



## Consumo de memórias em cafeterias paulistanas<sup>1</sup>

Lucas de Vasconcelos Teixeira<sup>2</sup>

ESPM/SP

### Resumo

O presente artigo apresenta fragmentos da dissertação de mestrado *Consumo de memórias e experiências em Cafés paulistanos: cenas culturais em torno do Café Girondino e do Coffee Lab* com recorte no consumo de memórias em torno do café além da *commodity* agrícola, assim como no consumo de diferentes espacialidades e temporalidades nas cafeterias Café Girondino e Coffee Lab, consideradas ‘ambiências comunicacionais’, de acordo com a conceituação de Norval Baitello. Outros pensadores como Pierre Nora, Michael Pollak, Maurice Halbwachs, Henri Bergson e Mônica Nunes contribuem para as análises sob o ponto de vista da memória. Verificamos que existe uma tentativa de singularização de ambas as cafeterias. Porém, naquilo que as une é que se encontra a beleza destes Cafés.

**Palavras-chave:** Memória; comunicação; consumo; cafeterias.

### Considerações iniciais

O texto traz uma visada sobre a dissertação do mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo (TEIXEIRA, 2016), defendida em março de 2016 na ESPM/SP, sob a perspectiva do que foi identificado como consumo de memórias nas cafeterias Coffee Lab e Café Girondino.

O intuito deste trabalho foi a de realizar um estudo teórico-analítico e interdisciplinar. Desta forma, conceitos da comunicação e do consumo foram

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 7 – Comunicação, Consumo e Memória: cenas culturais e midiáticas – do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação do Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016.

<sup>2</sup> Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo PPGCOM-ESPM, vinculado ao Grupo de Pesquisa Mnemon (Memória, comunicação e consumo); e-mail: lvteixeira@gmail.com



mobilizados e também autores basilares e/ou contemporâneos que problematizam memória, como Pierre Nora (1993), Michael Pollak (1989), Mônica Nunes (2001), Maurice Halbwachs (2013), Henri Bergson (1999) e Jerusa Pires Ferreira (1996). A articulação teórica foi completada com pesquisas documentais e entrevistas.

As duas cafeterias selecionadas como objetos empíricos utilizam-se de formas bem peculiares para atrair seus fregueses. No Coffee Lab a degustação de cafés considerados de alta qualidade, chamados de especiais, e o prazer sensorial propiciado àqueles que conseguem diferenciar sutis variações de doçura, acidez, corpo e sabor residual são o motivo principal de atração. Já o Café Girondino propõe uma imersão em outro tempo, ao revisitar os primeiros Cafés paulistanos através de vestígios materiais e simbólicos.

É notória a relevância econômico-social do café na cultura e história do país, especialmente para a formação do estado de São Paulo e para a constituição da capital como uma cidade das mais importantes no cenário nacional, a partir das décadas finais do século XIX. Com efeito, nesta época São Paulo era conhecida como a ‘metrópole do café’. Por isso, a escolha de trabalhar o Café Girondino, para reencontrarmos esta cidade que se fez moderna à custa do café nas reminiscências e emulações presentes no estabelecimento. Sob outro aspecto, mas ainda sob a influência do áureo passado, o Coffee Lab é integrante de um fenômeno que avança em São Paulo – o consumo de cafés especiais. Assim, para entender esse movimento, optamos por estudar um dos seus mais destacados representantes.

### **Cafés como ambiências comunicacionais**

O conceito de ‘ambiência comunicacional’ é aqui compreendido de acordo com o postulado por Norval Baitello Júnior, sendo não apenas o pano de fundo para troca de informações, mas principalmente uma atmosfera que possibilita aos seres intencionalmente estabelecer vínculos de sentido e afetivos. O autor destaca também que se trata de uma concepção diversa da proposta pelos funcionalistas, que



enquadram a comunicação na fórmula: emissor que envia uma mensagem para um ou mais receptores. Fato que especializa e isola cada papel comunicacional, “amputando-lhe a complexidade, as simultaneidades, as superposições.” (BAITELLO, 2010, p. 82). Assim, seria correta a compreensão de que cada coisa ou pessoa gera uma atmosfera repleta de possibilidades de comunicação, podendo atuar simultaneamente em qualquer dos papéis comunicacionais.

Em artigo para o XXII Encontro Anual da Compós, escrito juntamente com o pesquisador Maurício Ribeiro da Silva, Baitello descreve vínculo como a essência do processo de comunicação. Os autores ainda complementam que:

o conceito de vínculo conduz à necessidade de tratar a comunicação humana como um ambiente em permanente construção pelos seus participantes, todos exercendo múltiplas funções concomitantes e, portanto, saturado de indeterminação. A comunicação, nesse sentido, é vista como um processo probabilístico e nunca determinístico. (BAITELLO; SILVA, 2013, p. 2).

Determinística conforme a perspectiva funcionalista citada anteriormente, que isola as funções comunicacionais e se objetiva controlar a forma e a duração da comunicação para o gerenciamento da mesma. Já a probabilística condiz com um ambiente saturado de possibilidades de comunicação, com suas indeterminações, simultaneidades e múltiplos e cambiáveis papéis. Enfim, uma comunicação dialógica, com tempo e espaço abertos às probabilidades, mas que não exclui sua função ordenadora.

Em outro de seus livros – *O animal que parou os relógios* – Baitello associa vínculo à espacialidade, pois quando se está no mesmo espaço é possível “‘ter ou criar um elo simbólico ou material’, constituir um espaço (ou um território) comum, a base primeira para a comunicação.” (BAITELLO, 1999, p. 87). Simultaneamente, os vínculos se mantêm somente se alimentados no decorrer do tempo – “só o homem é capaz de vincular o tempo” (MONTAGU, 1977, p. 131 apud BAITELLO, 1999, p. 94), através de símbolos, de rituais, dos mitos, da cultura e por que não, do consumo.

Assim, desde a primeira cafeteria de que se tem notícia na Arábia, passando pelos Cafés vienenses e parisienses e chegando até aos estabelecimentos atuais, essa



atmosfera de múltiplas possibilidades em que é possível gerar vínculos de sentido e afetivos sempre se fez presente.

### **Café Girondino**

Em entrevista com um dos gerentes do Café Girondino, o senhor Fábio Marcelo Vitório da Costa – colaborador do Café há 13 anos –, foi relatado que o Girondino original foi inaugurado no ano de 1875 e encerrou suas atividades no ano de 1919. A atual versão da cafeteria data do final dos anos de 1990. Contudo, o endereço em que foi reinaugurado não é o mesmo de outrora.

Ainda segundo este funcionário, o estabelecimento atual mantém tradições alimentares do Girondino histórico, como a de oferecer uma cozinha variada e a de ter os pratos carros-chefe em cada dia da semana. Além de possuir no cardápio alguns doces que existiam no Café antigo, como o arroz doce (não soube informar se é a mesma receita). O gerente ressaltou ainda o hábito do ‘nhoque da fortuna’ em todo dia 29.

Para Mary Douglas e Baron Isherwood, a comida e a bebida, da mesma forma que os bens em geral, são acessórios rituais e agem como mediadores das relações sociais. “Beber é parte do comer e o comer é sempre social; mesmo durante o comer, a refeição está sujeita à regra comunitária, à conversação.” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 122). Em uma cafeteria, por exemplo, as pessoas não apenas ‘matam a fome’, pois a necessidade de nutrir-se é apenas parte da história. Muitos frequentadores podem até nem mesmo gostar da bebida, mas vão até o local conversar, pela decoração que lhes agrada, para ‘ver o tempo passar’, etc. É por isso que o conceito de ‘ambiência comunicacional’ que possibilita o estabelecimento de vínculos afetivos e de sentido que nos apresenta Baitello (2010) se adequa ao que ocorre nos Cafés.

Portanto, é dessa forma que entendemos quando Douglas e Isherwood afirmam que os “bens que servem às necessidades físicas – comida ou bebida – não



são menos portadores de significado do que a dança ou a poesia." (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 120-121). Isso porque os significados, vínculos e afetos dos indivíduos e dos grupos são gerados pelo contexto social e de relações. Appadurai (2010) reforça isso quando enuncia que o consumo é um ato de comunicação claramente social, ativo e relacional. Assim, vemos que consumo, comunicação e cultura encontram nos Cafés uma ambiência vigorosa.

Ao mesmo tempo, pode-se enquadrar o Café Girondino como um 'lugar de memória'. Conceituação do historiador Pierre Nora que enuncia que "o sentimento de continuidade torna-se residual aos locais. Há locais de memória porque não há mais meios de memória." (NORA, 1993, p.7). O autor acrescenta que, por não haver mais uma memória espontânea, existe a necessidade de criar arquivos, organizar celebrações, entre outras operações. É por isso que existem, por exemplo, os museus e os santuários.

Pensadores contemporâneos identificam no conceito original de Nora sobre lugares de memória um discurso da perda e que esses locais seriam criados para diminuir o dano causado por não se ter mais os modos de vida tradicionais. Por exemplo, na apresentação do livro *O que é memória social?* as organizadoras Jô Gondar e Vera Dodebei colocam a questão do seguinte modo: "o argumento de Nora é compensatório, e se baseia na ideia de que os modos de vida perdidos são os modos certos de viver." (GONDAR; DODEBEI, 2005, p. 9). Sendo assim, destacaremos neste artigo o entendimento em relação aos lugares de memória como possuidores de características materiais, simbólicas e funcionais – Nora dá o exemplo de um depósito de arquivos, que só se converte em um "lugar de memória se a imaginação o investe de uma aura simbólica" (NORA, 1993, p. 21) – e na sua abordagem a respeito dos vestígios, que prendem o máximo de sentido num mínimo de sinais.

Nesta visada, enquadramos o Girondino como um lugar de memória. A cafeteria, através dos seus vestígios, revisita o início da modernidade paulistana (fins do século XIX e início do seguinte). Muitos frequentadores que circulam pelo Café buscam esses fragmentos da memória.



Além disso, o Girondino também se constitui como um lugar de memória por ser um espaço de coexistência de diferentes épocas e culturas, em que o consumo desempenha papel de destaque: um mediador, um marcador dinâmico de um processo gerador de afetos e subjetividades através das quais são decodificadas muitas de nossas relações e costumes sociais. Seja após uma manhã de compras na Rua 25 de Março ou depois de uma missa no mosteiro São Bento, ou até mesmo pelas apropriações de diversos grupos em seu espaço, o Girondino é um local de confluência da circulação urbana para aqueles que desejam incluir a modernidade cafeeira paulistana em suas práticas de consumo.

Soma-se à questão do espaço, o tempo. E nele uma contradição sobre a aceleração estimulada pela cafeína contrapondo-se ao aconchego que muitos experimentam com a bebida, a famosa ‘pausa para um cafezinho’. Para Maurice Halbwachs (2013), a exatidão do tempo varia de acordo com a situação e com o nível de engajamento em cada atividade: o tempo do escritório, o tempo do lazer, etc. Esta variação de precisão ocorre porque não temos a obrigação de medir o tempo da mesma forma nos diversos ambientes e grupos pelos quais circulamos. Além disso, o autor salienta que a percepção de uma maior velocidade na passagem do tempo é míope, pois “isso é esquecer que os acontecimentos dividem o tempo mas não o preenchem. Os que multiplicam suas ocupações e distrações terminam por perder a noção do tempo real” (HALBWACHS, 2013, p. 143). Muitos preferem preencher esse tempo no ambiente de um uma cafeteria com um jornal e com uma boa música de fundo, tendo como companhia o aroma e o sabor de uma xícara de café fumegante.

Portanto, há uma constante geração de sentidos e memórias na ambiência comunicacional do Girondino, que contribui para o resgate do passado da cidade, ao mostrar traços da metrópole que não existem mais através das fotografias, do mobiliário e através dos bonecos que retratam os malandros de outrora. “A cada recordação, as lembranças assumem novas significações e se contaminam pela atualização do presente.” (NUNES, 2001, p. 112). Impregnado de presente, o passado



é narrativizado e até mesmo os ‘vandevinos’ que não pagavam suas contas, acabam ganhando ares glamourizados.

Esse consumo do passado no presente oferecido pelo Girondino vende uma narrativa do café em São Paulo e dos antigos Cafés paulistanos. Assim, na representação de traços da vida pública de fins de XIX e início do século XX, o elaborado cenário configurado em Café apresenta uma série de construções para que este se posicione como uma ambiência na qual o sujeito consiga vivenciar o tempo da *Belle Époque* paulistana.

### **Coffee Lab**

Uma nova forma de consumir café pode ser observada nos grandes centros urbanos brasileiros nos últimos anos, caracterizada pela curiosidade por se conhecer a origem do grão, pelas diversificadas formas de preparo, pela preocupação em relação ao *fair trade*<sup>3</sup> na relação comercial com o produtor rural e se foram tomados os cuidados socioambientais devidos. Este fenômeno está incluído no que os envolvidos na cadeia produtiva da rubiácea denominam *terceira onda do consumo de café*<sup>4</sup>. As cafeterias, como o Coffee Lab, também refletem e propagam esse movimento.

Para compreender este movimento, é fundamental analisar o que especialistas definem como sua figura central: o barista. Segundo Concetta Marcelina (2013), uma das autoras do livro *Sou barista*, o termo ‘barista’ surgiu na Itália – e por lá é usado até os dias de hoje – para designar o atendente do bar/Café. De acordo com a autora, o principal instrumento do barista é a máquina de café espresso, pois nela é preparado o método mais concentrado de extração – o espresso<sup>5</sup> –, no qual se potencializam todas

<sup>3</sup> Rede de comércio justo, que paga um preço não exploratório aos pequenos produtores rurais.

<sup>4</sup> Para detalhamento sobre as ondas de consumo de café, consultar artigo de minha autoria apresentado no Comunicon 2015. Disponível em <[http://anais-comunicon2015.espm.br/GTs/GT7/14\\_GT07-TEIXEIRA.pdf](http://anais-comunicon2015.espm.br/GTs/GT7/14_GT07-TEIXEIRA.pdf)>.

<sup>5</sup> “Espresso, com 's', em italiano, quer dizer 'rápido'. Mas também significa 'preparado no momento do pedido, para quem pede'. Em gastronomia, o termo é usado para designar o preparo *a la carte*, isto é, sob demanda. Por essa razão, quando as primeiras máquinas de espresso surgiram, a palavra foi utilizada para descrever o preparo de café exclusivo, personalizado, na hora, em oposição aos cafés



as características positivas e negativas do grão. Com efeito, este preparo é tido como uma verdadeira lente de aumento em relação às qualidades e defeitos de cada café. Sendo assim, para que tenhamos um espresso perfeito é necessário que se observem uma série de passos, como

uma bebida de aproximadamente 30 ml preparada com 7 a 9 gramas de café e água pura, a uma temperatura entre 90°C e 96°C pressurizada de 8,5 a 9,5 atmosferas de pressão. A mistura deve fluir entre 20 e 30 segundos, com a aparência de mel quente, resultando em uma bebida com creme espesso e dourado escuro. (MARCELINA, 2013, p. 128).

Este resultado só é possível com o domínio dos muitos procedimentos que devem ser realizados harmoniosa e ordenadamente, com a habilidade no manuseio dos apetrechos (por exemplo, o *tamper* – compactador manual do café moído) e através da familiaridade adquirida após horas e horas de repetição e aperfeiçoamento em tudo que envolve a máquina de espresso. Tal qual quem aprende a dirigir e já domina os procedimentos ‘sem pensar’, o barista forma a memória-hábito bergsoniana:

à medida que as imagens, uma vez percebidas, se fixam e se alinham nessa memória, os movimentos que as continuam modificam o organismo, criam no corpo disposições novas para agir. Assim, se forma uma experiência [...] voltada para a ação, assentada no presente e considerando apenas o futuro. Esta só reteve do passado os movimentos inteligentemente coordenados que representam seu esforço acumulado (BERGSON, 1999, p. 88-89).

Através de muito treino e esforço para desenvolver agilidade e automatismo de movimentos, os baristas são a linha de frente na disseminação do consumo dos cafés especiais típicos da terceira onda do consumo de café, pois apresentam esta bebida considerada de alta qualidade para a apreciação dos clientes. Ou seja, através do trabalho do barista é possível evidenciar as qualidades do grão até seu máximo potencial ou destruir um trabalho de anos na lavoura.

Este conhecimento, apesar de toda a cientificidade, técnica e precisão envolvidas, possui ao mesmo tempo um quê de mágico, ao transmutar grãos sólidos

---

preparados em grandes recipientes e antes do momento do consumo, como os cafés coados das padarias. [...] Por esse motivo, usamos a grafia na língua original, como ocorre também com *pizza*, *cappuccino*, ou *croissant*." (RAPOSEIRAS, 2014, p. 75).





em um néctar cremoso a ser degustado. Nesta acepção, entendemos que o barista possa ser uma espécie de alquimista que “se dedica à ‘paixão’, à ‘morte’ e ao ‘casamento’ das substâncias, enquanto destinadas à transmutação da Matéria” (ELIADE, 1979, p. 11). Nesse contexto, a perícia do barista, ainda que tomada de novidades e engenhocas tecnológicas, fala aos saberes artesanais vivenciados em outras culturas, em outros tempos.

De acordo com a pesquisadora Jerusa Pires Ferreira, os ofícios tradicionais conectam a transmissão de saberes aos grupos sociais, em que “o prático e o mágico são inseparáveis, na condução complexa de vetores de comunicação.” (FERREIRA, 1996, p. 103). A autora destaca o ferreiro – ‘transmissor dos segredos do fogo’ –, mas podemos deduzir que os trabalhos artesanais em geral possuem essa qualidade de comunicador da experiência, “nas quais os saberes originados na atividade laboral humana são compartilhados, a partir de papéis de mestres e aprendizes que se colocam em interação.” (CASAQUI, 2012, p. 170). Dessa forma, um mestre de um ofício é um sabedor, um transmissor do conhecimento. Gurgel e Relvas (2015) identificam que o barista também possui esse papel de educador, de disseminador da cultura do café, promovendo a qualidade da bebida, suas variáveis sensoriais e também suas diversas formas de preparo aos frequentadores das cafeterias da terceira onda, como o Coffee Lab, que

é altamente especializado em torrefação, oferece cafés preparados com grãos torrados e moídos *in loco*, segundo sua própria combinação e variações de sabores. Ali, o ato de saborear um café pode ser vivido como uma experiência sensorial, até mesmo com rituais de degustação. A atmosfera é bastante particular e diferenciada, e, como o próprio nome indica, trata-se de um laboratório de café. (GURGEL; RELVAS, 2015, p. 176).

O *design* da cafeteria contribui para essa atmosfera particular e diferenciada, ao trabalhar com contrastes de elementos que poderíamos considerar residenciais (por exemplo, no piso de tacos) a componentes mais ao feitiço industrial (como na tubulação elétrica aparente). Enquanto cafeteria, o Coffee Lab, foi inaugurado em 2008, mas desde 2004 já existia como consultoria, torrefadora e escola. Atualmente, está localizado no número 1340 da Rua Fradique Coutinho no bairro Vila Madalena.



O caráter de escola continua sendo uma de suas principais características, oferecendo cursos para iniciantes, profissionais e candidatos a empresários do setor. O que faz com que o Coffee Lab se posicione como um elo importante na cadeia produtiva dos cafés especiais e na propagação de uma cultura de degustadores específica para cafés. Com efeito, “dentro do tempo e do espaço disponíveis, o indivíduo usa o consumo para dizer alguma coisa sobre si mesmo” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 116). Nesta perspectiva, o consumo de cafés finos opera como um aglutinador de sociabilidades em circulação, que se manifestam e se congregam, configurando-se como mediador social.

Ao mesmo tempo, existe um consumo de memórias no Coffee Lab na medida em que, para se atingir a excelência no barismo, desde o início do treinamento dos baristas nesta cafeteria, há uma evocação de lembranças sensoriais, principalmente nos exercícios de identificação olfativa às cegas. Assim, por exemplo, se o indivíduo sentir em um café o cheiro de borracha queimada pode lhe dar subsídios para identificar um grão de péssima qualidade, ao registrar que aquele cheiro ruim corresponde a um café igualmente ruim. O mesmo vale para um aroma agradável de frutas. Dessa forma, o pêssego em calda apreciado na infância pode servir de referência para indicar um café excepcional que possua o mesmo aroma. Portanto, os baristas precisam adequar suas memórias a uma função.

Michael Pollak (1989) dá a isto a denominação de enquadramento da memória. O autor trabalha este conceito em outro contexto, para definir ou reforçar sentimentos de pertencimento e coesão social, mas que associamos aqui para estabelecer a coesão entre o que os baristas ‘são obrigados’ a sentir. Então, para se destacar no barismo, o profissional deve normatizar suas memórias subjetivas a um código internacional. Nos testes de *cupping* – degustação e classificação de cada café –, os baristas mais gabaritados obtêm resultados sensoriais quase idênticos quando analisam o mesmo café. Dessa forma, forma-se um padrão do que seja um grão de qualidade, um café especial.



Além do consumo de memórias nos cursos, há elementos no cardápio do Coffee Lab que remetem aos afetos guardados na memória coletiva dos grupos, como o famoso ‘pingado’ no copo americano, o brigadeiro de colher e a bebida chamada de ‘leite da vovó’. Em um dos trechos da entrevista da proprietária Isabela Raposeiras para a TV Veja<sup>6</sup>, a barista comenta achar ‘incrível’ servir café pingado, pois enaltece a tradição das padarias. Notadamente, não seria algo a se esperar de uma cafeteria considerada na vanguarda dos cafés especiais; um laboratório, conforme o próprio nome sugere, em que se busca através de métodos científicos a qualidade do café.

Desta forma, podemos pensar que o Coffee Lab também é um lugar de memória, em que se manifesta a historicidade da ‘cultura dos Cafés paulistanos’, sem o qual a experiência do consumo do café especial não seria a mesma. Por exemplo, se nunca tivéssemos tomado um ‘pingado no boteco’, não haveria nenhum vínculo com o pingado do cardápio. Do mesmo modo, caso não tivéssemos experimentado outros espressos em muitas outras cafeterias, os rituais de degustação que a cafeteria propõe não fariam sentido. Alguns exemplos de ritual são o de provar um café tradicional (considerado ruim) e um café especial e o de experimentar o mesmo café em xícaras de tamanhos diferentes (somente pela mudança de recipiente já seria possível notar uma mudança de sabor). Estes e outros testes têm por objetivo principal demonstrar para os novos clientes o que são cafés de alta qualidade.

Curiosamente, as cafeterias da terceira onda do consumo de café são também chamadas de Cafés artesanais, por não pertencerem a grandes conglomerados empresariais. Dessa forma, no Coffee Lab temos uma mescla interessante e contraditória, pois há simultaneamente esse viés científico de laboratório, mas ao mesmo tempo temos um lado artesanal, como na elaboração de cada espresso ou *Latte art*<sup>7</sup> como uma obra de arte única. Parte do seu *slogan* reflete essa mescla: um

<sup>6</sup> Entrevista disponível em: <http://veja.abril.com.br/multimedia/video/cafe-brasileiro-de-supermercado-e-sangue-de-boi-diz-isabela-raposeiras/>. Acesso em: 9 mai, 2016.

<sup>7</sup> “Latte art é uma técnica precisa, que consiste em usar a espuma do leite para fazer desenhos criativos e elaborados sobre o creme do café espresso, e transformar um simples cappuccino em uma obra de arte. Essa espuma é formada pela vaporização do leite, utilizando a haste de vapor da máquina de espresso. Muitos fatores interferem na qualidade da vaporização, entre os quais a escolha do tipo de



‘laboratório de sensações’. Seu dizer completo é: *Uma escola de baristas. Um laboratório de sensações. Um espaço de boas relações. Uma cafeteria especial.*

Em relação a esta cientificidade artesanal, muito já foi debatido sobre o barista. Contudo, há outro aspecto em que isso aparece no Coffee Lab com intensidade – a torra.

A etapa da torra<sup>8</sup> é considerada tão importante pelos *connoisseurs* porque é nela que o grão está pronto para ser moído e adquire a conhecida tonalidade marrom. Mecanismo delicado e preciso, pois, grosso modo, se torra for abaixo do necessário, o café não se desenvolverá totalmente, ainda estará cru. Por outro lado, se torrar demais, o grão carboniza. Além disso, o tempo, a temperatura e o controle de fluxo de ar na máquina são outras variáveis consideradas fundamentais no processo de torrificação. Resumidamente, a temperatura final implicará em mudanças na liberação de óleos essenciais – 2 ou 3°C a mais ou a menos já alterarão sensivelmente o grão. Já o tempo poderá ter influência sobre os níveis de acidez e amargor. Enquanto que a movimentação de ar na máquina durante a torração poderá modificar os níveis de doçura, sabor residual e adstringência.

Pelo fogo o grão cru se transmuta no café torrado. Também pelo fogo os ferreiros da antiguidade manipulavam e fundiam os metais. “O artesão substitui a Terra-Mãe para acelerar e concluir o ‘crescimento’. Os fornos, de certa maneira, constituem um novo útero, um útero artificial, onde o mineral completa a sua gestação.” (ELIADE, 1979, p. 48). No forno torrador, o café também completa a sua ‘gestação’, na qual o grão sofre outras modificações físicas além da cor neste processo, como o aumento de tamanho, a diminuição de sua densidade. Definitivamente, um saber restrito e de distinção mesmo entre os *connoisseurs*, porque não é todo barista que domina a torra do café. Quem o faz é um conhecedor de

---

leite, a temperatura que esse leite deve ter no início da vaporização, escolha das pitchers (leiteiras) e o ângulo de saída de vapor da haste da máquina.” (GURGEL; RELVAS, 2015, p. 32).

<sup>8</sup> Informações recolhidas durante o curso de Barista Sênior no Coffee Lab, de 20 a 23 de outubro de 2015.



segredos, assim como os mestres artesãos, tanto que recebem a alcunha de ‘mestres de terra’.

### Considerações Finais

Enfim, no Coffee Lab temos o consumo de memórias de saberes e práticas arcaicas em disfarces pós-modernos, buscadas principalmente para serem consumidas por profissionais do setor. Já no Café Girondino está em evidência o desejo por vivenciar a memória, apropriando-se de reminiscências, mas que é sempre uma memória contaminada de percepção do presente, conforme Nunes (2001). No mármore e nas cadeiras de palhinha que compõem o visual da *Belle Époque* ou nas imagens e nos bonecos, temos representações simbólicas selecionadas para serem consumidas.

Nesse sentido, o Coffee Lab e o Girondino querem se fazer singulares frente a Cafés que poderíamos chamar de ‘comuns’. Contudo, julgamos que não são, pois todos possuem esta bela característica de espaço frutífero para a socialização, alguns com mais elementos, outros com menos, mas todos são essencialmente ambiências comunicacionais formadoras de vínculos de sentido e afetivos (Baitello, 2010). E essa semelhança é boa para os Cafés analisados, mesmo que não saibam.

### Referências

APPADURAI, Arjun. “Introdução: mercadorias e a política de valor”. In: \_\_\_\_\_. **A vida social das coisas**: a mercadoria sob uma perspectiva cultural. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2010. p. 15-87.

BAITELLO, Norval. **A serpente, a maçã e o holograma**: esboço para uma teoria da mídia. São Paulo: Paulus, 2010.

\_\_\_\_\_. **O animal que parou os relógios**: ensaios sobre comunicação, cultura e mídia. São Paulo: Annablume, 1999.



\_\_\_\_\_ ; SILVA, Mauricio. Vínculos hipnógenos e vínculos culturais nos ambientes da cultura e da comunicação humana. In: \_\_\_\_\_ XXII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2013, Salvador/BA, GT Comunicação e Cultura. **Biblioteca online Compós**, 2013. Disponível em: <[http://compos.org.br/data/biblioteca\\_1994.pdf](http://compos.org.br/data/biblioteca_1994.pdf)>. Acesso em: mai. 2016.

BERGSON, Henri. **Matéria e memória**: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

CASAQUI, Vander. “Estudos em comunicação, consumo e trabalho: significados do trabalho em processos de mediação, midiatização e publicização”. In: \_\_\_\_\_. ROCHA, Rose; CASAQUI, Vander (orgs.). **Estéticas midiáticas e narrativas do consumo**. Porto Alegre: Sulina, 2012. p. 162-183.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

ELIADE, Mircea. **Ferreiros e alquimistas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

FERREIRA, Jerusa P. Os ofícios tradicionais: cultura é memória. **Revista USP**, São Paulo (29): p. 102-106, março/maio 1996. Disponível em:< <http://www.usp.br/revistausp/29/15-jerusa-pires.pdf>>. Acesso em: mai. 2016.

GONDAR, Jô; DODEBEI, Vera. “Apresentação”. In: \_\_\_\_\_. GONDAR, Jô; DODEBEI, Vera (orgs.). **O que é memória social?**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2005. p. 7-10.

GURGEL, Miriam; RELVAS, Eliana. **Café com design**: a arte de beber café. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2015.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro Editora, 2013.

MARCELINA, Concetta. “Quem é o barista” e “Técnicas de barista”. In: \_\_\_\_\_. MARCELINA, Concetta; COUTO; Cristiana. **Sou barista**. São Paulo; Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2013.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Revista Projeto História**. São Paulo, n. 10. dez. 1993. p. 7-28. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/viewFile/12101/8763>>. Acesso em: mai. 2016.

NUNES, Mônica R. F. **A memória na mídia**: a evolução dos memes de afeto. São Paulo: Annablume Editora, 2001.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos históricos**. Rio de Janeiro, vol. 2, n. 3, p. 3-15, 1989. Disponível em:



<<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/viewFile/2278/1417>>. Acesso em: mai. 2016.

RAPOSEIRAS, Isabela. “O café”. In: \_\_\_\_\_. ANDREOTTI, Carlos (org.). **Chefs - Café**. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2014. p. 47-77.

TEIXEIRA, Lucas V. **Consumo de memórias e experiências em Cafés paulistanos: cenas culturais em torno do Café Girondino e do Coffee Lab**. São Paulo: ESPM, 2016. Disponível em: <[http://www2.espm.br/sites/default/files/pagina/lucas\\_teixeira.pdf](http://www2.espm.br/sites/default/files/pagina/lucas_teixeira.pdf)>. Acesso em: mai. 2016.