em 9 de Ago.2005
19. LOURENÇO, L. Café com cultura. Charmosos e aconchegantes, os cafés e as livrarias culturais conquistaram os brasilienses. **Jornal Comunidade, Caderno Um.** Brasília, p. 4, agosto de 2005.
20. Nutrinews®. **Cafeterias: Esses Homens e suas Máquinas.** Disponível em: <http://www.nutrinews.com.br/edicoes/0005/mat01.html>. Acesso em 9 de Ago.2005
21. Nutrinews®. **Cafeterias: A Reconquista do Consumidor Brasileiro.** Disponível em: <http://www.nutrinews.com.br/edicoes/0005/mat01.html>. Acesso em 9 de Ago.2005
22. Nutrinews®. **Cafeterias: Identificando Serviços.** Disponível em: <http://www.nutrinews.com.br/edicoes/0005/mat01.html>. Acesso em 9 de Ago.2005
23. Nutrinews®. **Cafeterias: De olho na Vizinhança.** Disponível em: <http://www.nutrinews.com.br/edicoes/0005/mat01.html>. Acesso em 9 de Ago.2005
24. Nutrinews®. **Cafeterias: Os Novos Espaços.** Disponível em: <http://www.nutrinews.com.br/edicoes/0005/mat01.html>. Acesso em 9 de Ago.2005
25. Nutrinews®. **Cafeterias: O Boom das Cafeterias.** Disponível em: <http://www.nutrinews.com.br/edicoes/0005/mat01.html>. Acesso em 9 de Ago.2005

26. Nutrinews©. **Cafeterias: O Negócio Café.** Disponível em: <http://www.nutrinews.com.br/edicoes/0005/mat01.html>. Acesso em 9 de Ago.2005
27. Nutrinews®. **Cafeterias: Cafeterias trazem informalidade e Aconchego.** Disponível em: <http://www.nutrinews.com.br/edicoes/0005/mat01.html>. Acesso em 9 de Ago.2005
28. Nutrinews①. **Cafeterias: Cafeterias Espaço democrático.** Disponível em: <http://www.nutrinews.com.br/edicoes/0005/mat01.html>. Acesso em 9 de Ago.2005
29. PLANETA ORGÂNICO. **Breve História do Café; As origens do Café e Como o café chegou ao Brasil.** Disponível em : <http://www.planetaorganico.com.br> . Acesso em 7 de Ago.2005
30. POZZA, A. A.; GUIMARÃES, P. T. G.; ROMANIELLO, M. M.; ALVARENGA, M. I. N. **A Qualidade do Café e Opções para o Consumo.** Belo Horizonte: 2000, EPAMIG.