

CONSUMO DE MEMÓRIAS EM CAFETERIAS PAULISTANAS

Lucas de Vasconcelos Teixeira¹

Resumo: Este artigo objetiva refletir sobre o consumo de memórias em torno do café além da *commodity* agrícola, assim como tratar do consumo de diferentes espacialidades e temporalidades nas cafeterias *Café Girondino* e *Coffee Lab*, que se mostram como 'ambiências comunicacionais', de acordo com a conceituação de Norval Baitello (2010). Outros pensadores como Pierre Nora (1993), Michael Pollak (1989), Maurice Halbwachs (2013), Henri Bergson (1999) 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 desses cafés.

Palavras-chave: Memória; ambiências comunicacionais; consumo; cafeterias.

Abstract: The aim of this article is to reflect on the consumption of memories around coffee beyond the agricultural commodity, as well as discuss the consumption of different spatialities and temporalities in the coffee shops *Café Girondino* and *Coffee Lab* which are presented as 'communicational environments', according to the conceptualization of Norval Baitello (2010). With the theoretical support of Pierre Nora (1993), Michael Pollak (1989), Maurice Halbwachs (2013), Henri Bergson (1999) and others, the analyses are conducted from the perspective of memory. We verified that there is an attempt to singularize both cafés. However, the beauty of these cafés is in what unites them.

Keywords: Memory; communicational environments; consumption; coffee shops.

Considerações iniciais

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* sob a perspectiva do que foi identificado como consumo de memórias nas referidas cafeterias.

Com o objetivo de apresentar o consumo de memórias em torno do café além da *commodity* e também discutir o consumo de diferentes espacialidades e temporalidades nas cafeterias *Café Girondino* e *Coffee Lab*, esse artigo articula conceitos da comunicação e do consumo com 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) na intenção de realizar um estudo teórico-analítico e interdisciplinar. Além disso, *os corpora* do trabalho são constituídos por

¹Doutorando e Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM. Pela mesma instituição, vinculado aos Grupos de Pesquisa Biocon (Comunicação, discursos e biopolíticas do consumo) e Nema (Neurociência aplicada ao marketing). Bolsista Capes/Prosup.

pesquisas documentais, por visitas às cafeterias e pela análise de signos materiais e simbólicos de que são compostos ambos os estabelecimentos.

As duas cafeterias selecionadas como objetos empíricos utilizam-se de formas bem características para cativar seus frequentadores. 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 os principais motes 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 na história do país, especialmente para a formação do estado de São Paulo e para a constituição de sua 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 reencontramos esta cidade que se fez moderna por meio das 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 especialmente uma atmosfera que possibilita aos sujeitos estabelecer intencionalmente vínculos de sentido e de afetos. O autor destaca também que se trata de uma concepção distinta 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). Nesse sentido, pode-se conceber que cada coisa ou pessoa gera uma atmosfera repleta de possibilidades de comunicação, permitindo a atuação simultânea em qualquer papel comunicacional.

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 e também 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 possibilidades, 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

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, apesar de ambos serem na região central da cidade de São Paulo. Atualmente, encontra-se próximo ao Mosteiro de São Bento e da estação

de metrô com o mesmo nome. Seu antigo ponto localizava-se a alguns quarteirões de distância, nas imediações da Praça da Sé.

Intencionalmente, a decoração do *Girondino* atual foi inspirada em seu predecessor, o que faz do café um ponto turístico para brasileiros e até para estrangeiros que visitam a cidade de São Paulo. Com efeito, encontramos tanto elementos condizentes com o interior das casas burguesas europeias da segunda metade do século XIX – com farta utilização de madeira em tons escuros, mármore e assentos com trançados de palha – quanto imagens de ruas e galerias paulistanas do início do século XX, que retratam uma cidade dinâmica e que respirava o apogeu econômico proporcionado pelo cultivo e exportação do café.

Além disso, o estabelecimento atual mantém tradições alimentares da cafeteria histórica, 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 algumas iguarias que existiam no café antigo, como o arroz doce e o ‘nhoque da fortuna’, servido 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’ – a necessidade de nutrir-se é apenas parte da história. Muitos dos que por um café circulam podem nem mesmo gostar da bebida, mas frequentam o local para conversar, pela decoração que lhes agrada, ou até mesmo 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), é de grande valia para descrever o 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). Assim, a comida e a bebida carregam tantos significados quanto qualquer outra forma de representação de uma cultura. Significados de representações culturais, vínculos e afetos dos indivíduos e dos grupos que 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 potente.

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. Uma memória registradora que delega ao suporte a capacidade de lembrar. É por isso que existem, por exemplo, os museus e os santuários.

Pensadores contemporâneos identificam no conceito original de Nora (1993) 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, destacamos 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 perspectiva, 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, esses vestígios 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 famosa rua de comércio popular, a 25 de Março, ou depois de uma missa no mosteiro São Bento, ou até mesmo em um passeio turístico, o *Girondino* é um local de confluência da circulação urbana para aqueles que desejam incluir a modernidade cafeeira 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 uma cafeteria com um jornal e com uma música agradável 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, etc. “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’ – malandros da época que não pagavam suas contas – acabam ganhando ares glamourizados ao serem representados por meio de grandes bonecos que dividem as mesas com os frequentadores atuais.

Esse consumo do passado no presente oferecido pelo *Girondino* vende uma narrativa do café e dos antigos cafés na cidade de São Paulo. 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*² na relação comercial com o produtor rural e pelos cuidados socioambientais. Este fenômeno está

² Rede de comércio justo, que paga um preço não exploratório aos pequenos produtores rurais.

incluído no que os envolvidos na cadeia produtiva da rubiácea denominam *terceira onda do consumo de café*.

Grosso modo, o mercado de cafés *premium* classifica as últimas décadas por meio de ondas do consumo. Segundo Teixeira e Nunes (2016), na primeira a bebida era 'mais consumida do que apreciada', sendo bastante valorizada pelos efeitos estimulantes da cafeína e pouco pelo seu sabor ou outros atributos intangíveis. Já a segunda onda do consumo de café foi marcada, entre outros fatores, pela melhoria na qualidade da *commodity* devido ao crescimento do uso dos grãos da variedade *Arabica*, pela disseminação do uso de máquinas de café *espresso*³ e pela abertura de grandes redes de cafeterias, como a norte-americana Starbucks e a colombiana Juan Valdez.

Atualmente, estamos na terceira onda do consumo. Momento em que são valorizadas as especificidades dos grãos e a bebida é degustada levando-se em consideração seu aroma, sabor, doçura, acidez, corpo e sabor residual. Os cafés dessa onda de consumo considerados de alta qualidade são chamados de especiais: grãos com procedência controlada e rigoroso padrão de qualidade no processamento do café cru, na torra, no envase e no preparo. Para os entendidos, há diferenças entre o café especial e o *gourmet*, alegando que o primeiro é mais amplo, pois, além da questão sensorial, são necessários outros quesitos, como: responsabilidade social na produção, certificações de qualidade e rastreabilidade do produto.

As cafeterias, como o *Coffee Lab*, refletem e propagam esse movimento. Para compreendê-lo, 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 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* –, no qual se potencializam todas 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

³ “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 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).

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 simultaneamente um viés de algo mágico, ao metamorfosear grãos sólidos em um elixir cremoso a ser apreciado. Desta feita, 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 expertise do barista, ainda que tomada de novidades e engenhocas tecnológicas, remete aos saberes artesanais vivenciados 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 como o conhecedor dos segredos do fogo, mas é possível deduzir que os

trabalhos artesanais em geral possuem esse traço 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). Portanto, um mestre de um ofício é um sabedor, um transmissor do conhecimento.

Gurgel e Relvas (2015) identificam que o barista também possui essa característica de educador, de disseminador da cultura do café, ao promover a qualidade da bebida, sua complexidade sensorial 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. No *Coffee Lab* há contrastes de elementos que se poderia classificar como sendo residenciais (por exemplo, no piso de tacos) com componentes mais ao feito industrial (como na tubulação elétrica aparente).

O *Coffee Lab* foi inaugurado em 2008, mas desde 2004 já existia como consultoria, torrefadora e escola. Atualmente, está localizado no bairro da boemia paulistana, a Vila Madalena.

A característica de escola continua sendo uma de suas principais marcas, 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 disseminação de uma cultura de degustadores voltada especificamente para os 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). Nessa perspectiva, o consumo de cafés considerados de alta qualidade 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, este aroma nada agradável 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 aprazível de frutas. Dessa forma, o pêssego em calda apreciado na infância pode servir de referência para indicar um café excepcional que possua notas olfativas semelhantes. Portanto, os baristas precisam adequar suas memórias a uma função.

Michael Pollak (1989) dá a isto a denominação de enquadramento da memória. É necessário esclarecer que o autor trabalha este conceito em outro contexto, para definir ou reforçar sentimentos de pertencimento e coesão social. Porém, o utilizamos aqui para nomear as imposições entre sensações e memória que os baristas ‘são obrigados’ a categorizar para se destacarem nessa carreira. Em outras palavras, para se sobressair no barismo, o profissional deve normatizar suas memórias subjetivas a um código internacional. Nos testes de *cupping* – degustação e classificação de cada café – realizados por todo o mundo, os baristas mais gabaritados obtêm resultados sensoriais quase idênticos quando analisam o mesmo café. Dessa forma, forma-se um padrão do que se considera 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 ou o brigadeiro de colher. Desta forma, podemos compreender que o *Coffee Lab* também é um lugar de memória em que se manifesta a historicidade da cultura dos cafés, pois a experiência do consumo do café especial não seria a mesma sem esses signos compartilhados. Por exemplo, se nunca tivéssemos tomado um pingado em uma padaria ou bar, não haveria nenhum vínculo com o pingado do cardápio da referida cafeteria. Da mesma forma, caso não tivéssemos experimentado outros *espressos* em muitos outros locais, os rituais de degustação que o estabelecimento propõe não fariam sentido.

O *Coffee Lab* propõe diversos rituais de degustação. Alguns exemplos 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 e seus diferenciais frente ao café do dia a dia.

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*⁴ como um artefato único. Parte do seu *slogan* reflete essa mescla: um ‘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 torra⁵ – considerada extremamente importante pelos entendidos porque é nela que o grão chega ao estágio final para ser moído, preparado e servido aos clientes.

A torra é um mecanismo delicado e preciso, pois se for abaixo do necessário, o café não revelará todo o seu potencial sensorial, pois 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 implica em mudanças na liberação de óleos essenciais – 2 ou 3°C a mais ou a menos já alteram sensivelmente o grão. Já o tempo tem influência sobre os níveis de acidez e amargor. Enquanto que a movimentação de ar na máquina durante a torrefação pode alterar os níveis de doçura, sabor residual e adstringência.

Através do fogo ocorre a transmutação do grão cru em 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, o café também completa a sua ‘gestação’, na qual o grão, além da cor, sofre outras modificações físicas neste processo, como o aumento de tamanho e a diminuição de sua densidade. Portanto, um saber restrito e de distinção mesmo entre os *connoisseurs*, pois não é todo barista que domina a torra do café. Quem o faz é um conhecedor de segredos,

⁴ “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 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).

⁵ Informações recolhidas durante a realização do curso de Barista Sênior no Coffee Lab.

assim como eram os mestres artesãos de outrora. Tanto que os conhecedores do processo de torrefação do café 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, há uma estratégia midiática realizada por ambas as cafeterias com o objetivo de se estabelecerem como referências na cidade de São Paulo. Assim, esses estabelecimentos querem se fazer singulares frente a cafés que poderíamos chamar de ‘comuns’, ou sem tantas peculiaridades quanto o *Café Girondino* ou o *Coffee Lab*. Contudo, avaliamos que não são, pois todos os cafés possuem esta bela característica de espaço frutífero para a socialização, sendo fundamentalmente ambiências comunicacionais formadoras de vínculos de sentido e afetivos (BAITELLO, 2010). E essa semelhança é boa para as cafeterias analisadas, mesmo sem perceberem.

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.

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

BAITELLO, Norval; 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.

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, midiaticização 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.

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.

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.

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

TEIXEIRA, Lucas V.; NUNES, Mônica R. F. Café e cenas culturais na cidade de São Paulo: consumo, memória e ambiências comunicacionais. **Razón y Palabra**, v. 20, n. 3-94, 2016, p. 347-383.

TEIXEIRA, Lucas V. **Consumo de memórias e experiências em Cafés paulistanos**: cenas culturais em torno do Café Girondino e do Coffee Lab (Dissertação de mestrado). São Paulo: ESPM, 2016.