



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAIS E PUBLICIDADE

Giovanna Peixoto Vicentini

**O BARISTA NO ESPAÇO DAS CAFETERIAS: COMUNICAÇÃO,
TRABALHO E CONSUMO**

Brasília
2015

**O BARISTA NO ESPAÇO DAS CAFETERIAS: COMUNICAÇÃO,
TRABALHO E CONSUMO**

GIOVANNA PEIXOTO VICENTINI

Monografia apresentada ao Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Comunicação da
Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em
Comunicação sob orientação da Professora Dra. Fernanda Martinelli

Brasília
2015

**O BARISTA NO ESPAÇO DAS CAFETERIAS: COMUNICAÇÃO,
TRABALHO E CONSUMO**

GIOVANNA PEIXOTO VICENTINI

Monografia apresentada ao Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Comunicação da
Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em
Comunicação sob orientação da Professora Dra. Fernanda Martinelli

Profa. Dra. Fernanda Martinelli
Orientadora

Profa. Dra. Selma Regina Nunes Oliveira
Examinadora

Prof. Dr. Edson Silva de Farias
Examinador

Brasília, novembro de 2015

Aos meus avós Dairo Vicentini e Licia Marcolini Vicentini que em sua simplicidade me apresentaram o mundo do café.

AGRADECIMENTOS

Agradeço todos os dias percorridos até a conclusão deste trabalho assim como a todas as pessoas que cruzaram o meu caminho e foram tão importantes para a sua realização.

Agradeço aos meus pais, meu irmão e meu primo por me apoiarem e me ouvirem, sempre. Aos meus avós, que de certa forma foram os responsáveis por despertar em mim tanto fascínio pelo café e a quem dedico especialmente este trabalho. Às minhas tias que me alegram e me lembram que nada é tão grande para nos deter. Aos meus tios Priscila Vicentini Agnesini e Vinicius Agnesini por terem me incentivado e reconhecido em mim a mesma paixão que compartilham pelo café.

Agradeço aos meus amigos que me ajudaram quando precisei, especialmente para descontrair com uma xícara de café. Não posso deixar de mencionar todos os informantes com os quais convivi tão de perto durante a pesquisa de campo – pessoas incríveis que se dedicam com tanta paixão a um grão tão presente no nosso dia a dia. Destes destaco o mestre barista Emílio Rodrigues e o Jean Michel M. S., que abriram as portas de sua casa e me envolverem em sua família de amigos que respiram e vivem do e pelo café.

Por fim, mas não menos importante, agradeço a todos os professores da Faculdade de Comunicação que me inspiraram e me instigaram sempre a buscar o meu melhor, como Edmundo Brandão Dantas, Fabíola Calazans, Gustavo de Castro, Selma Regina Nunes Oliveira, a minha orientadora Fernanda Martinelli e, especialmente, o Wagner Antonio Rizzo, a quem dedico o meu futuro como barista por ter me motivado a seguir sem olhar para trás, me transformando e me ensinando todos os dias.

Estes são aqueles professores que você nunca esquece, que marcam os alunos pelo simples fato de amarem o que fazem. São aquelas pessoas a que irei agradecer todos os dias por me estimular a ir atrás daquilo que me inspira para poder, enfim, realizar coisas incríveis e me dedicar com o mesmo entusiasmo com que eles me guiarem até hoje.

O barista tem o domínio das circunstâncias. Cabe a ele fazer a alquimia final e transformar o grão café em bebida.

- Barista Emílio Rodrigues, 2015

RESUMO

Esta é uma pesquisa sobre a profissão de barista. No mercado de cafés especiais ele é um especialista que estuda a planta desde seu cultivo até a xícara de café e apresenta, sob uma perspectiva pedagógica, o universo dos cafés especiais aos frequentadores das cafeterias. O objetivo é analisar como o consumo do café se complexifica a partir da mediação do barista, refletindo sobre a construção social de significados em contextos de interação social que envolvem baristas, consumidores e, eventualmente, produtores de café. A metodologia combina uma pesquisa de campo de inspiração etnográfica em três cafeterias em Brasília voltadas ao mercado de cafés especiais e entrevistas em profundidade. Nesse percurso, alguns conceitos de Erving Goffman (2014) são centrais para refletir sobre o trabalho do barista e as interações que permeiam essa prática: 1) representação (*presentation*, no original em inglês) que, aqui, associa-se ao papel social desempenhado pelo barista em sua atuação diária na cafeteria, quando expõe suas técnicas e explica, desde sua perspectiva profissional, os significados do café para o público frequentador das cafeterias; 2) interação social, um conceito compreendido segundo Goffman, (2014), como a influência mútua e direta dos indivíduos sobre as ações uns dos outros; 3) estabelecimento social, que no contexto investigado refere-se ao espaço das cafeterias, onde os profissionais desempenham uma ação particular diante dos frequentadores a partir de significados construídos subjetivamente.

Palavras chave: 1. Representação 2. Interação social. 3. Comunicação. 4. Barista. 5. Cafeteria.

ABSTRACT

This is a research about the barista profession. In the specialty coffee market he is an expert studying the plant from its cultivation to the cup of coffee and presents, from a pedagogical perspective, the world of specialty coffee to patrons of coffee shops. The aim is to analyze how coffee consumption becomes more complex from the barista mediation, reflecting on the social construction of meaning in social interaction contexts that involve baristas, consumers and eventually coffee producers. The methodology combines an research of field of ethnographic inspiration in three coffee shops in Brasilia focused on the specialty coffee market and in-depth interviews. Along the way, some concepts of Erving Goffman (2014) are central to reflect on the work of the barista and interactions that underlie this practice: 1) presentation, in the original on English, that, here, relates to the social role of the barista performed in its daily activities in the coffee shop, when exposes his techniques and explains, from its professional perspective, the meanings attached to coffee to the patrons of coffee shops; 2) social interaction, a concept understood from Goffman, (2014), as a mutual and direct influence of individuals on each other's actions; 3) social establishment, which in the context investigated refers to the space of the coffee shops, where professionals perform a particular action in front of the consumers based on the meanings built subjectively.

Key words: 1. Presentation. 2. Social interaction. 3. Communication. 4. Barista. 5. Coffee shop.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	39
Figura 2	46

SUMÁRIO

PRÓLOGO	11
INTRODUÇÃO	13
1. PERCURSO TEÓRICO E METODOLÓGICO	21
2. BARISTA “TELEGUIADO”	36
2.1 Barista: o embaixador do café	38
2.2 Antes de ensinar tem que saber	44
3. O CENÁRIO	56
CONSIDERAÇÕES FINAIS	68
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
OUTRAS REFERÊNCIAS	74

PRÓLOGO

O pesquisador despido de sua familiaridade

Basta o dia nascer para que a minha família beba um café feito na cafeteira italiana com os grãos da nossa fazenda de São Paulo. Esta bebida aromática, escura, quente e intensa é como um paradoxo que nos conforta e desperta. Para nós o café é mais do que uma xícara, pois todos viram o cafezal crescer, os frutos sendo colhidos e levados para secar no terreirão, o grão ser torrado e moído no moedor de ferro azul. Somos fascinados pelo café e temos orgulho desta herança iniciada com o meu tataravô italiano que imigrou para o Brasil.

É difícil definir exatamente quando bebi minha primeira xícara e o que senti, mas sempre recorro daquele aroma de café da fazenda, recém moído, e do coado do meu avô que, até hoje, ferve a água com o pó e depois passa no filtro de papel. O seu café tinha um sabor doce suave que contrastava com o amargo resistente na boca. Com o passar do tempo provei outros cafés em algumas cafeterias de Brasília e percebi a particularidade de cada grão. Uma vez bebi um café cujo cheiro me lembrava laranja. Parecia mesmo que estava comendo a fruta. Bebi também um café levemente picante e ao mesmo tempo doce.

Estes grãos eram cafés especiais¹, sensorialmente complexos e que passam pela mão de muitos personagens até chegar à xícara servida nas cafeterias. Começando pelo produtor, que busca o equilíbrio entre a natureza e a mecanização para ter produtividade e qualidade. Pelo mestre de torra², que acompanha a transformação física e química do café observando atentamente a mudança de cor, os aromas exalados e o barulho dos grãos estalando feito pipoca no torrador - momento em que o café adquire características sensoriais diversas daquelas da planta *in natura*.

¹ A definição dada pela SCAE (*Special Coffee Association from Europe*) aos cafés especiais seria: “reconhecido pelo consumidor, num mercado específico e num determinado período, como tendo qualidade única, sabor singular e personalidade diferente e superior às bebidas de café geralmente servidas.” (RAPOSEIRAS, 2012, p. 69).

² Torrador ou “Mestre torrador” (MARCELINA; COUTO, 2013, p. 87) é “o especialista em torra” (Ibidem, 2013, p. 87); “A torra é um dos momentos mais delicados de todo o longo processo pelo qual o café passa até se transformar numa aromática e saborosa bebida. Antes de torrado o café, ainda verde, não apresenta seu aroma ou sabor característico.” (RODRIGUES, 2015, p. 12).

Por fim, o grão chega ao barista, que prepara e deve garantir a qualidade dos cafés servidos aos frequentadores das cafeterias. Ele mói e compacta o pó, encaixa o porta-filtro na máquina de espresso e prepara o café. Também elabora diversas bebidas como o *cappuccino*³ e o *macchiato*⁴; e faz o café coado, preparado em diferentes métodos de infusão, pressão e/ou filtragem. Cada método tem seu próprio dispositivo, processo e tempo de extração.

Quando fiz o curso de barista, todas estas técnicas e gestos me foram ensinadas, associadas a um vocabulário particular. Com a prática da degustação, os sentidos foram apurados e as percepções trabalhadas para que o nariz sinta os diferentes aromas de flores, frutas, castanhas, entre outros; e a língua perceba o equilíbrio entre o amargo, o doce, o ácido e o salgado. Também, trabalhar em uma cafeteria, onde a maioria das pessoas saem da rotina, foi uma aventura, um desafio e me vi motivada pelas possibilidades, instigada a produzir esta pesquisa.

A partir destas experiências percebi que este universo dos cafés especiais envolvia uma diversidade de pessoas - dos produtores, trabalhadores na lavoura, fornecedores e profissionais capacitados no preparo especializado de café aos consumidores - de idades variadas, de diversos lugares, com diferentes costumes, estilos de vida e perspectivas distintas a respeito deste grão, que é o elo que liga estes indivíduos envolvidos neste sistema de produção, trabalho e consumo.

Observar e conviver com essas diferentes pessoas foi o que me inspirou a estudar este mundo. Movida pelo desafio de pesquisar sob um olhar que relativiza algo tão presente em minha experiência de vida e, especialmente, no meu dia a dia, analisei, no seu espaço de trabalho, o barista, que compreende o café a partir de técnicas determinadas combinadas com a experimentação e a percepção. Este esforço, que Roberto Da Matta aponta como a transformação do familiar em exótico no texto *O Ofício de Etnólogo, ou como ter Anthropological Blues* (1978), é retratado neste estudo, em que investigo o espaço de convívio, trabalho e consumo de alguns destes personagens, assim como as interações sociais que se dão a partir de diferentes perspectivas sobre este grão especial e seu universo.

³ “O café espresso é extraído em uma xícara de chá. Depois, completar o conteúdo com leite vaporizado, deixando uma camada bem grossa do leite, de aproximadamente 1 cm.” (MARCELINA; COUTO, 2013, p. 152)

⁴ “O espresso é extraído e “manchado” com o leite vaporizado.” (Ibidem, 2013, p. 149).

INTRODUÇÃO

Em certo sentido, e na medida em que esta máscara representa a concepção que formamos de nós mesmos – o papel que nos esforçamos por chegar a viver – , esta máscara é o nosso mais verdadeiro eu, aquilo que gostaríamos de ser. Ao final, a concepção que temos de nosso papel torna-se uma segunda natureza e parte integral de nossa personalidade. Entramos no mundo como indivíduos, adquirimos um caráter e nos tornamos pessoas.

- PARK, R.E. *Race and Culture*, 1950

Em qualquer dia da semana, a qualquer hora, pessoas de idades variadas podem estar bebendo uma xícara de café enquanto lêem um livro, trabalham no computador ou conversam com um conhecido em uma cafeteria de Brasília. E estes espaços também reúnem indivíduos que dedicam de seis a oito horas do seu dia à rotina de trabalho onde muitos saem dela.

Juntos, estes profissionais buscam manter uma ordem, garantindo um bom serviço: a equipe da cozinha organiza seu espaço para poder preparar os pedidos; as mesas são arranjadas de forma que os atendentes possam circular, servindo; e os baristas têm todos os utensílios e ingredientes à mão para trabalharem na máquina de espresso.

Em algumas cafeterias são exigidas dos baristas habilidades específicas, como a operação da máquina de espresso para o preparo desta bebida e outras, como o *cappuccino*; junto à capacidade de distinguir entre certos aromas e sabores. Estas competências são ensinadas aos baristas, em geral, no espaço das próprias cafeterias por meio da iniciação destes indivíduos, pela degustação de diferentes cafés e pelo contato diário com o grão.

No contexto desta pesquisa identificar isso é importante para compreender a emergência da profissão de barista e como são construídos os sentidos da especialização e da experimentação, percebidos pelos profissionais como, por exemplo, o mestre de torra e o barista, envolvidos, respectivamente, na composição do perfil sensorial e no preparo do café, em que busca-se o equilíbrio entre os sabores percebidos na xícara. Eles são coparticipantes dos caminhos percorridos pelos grãos e de suas transformações e apreendem o café como algo sensorialmente complexo e especial.

Esta atividade também é compreendida de forma semelhante por Mauricio Lages (2015) em sua dissertação *A formação do Consumo Gourmet no Brasil: O Caso dos Cafés Especiais e dos Corpos que os Acompanham*, onde observa o processo de *gourmetização* do consumo e a reorganização do mercado de cafés. Lages parte da hipótese de que a degustação e as classificações que a seguem - como a percepção do sabor amargo como um defeito do café – ao receberem novos sentidos de certa forma distantes da percepção do consumidor, diferenciam aqueles que têm o entendimento destas competências. Meu contato com Mauricio Lages se deu em campo e, depois de saber que ele também se dedicava à análise do universo dos cafés especiais, compartilhamos algumas informações.

Mauricio Lages (2015) analisou, na sua pesquisa de campo, o processo de formação de novos baristas no *Coffee Lab* de Isabela Raposeiras, cafeteria localizada em São Paulo. Raposeiras, barista renomada, se considera uma das primeiras baristas brasileiras e compreende esta atividade como uma ciência. Em sua dissertação, Lages (2015) traz uma cena observada que é representativa para pensar sobre esta perspectiva, divulgada no *Coffee Lab*, da ação e do saber do barista relacionados a uma ciência: “Na aula de preparo de espresso, impressionado com a complexidade de parâmetros mobilizados, cheguei a comentar que aquilo era mesmo “uma arte”, mas logo fui corrigido pelo próprio Renato: “não, não é arte, é ciência”.” (2015, p. 76). Lages traz uma discussão sobre esta perspectiva do laboratório - que é uma cafeteria, onde os baristas torram e preparam cafés especiais - dedicado ao estudo científico do grão, que ensina e divulga uma técnica padronizada do ato de beber e perceber o café, em contraposição ao processo de experimentação, em que são apreciadas e destacadas diferentes sensações. Observar isso é importante no contexto aqui trabalhado, pois demonstra como estes profissionais definem a si mesmos e a sua profissão, percebida desde um nível de especialização diferenciado que reúne competências particulares, ensinadas e divulgadas pelos próprios baristas.

Este trabalho é uma pesquisa sobre a profissão do barista e a ideia de transformar o universo deste ator em objeto de estudo surgiu, inicialmente, a partir do consumo de cafés especiais e do contato com estes indivíduos no espaço das cafeterias, onde observei e compreendi melhor certos termos e comportamentos. O desafio de transformar em objeto de investigação algo tão presente na minha rotina pessoal foi o motor da pesquisa e, também, o que me permitiu analisar o espaço de convívio e trabalho dos baristas com o café e com os frequentadores a partir

de um olhar que relativiza esse meu envolvimento primeiro com o grão. Com o trabalho de campo percebi que minha visão inicial era pretensamente privilegiada; e caminhar pelas diversas dimensões que compõem este universo fez parte do processo de pesquisa, da minha transformação em pesquisadora e do esforço de relativizar minha experiência para investigar a atuação destes profissionais.

O recorte desta pesquisa é a análise da atividade dos baristas em três cafeterias de Brasília dirigidas ao mercado de cafés especiais. Compreendemos aqui estes espaços segundo a acepção de estabelecimento social em Erving Goffman (2014), definido como “qualquer lugar limitado por barreiras estabelecidas à percepção, no qual se realiza regularmente uma forma particular de atividade. [...] Dentro das paredes do estabelecimento social encontramos uma equipe de atores que cooperam para apresentar à plateia uma dada definição da situação.” (GOFFMAN, 2014, p. 256). Isso significa que, no contexto desta pesquisa, as cafeterias são compreendidas simbolicamente como ambientes relativamente fechados, onde os baristas divulgam aos clientes uma certa visão técnica do universo dos cafés, que transita pelos sentidos da especialização e experimentação. Nestes espaços, há um esforço em transmitir certas práticas de consumo relacionadas à nova configuração do café como algo diferenciado e sensorialmente complexo que, segundo os baristas, está distante da compreensão dos consumidores, por isso, eles devem ser ensinados à apreciá-los.

Outro conceito central é o de interação social, compreendido aqui segundo Goffman, como “[...] a influência recíproca dos indivíduos sobre as ações uns dos outros, quando em presença física imediata.” (2014, p. 28). Assim, entendemos que, nestes espaços de sociabilidade, sentidos são construídos, transmitidos e reproduzidos entre os indivíduos que interagem de forma direta e cotidiana. Eles interpretam este arranjo social a partir de uma noção particular da situação atribuída subjetivamente que afeta de forma mútua os comportamentos, o próprio serviço e o consumo. No entanto, a investigação considerou particularmente a perspectiva do barista, que é o objeto deste estudo, e se deteve na representação deste ator no espaço social das cafeterias onde ocorrem interações e o barista exercita sua prática (GOFFMAN, 2014).

No livro *A representação do eu na vida cotidiana*, Goffman (2014) utiliza o teatro como metáfora para discutir situações de representação social (*presentation*, no original em inglês), inclusive no âmbito do serviço. Termos como ator e plateia são recorrentes para pensar as

relações de poder na vida cotidiana e as interações sociais sob uma perspectiva política. Como aqui analisamos a interação entre o barista e os consumidores que frequentam as cafeterias, onde diferentes comportamentos são estabelecidos a partir de significados interpretados por cada indivíduo particularmente, o livro de Goffman (2014) se torna fundamental para as análises trabalhadas neste estudo. No contexto desta pesquisa, o termo *plateia* é atribuído aos personagens que interagem com os profissionais, especialmente aqueles que são clientes no espaço das cafeterias. *Plateia*, por sua vez, se refere “aqueles que contribuem com os outros desempenhos”⁵ (2014, p. 28) – sendo que o desempenho analisado aqui é a atividade do barista, mais especificamente.

O termo *presentation*, embora tenha sido traduzido como “representação” na edição brasileira, deve ser compreendido no sentido de apresentação, segundo Édison Gastaldo, (2008), uma vez que “o título que o livro ganhou em português [...] (é) uma má tradução: *presentation* é “apresentação” e não “representação”; [...]” (2008, p. 150). Assim, nos termos de Goffman, a apresentação/representação deve ser compreendida como “[...] toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência.” (GOFFMAN, 2014, p. 34). Neste trabalho, utilizamos o termo representação e as definições presentes na obra traduzida, guardados os devidos entendimentos a partir de Gastaldo, (2008). Isso significa que, no contexto desta pesquisa, o conceito de representação é importante para pensar o ator barista durante o seu expediente nas cafeterias observadas, momento em que prepara e/ou serve os cafés especiais aos frequentadores enquanto expõe suas técnicas, conhecimentos e traduz os significados do café para esta plateia.

A profissão de barista, por sua vez, é investigada a partir da sua centralidade no processo de preparo dos cafés especiais no contexto das cafeterias estudadas, onde ocorre um contato direto com os consumidores e é exigido certo nível de especialização, como assinala o trecho abaixo retirado do portal da Associação Brasileira de Café e Barista (ACBB):

Os baristas são os “experts” no preparo do café - e têm atuação fundamental na divulgação, junto ao consumidor final, dos cafés de qualidade. Além de terem completo

⁵ Este autor ainda se refere à plateia como observadores, coparticipantes ou público (GOFFMAN, 2014).

conhecimento sobre o preparo da bebida, eles também têm que entender da história do café, do seu cultivo, tipos de grãos e origens. [...] É a pessoa que prepara o café e, como tal, uma pessoa realmente importante na cadeia, completando o ciclo da semente à xícara. Do que adianta cultivarmos o melhor café e torrarmos com perfeição se não garantirmos que ele foi preparado com perfeição? O barista qualificado é um artesão e um artista que pode extrair todo o potencial do café. (ACBB, 2015).

O barista é um especialista, que deve estudar a história do café desde seu entendimento como uma cultura agrícola até seus significados simbólicos produzidos em contextos socioculturais. É quem conhece o percurso do grão da planta a xícara; seu preparo, desde a torra à extração na máquina de espresso, incluindo técnicas específicas como a *latte art*, a arte de decorar com o leite. Estes profissionais, que trabalham no mercado de cafés especiais, têm um mesmo vocabulário e habilidades comuns, são fascinados pelo café e o percebem de forma semelhante, “além da xícara” e “sensorialmente complexo”. No segmento especializado há uma preocupação com a rastreabilidade do grão, avaliando aspectos anteriores ao preparo do café, como as técnicas de manejo, a região produtora e a torra, que relacionam-se à qualidade sensorial do café e por isso devem ser considerados como componentes da bebida servida.

Para os profissionais, o percurso até a extração dos cafés especiais segue um padrão de qualidade que influencia nos diferentes aromas e sabores destes grãos. Por outro lado, os processos empreendidos no mercado tradicional resultam em uma bebida de sabor menos aparente ou até “ruim”, como um gosto de carvão ou de remédio devido à torra “mais acentuada (escura) para render mais, ai você esconde os defeitos só que o sabor também”, como afirmou um barista quando falava sobre a cor de alguns grãos “pretos como o chocolate amargo” e como esta aparência reflete no sabor da bebida.

Os baristas interagem e se comunicam entre si e com os clientes a partir de um sistema de significados e códigos, construídos e divulgados por estes profissionais que se conectam a uma mesma cultura das cafeterias, além de compartilharem certas funções, como apresentar o mundo dos cafés especiais aos frequentadores, com quem mantêm um contato diário e direto, sendo próximo e imediato. Os baristas mais experientes também passam a iniciar os principiantes na profissão e assim constitui-se o trânsito de conhecimentos.

O saber e o ensinar estão interligados, pois o barista deve compreender sobre os cafés especiais para poder informar os clientes e/ou instruir os iniciantes. Também são estes encargos

que os diferenciam daqueles para quem oferecem o serviço: as técnicas e informações específicas lhes atribuem um *status* de especialista, que conhece os assuntos expostos ao público, formado por indivíduos que, de uma forma geral, são considerados pelos próprios profissionais como desinteressados e/ou alheios ao universo dos cafés especiais.

Compreende-se aqui o saber e o ensinar dos baristas como práticas desempenhadas junto aos frequentadores das cafeterias e aos colegas de trabalho. Segundo Goffman, movimentos ou práticas devem ser entendidos como “O padrão de ação preestabelecido que se desenvolve durante a representação, e que pode ser apresentado ou executado em outras ocasiões [...]” (GOFFMAN, 2014, p. 28). No contexto desta pesquisa, compreendemos que as funções atribuídas aos baristas são pré-determinadas pelos formadores de opinião – baristas e/ou especialistas em café - e ensinadas pelos profissionais que iniciam os aprendizes. Também podem ser executadas no ambiente das cafeterias, nos espaços de ensino dos principiantes e nos meios midiáticos, por exemplo, quando baristas como Isabela Raposeiras dão entrevistas sobre a profissão e o café; ou publicam livros sobre ambos.

Durante a pesquisa de campo, investigamos a performance destas funções de especialista e supostamente de educador por meio de observação participante e entrevistas. As entrevistas seguiram, em geral, um roteiro pré-definido, mas dando abertura para os indivíduos apresentarem suas próprias questões e pontos de vista. Buscamos entrevistar indivíduos desde os baristas proprietários aos funcionários baristas, incluindo também os iniciados, consumidores regulares das cafeterias e trabalhadores de uma fazenda de café na Bahia, desde o cafeicultor aos funcionários que cuidavam da colheita, beneficiamento e torra dos grãos. As entrevistas, em geral, se deram enquanto os profissionais realizavam suas atividades, considerando questões que surgiam com a observação. Quanto aos clientes, analisamos como falavam do café e se relacionavam com os profissionais e com o próprio espaço.

O objetivo era analisar o processo de iniciação dos baristas e o desempenho destes atores junto aos seus colegas de trabalho e aos frequentadores das cafeterias. Também analisamos estrutural e simbolicamente o espaço das cafeterias onde, em geral, ocorre a ação destes atores, com um olhar atento à possível influência desta ambiência e das pessoas que nela circulam sobre o comportamento do barista.

Observando esta situação social comum e rotineira, as análises apresentadas aqui adquirem importância ao examinarmos os processos de comunicação que constituem e atravessam a performance do barista e o seu contato com os diversos públicos, quando ocorre uma emissão e interpretação recíproca das informações. Esses processos constituem, ainda, a construção de sentidos simbólicos sobre o café, que afetam a forma como os indivíduos se identificam e se relacionam, marcando uma diferença de *status* e comportamento entre aqueles que servem os cafés especiais, e têm conhecimentos particulares, em relação aos que buscam este serviço, e têm, por vezes, uma outra perspectiva sobre o café servido e o trabalho prestado.

Os conceitos empregados neste estudo são transversais e a pesquisa que constituiu essa monografia apresenta diversos níveis de análise que orientam a organização dos capítulos da seguinte forma:

O primeiro capítulo apresenta o horizonte teórico e metodológico que guiou a elaboração deste trabalho. A partir da literatura técnica e da pesquisa de campo, onde se deu o contato e entrevistas com indivíduos envolvidos na produção, trabalho e consumo dos cafés especiais, compreendemos as diferenças entre o café especial e o tipo tradicional. Sob a perspectiva da *gourmetização* estudada por Mauricio Lages (2015), observamos a prática da degustação, aprendida pelos baristas junto à formação especializada, que define uma mentalidade e linguagem particular, envolvendo os baristas em uma cultura das cafeterias, ao mesmo tempo constituída por eles. Esta análise se deu segundo a noção de aprendizagem, o conceito de *connaissanceur* e o de cultura nos termos de Howard Becker (2008). Com a investigação da ação do barista e da forma como estes atores descrevem suas práticas, entendemos, a partir da perspectiva da profissionalização problematizada por Maria Lúcia Magalhães Bosi (1996), que a atividade desempenhada por estes atores se enquadra nos elementos que fundamentam uma profissão, como apontados por Wilensky (1970). Também observamos que a prática do barista pode ser associada ao conceito de ocupação de serviço definido por Becker (2008) e, a fim de analisar a interação e a atuação destes profissionais diante dos frequentadores das cafeterias investigadas, exploramos os conceitos relacionados ao interacionismo simbólico e ao pensamento de Goffman (2014) em *A representação do eu na vida cotidiana*, além de observar a compreensão deste autor sobre o processo de comunicação.

No segundo capítulo, em um primeiro momento, analisamos situações observadas em campo e a fala dos informantes, refletindo sobre a reconfiguração da profissão de barista e a nova forma de perceber sensorialmente o café e compreender os significados relacionados a ele no percurso desde o seu cultivo ao preparo da bebida. Esta investigação dialoga com a perspectiva de Lages (2015) das três ondas do café, quando o autor analisa a transformação da qualidade do grão ao longo dos anos. Em um segundo momento, examinamos a formação institucionalizada do barista sob a perspectiva de aprendizagem trabalhada por Howard Becker (2008) em *Outsiders*, observando um aparente domínio dos saberes e das práticas de consumo dos cafés que é análogo à percepção de Bosi (1996) sobre as bases cognitivas das profissões. Considerando a relação entre o saber dos baristas e sua função de educador, também analisamos a perspectiva dos profissionais quanto à interação com o público consumidor de cafés especiais para refletir sobre as definições de situação observadas e a performance de uma pretensa pedagogia do consumo exercida pelos baristas que se definem como especialistas.

O terceiro capítulo investiga, com base em alguns conceitos de Goffman (2014), a estrutura das cafeterias observadas no trabalho de campo em Brasília. Consideramos os sentidos que estes espaços representam neste estudo para compreender o valor simbólico do café especial como uma bebida de elevado potencial sensorial percebida “além da xícara”; e as funções do barista desempenhadas diante do público consumidor. Isso inclui observar o convívio com os colegas de trabalho e o engajamento profissional dos atores que atuam nas cafeterias. Também investigamos a cultura que se organiza neste espaço social, refletindo sobre a definição deste conceito em Howard Becker (2008), trabalhada em sua pesquisa sobre a cultura dos músicos que tocam em casas noturnas, e que são transpostas aqui na análise do espaço das cafeterias.

Finalmente, nas considerações finais, retomamos a trajetória da investigação e os níveis de análise que guiaram a configuração deste trabalho a fim de complexificar as observações desde uma perspectiva crítica. Compreendemos que a pesquisa desenvolvida aqui é um recorte de um universo social mais amplo, que envolve atores diversos dedicados à produção, ao trabalho e às práticas de consumo deste sistema global que é o mercado de cafés especiais.

1. PERCURSO TEÓRICO E METODOLÓGICO

Nosso dia é entregue ao íntimo contato com as mercadorias que expomos e nosso espírito está ocupado com a íntima compreensão delas. [...] a própria obrigação e a vantagem de aparecer sempre sob um prisma moral constante, de ser um personagem socializado, forçam o indivíduo a ser a espécie de pessoa que é representada no palco.

- GOFFMAN, E. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*, 2014

Metodologicamente este trabalho combina uma pesquisa de campo de inspiração etnográfica e entrevistas em profundidade. A inserção em campo se deu por um período de quatro meses, entre abril e julho de 2015, em três cafeterias localizadas na cidade de Brasília, Distrito Federal, na região conhecida como Plano Piloto. Como já foi apresentado, as cafeterias pesquisadas são voltadas ao mercado de cafés especiais, de modo que a pesquisa de campo teve como foco a atuação dos baristas no seu local de trabalho. Isso inclui observar sua relação com as práticas, com a equipe, com o espaço das cafeterias e com o público consumidor de cafés especiais.

O conceito de “representação” em Goffman (2014), como discutido na introdução, é utilizado observando a problematização de Gastaldo (2008) sobre a tradução do termo *presentation*, no original em inglês. Goffman (2014) trabalha analogias com o teatro para refletir sobre situações sociais e a representação dos indivíduos a partir de uma construção subjetiva dos sentidos e comportamentos, associada à atuação do ator no palco. Outro conceito que guia o olhar nesta pesquisa, mais especificamente para a observação da atividade do barista, é o de prática (ou movimento), que diz respeito a uma ação institucionalizada e repetida, realizada pelo ator social diante de sua plateia, e que contribui com essa representação. Neste sentido, compreendemos aqui a atuação do barista diante dos frequentadores e dos colegas de trabalho – a plateia - a partir de sua prática, que é ensinada e divulgada pelos próprios profissionais em um esforço que legitima o sentido da especialização, reforçado porque eles se consideram especialistas em cafés que têm, em relação ao público, uma aparente compreensão privilegiada deste grão e de seu universo.

No artigo *A Escola de Chicago*, Howard Becker (1996), afirma que a interação social é uma noção complexa, uma vez que “a expressão tem muitos significados diferentes, uma série de

nuanças que podem enganar” (BECKER, 1996, p.186). A própria compreensão do autor deste conceito é diferente da acepção de Goffman (2014) apresentada anteriormente. Segundo Gilberto Velho, (2002), em *Becker, Goffman e a Antropologia no Brasil*, Howard Becker parte da observação da interação entre os indivíduos para analisar a ação coletiva, que é uma noção fundamental em sua obra. Por outro lado, Goffman reflete sobre a configuração da interação propriamente dita e o processo de definição de situação, um conceito trabalhado mais à frente. Apesar destas diferenças que para Gilberto Velho “só enriquecem as ciências sociais.” (2002, p. 13), estes autores estudaram juntos no Departamento de Sociologia da Universidade de Chicago e suas obras influenciaram a ciência social brasileira (VELHO, 2002). Com isso em mente, partimos do entendimento de Goffman (2014) sobre a interação social para observamos especificamente o convívio dos baristas com o consumidor de cafés especiais e analisar o desenvolvimento desta interação no espaço das cafeterias, onde os atores apresentam e traduzem sentidos ao público, compreendidos desde sua percepção especializada; assim como a plateia expressa comportamentos fundamentada em seu entendimento sobre o café e o serviço.

As cafeterias são os principais espaços de atuação dos baristas e elas se relacionam aqui com três pontos que devem estar em perspectiva: os conceitos em Goffman (2014) de interação, estabelecimento social, definidos previamente, e cenário, sendo “[...] a disposição física e outros elementos do pano de fundo que vão constituir o cenário e os suportes do palco para o desenrolar da ação humana executada diante, dentro ou acima dele.” (2014, p. 34). Estas noções se aplicam neste contexto de análise para pensarmos esta ambiência e o próprio arranjo espacial das cafeterias, que influenciam a prática do barista e a natureza de seu trabalho, assim como a interação dos profissionais com o público que frequenta estes espaços. Estes conceitos de Goffman (2014) também se correlacionam, posto que podemos pensar em um estabelecimento social formado pelo cenário, ou a decoração, a estrutura, os objetos, que são utilizados pelos atores para desenvolverem uma atividade diante de um público e onde estes indivíduos, envolvidos nesta configuração social, influenciam de forma recíproca a ação uns dos outros.

Foram pesquisados dados em uma bibliografia voltada ao mercado de cafés especiais e, com a investigação nas três cafeterias em Brasília, foi possível observar os arranjos sociais que permeiam o consumo de café. A literatura técnica, considerada com valor semelhante a fala dos informantes observados, apontou diversos aspectos referentes à produção, trabalho e consumo do

café, nos âmbitos nacionais e internacionais. Por isso se torna importante para a pesquisa, se tratando de um tipo de conhecimento difundido no mercado e que traz uma complexidade particular, apresentando a definição de certas nomenclaturas e as técnicas. Como estes livros e artigos trazem um sistema de significados pensados para o consumo especializado e para a própria formação de novos profissionais, eles relacionam-se ao esforço de legitimação da profissão de barista, observado discursivamente nas cafeterias e espaços de iniciação, dimensões analisadas mais à frente.

A problematização desta pesquisa partiu da compreensão do valor simbólico dos cafés especiais, distantes da bebida classificada como tradicional. Este valor diferenciado se dá pelos cuidados prestados na produção, pelo processo de torra e pelo preparo, de forma que o valor concreto do trabalho no âmbito rural e urbano, considerando as cafeterias, é constitutivo deste valor simbólico dos grãos. Segundo o cafeicultor Armando, informante que entrevistei na incursão na fazenda de café na Bahia, os cafés do tipo tradicionais, comercializados em mercados e utilizados na maioria das residências, não seguem certos padrões de qualidade, apresentam defeitos, são compostos por diversas variedades de grãos torrados juntos, que seguem um mesmo padrão de cor, resultando em uma bebida com menor possibilidade sensorial. Eles também são empacotados moídos, o que leva a uma perda de aroma, sabor e oxidação do pó de café.

Por outro lado, para o café ser classificado como especial o produtor deve seguir certas normas e padrões de qualidade. O mestre de torra, responsável pelo perfil sensorial do café, deve preservar as particularidades de cada grão, e o barista ou a pessoa que prepara o café deve atentar para o equilíbrio das complexidades sensíveis da bebida na xícara. Estes cafés especiais são, normalmente, comercializados nas cafeterias, vendidos em grãos e moídos no momento do preparo, assim conserva-se melhor os aromas e sabores. Logo, os aspectos sensoriais do café especial tem relação com o trabalho material que envolve o grão desde o cultivar, onde o cafeicultor seleciona a muda, os trabalhadores plantam e colhem os frutos, que torrados são transportados pelos fornecedores para as cafeterias, onde o barista finaliza este percurso que transforma o grão na bebida que é tanto a materialização destes processos quanto a representação simbólica dos sentidos que compõem a xícara de café.

Com a literatura técnica e a pesquisa de campo com os baristas, observamos essa resignificação do café como algo sensorialmente complexo e especial; e da atividade de barista,

a quem são atribuídas novas habilidades, conhecimentos e funções, como a de especialista e, supostamente, de educador na interação com os consumidores das cafeterias voltadas ao mercado de cafés especiais. Desta forma, o treinamento básico das técnicas de manejo da máquina passa a ser substituído por uma formação institucionalizada e contínua que se dá entre e para os baristas e traz conhecimentos específicos desde a lavoura ao preparo das bebida a base de café.

A capacidade de perceber as potencialidades sensíveis do grão se dá pela prática da degustação, em que os indivíduos sentem os diferentes aromas e sabores a partir da reconfiguração do hábito de beber café e de um entendimento técnico associado aos cinco sentidos. Uma outra pesquisa realizada com baristas que atuam em cafeterias de São Paulo aponta o processo de *gourmetização* como “um processo de alargamento dos estímulos oferecidos pelo mercado e também da capacidade sensorial do corpo absorver esses estímulos. Trata-se da questão da diversidade dos sabores, da experimentação, ou da *degustação* como um novo modo de apreensão dos objetos” (LAGES, 2015, p. 55). No contexto desta pesquisa, o processo de *gourmetização* não foi analisado, mas observamos que os baristas apresentam os grãos a partir das suas propriedades sensoriais, que são percebidas quando o indivíduo empreende uma nova forma de beber e sentir o café apontada pelo profissional.

A degustação, além de promover um repertório de sensações percebidas na xícara, estimula os sentidos e reforça a imagem de especialista do barista. No artigo *The Tasting Experience: Our Five Senses and Some of the Ways They Influence Each Other*, publicado por Lily Kubota em julho de 2012 na *The Specialty Coffee Chronicle A Publication of The Specialty Coffee Association of America* (SCAA), Kubota aborda a sinergia entre os sentidos, especialmente o paladar que afeta e é afetado pelos demais, assim como a influência do ambiente, das emoções e das experiências pessoais sob os sentidos, para pensar o processo de degustação associado ao consumo de cafés especiais, ou melhor, a experiência de beber esta bebida, como ela afirma: “Recentemente, há muita discussão na indústria sobre os cafés especiais como uma experiência em vez de um produto” (KUBOTA, 2012, tradução nossa). Neste sentido, no caso dos baristas, que em sua atividade são incentivados a provar e comparar diferentes cafés quanto às sensações percebidas, o ato de beber uma xícara é transformado de uma ação rotineira para uma ação singular quando olham, sentem o cheiro, buscam identificar os aromas, atentam para a temperatura, e sentem o sabor, identificam o ácido, o amargo, o doce e o salgado. Tendo esta

percepção sobre o consumo do café, tanto sensorialmente complexo quanto como uma atividade que demanda atenção e tempo, o sentido da experimentação é assimilado, endossado e exercitado pelos baristas.

A redefinição, ao longo dos anos, da atuação do barista é uma questão importante nesta pesquisa, pois, no atual contexto, é possível observar que este profissional, por vezes, é o operador da máquina de espresso e sua ação é restrita ao preparo das bebidas a base de café. Enquanto, por outro lado, nas cafeterias voltadas ao mercado especializado, este ator dedica-se ao estudo do café e é considerado um “expert” nos assuntos relativos à produção, preparo e constituição sensorial dos grãos especiais. Neste sentido, a construção simbólica da profissão de barista como um especialista se dá a partir de sua centralidade no mercado, onde ele é referenciado como o elo que liga o consumidor final à ponta inicial, os produtores, e que deve garantir a qualidade dos grãos. Há, assim, uma intenção por parte dos profissionais e do próprio sistema de divulgar tanto uma prática de consumo quanto uma forma de serviço que são diferenciados, devendo ser apresentados aos consumidores que, em geral, têm outra percepção sobre estas ações, construídas a partir de significados distintos relacionados a um consumo habitual ligado a sociabilidade.

Observamos no trabalho de campo que os baristas falam de sua atividade e apresentam os cafés especiais em um esforço que legitima a profissão ao mesmo tempo em que representa uma compreensão diferenciada das técnicas e da linguagem associada ao grão e seu preparo, considerada por eles como a mais adequada. Do ponto de vista dos baristas entrevistados, os consumidores que frequentam as cafeterias, em geral, não compreendem a complexidade sensorial do café ou a diferença na qualidade entre este tipo e o padrão tradicional. Assim, observamos um empenho por parte desses profissionais em realizar o que nomeiam como “a conscientização do público”, uma vez que acreditam que os consumidores não têm um entendimento apropriado sobre o grão e a bebida. Ao mesmo tempo, esforçam-se na divulgação de uma certa maneira de beber e perceber o café que representa a disseminação de uma sensação padronizada, discutida no capítulo seguinte, mas que aqui podemos já considerar como uma apropriação do consumo, que relaciona-se ao aspecto da experimentação combinado à uma terminologia dos aromas, sabores e processos de preparo, que são ensinados ao barista em sua iniciação.

Maria Lúcia Magalhães Bosi (1996), em *Profissões e profissionalização: o debate teórico*, traz o autor Wilensky (1970) que aponta a base técnica, “formada por uma combinação de conhecimento teórico com elementos tácitos cujo domínio é alcançado através de treinamento” (BOSI, 1996, p. 38); e o ideal de serviço, sendo “normas de conduta profissional e devoção ao cliente” (BOSI, 1996, p. 37), como elementos bases de uma profissão. No contexto desta pesquisa, esses elementos fundamentam a nossa compreensão da atividade de barista como uma profissão junto à análise da formação destes atores e de suas funções. A iniciação dos indivíduos é um ponto fundamental neste trabalho, pois é a via de instrução formal dos aprendizes que dá acesso aos códigos, práticas e formas de conhecimento particulares desta ocupação, como o entendimento dos fatores relativos à máquina de espresso que afetam o resultado final da bebida na xícara. Estes conhecimentos muitas vezes são apresentados sob uma perspectiva singular, aparentemente distanciados da compreensão dos clientes, por exemplo, o que pode atribuir certa dimensão hermética ao saber dos baristas. Neste sentido, compreendemos a partir de Bosi (1996), uma vez que “Só um conhecimento suficientemente esotérico que funcione como uma verdadeira "caixa preta" poderá servir de base para uma reivindicação de jurisdição exclusiva sobre uma prática” (1996, p. 38), que a profissão de barista pode estar vinculada a um aparente monopólio das competências relacionadas ao preparo e consumo dos cafés, visto que os próprios se percebem segundo um olhar privilegiado do mercado, considerando-se responsáveis por informar os consumidores.

O ensino apresenta, em geral, as nomenclaturas, como o espresso “sub-extraído, super-extraído e ideal”, classificações atribuídas pelo químico italiano Ernesto Illy (1925-2008), filho do fundador da torrefadora *Illycaffè*. Segundo o barista Emílio Rodrigues, um espresso sub-extraído seria um café desequilibrado e queimado, com sabor amargo; o super-extraído é um café com aroma e sabor fracos, cuja crema - “Camada marrom-dourada com aspecto semelhante a uma espuma que se forma na superfície do espresso” (BRESSANI, 2011, p. 196) - se desfaz facilmente. Para o barista fazer um espresso ideal ele deve conhecer os fatores extrínsecos, como temperatura e umidade, e os intrínsecos, que dependem da atenção do profissional: a temperatura da água e a pressão da bomba na caldeira da máquina; a espessura do pó moído (granulometria), a quantidade de café para fazer uma xícara (gramatura), a força exercida sobre o pó (compactação), o volume na xícara e o tempo de extração. Estes parâmetros são definidos segundo o padrão italiano de extração do espresso e são representativos para pensarmos sobre o

nível de especialização da profissão, a percepção que compartilham sobre o café, observando que há tanto uma forma correta de preparo quanto meios específicos para chegar ao melhor resultado, assim como códigos constituídos no mercado pelos baristas e especialistas em cafés.

Por meio do ensino institucionalizado, os indivíduos também são iniciados em um conjunto de regras – por exemplo, o “padrão italiano” de extração do espresso e as funções já mencionadas anteriormente de especialista e educador, endossadas pelos baristas que instruem os iniciados. Estes processos são pré-determinadas pelos formadores de opinião deste mercado, baristas e/ou especialistas, e exercidos pelos mesmos. Os indivíduos que têm a legitimidade para ensinar são aqueles experientes ou renomados no mercado de cafés especiais, como, por exemplo, Isabela Raposeiras, barista que se diz “apaixonada por café. Selecciono, provo, torro, preparo e ensino a preparar cafés de qualidade no Coffee Lab, minha toca, meu canto” (RAPOSEIRAS, 2008). Como já mencionado a partir da pesquisa de campo de Lages (2015), Raposeiras e sua equipe de baristas, formados por ela, divulgam e ensinam nesta cafeteria/laboratório a sua visão sobre o café e sobre a profissão.

Esse processo pode ser pensado a partir da noção de aprendizagem proposta por Howard Becker (2008), quando o autor analisa a iniciação dos usuários de maconha que aprendem a técnica, desenvolvem a percepção e aprendem a desfrutar dos efeitos da droga. De forma semelhante, os incitantes primeiro são formados pelos baristas mais experientes, estudam as técnicas, nomenclaturas e a degustação associada à avaliação dos diferentes grãos. Esse processo pedagógico molda o comportamento, o vocabulário e envolve práticas que compreendem o uso dos sentidos para a apreciação do café. Com o tempo os conhecimentos adquiridos são internalizados, exercitados, aprofundados e compartilhados, também de forma pedagógica, com os seus clientes, nas cafeterias em que trabalham.

A ação de ensinar os iniciados e os frequentadores das cafeterias é compreendida neste estudo como a função de educador atribuída aos baristas pelos formadores de opinião, como Isabela Raposeiras e Emílio Rodrigues, baristas reconhecidos no mercado de cafés. Este processo padronizado de ensino correlaciona-se à função de especialista, pois os aprendizes, de posse dos saberes exigidos, passam a ser reconhecidos como baristas especializados no preparo do café, com conhecimentos sobre a química e a física envolvidas na torra; sobre a degustação dos grãos, em que sentem diversos aromas, como os de frutas e flores; e sabores, como o ácido e o doce.

Da função de especialista atribuída aos profissionais pelos formadores de opinião, entendemos que o conceito *connoisseur*, no sentido proposto por Howard Becker (2008), pode ser atribuído a estes atores. Em *Outsiders, Estudos de sociologia do desvio*, ao tratar dos músicos usuários de maconha, o autor afirma:

À medida que adquirem esse conjunto de categorias, os usuários se tornam *connoisseurs*. Como especialistas em vinhos finos, são capazes de especificar onde uma planta particular foi cultivada e em que época do ano foi colhida. Embora geralmente não seja possível saber se essas atribuições são corretas, é verdade que eles distinguem entre lotes de maconha, não somente segundo a potência, mas também com relação aos diferentes tipos de sintoma produzidos. (2008, p. 61)

De forma semelhante, os baristas estudam e identificam, a partir dos cinco sentidos, as diferentes variedades de grãos, percebem aromas e sabores específicos, entendem dos processos de colheita e beneficiamento das diversas áreas de cultivo nacionais e internacionais. Os próprios baristas associam a atividade a um nível de especialização diferenciado e distante da apreciação de grande parte dos consumidores, por isso defendem que, como profissionais, devem orientá-los para que apreciem o café da melhor maneira possível.

Os significados unificados, reproduzidos e institucionalizados por meio da capacitação dos baristas e sua ação diária relaciona-se a configuração de uma cultura das cafeterias, em que estes atores constituem e são constituídos enquanto profissionais. O sentido de cultura que empregamos correlaciona-se ao elaborado por Becker (2008), que afirma “Muitos sugeriram que cultura surge essencialmente em resposta a um problema enfrentado em comum por um grupo de pessoas, à medida que elas são capazes de interagir e se comunicar entre si de maneira eficaz” (2008, p. 90)”. No contexto analisado aqui, entendemos que os baristas compartilham uma mentalidade e linguagem própria da profissão, que permite um relacionamento nos seus espaços de atuação, onde há um esforço em legitimar a atividade e a percepção dos cafés especiais divulgada pelos baristas.

Em *Outsiders* (BECKER, 2008), o autor analisa a cultura dos músicos que trabalham em casas noturnas e considera esta atividade como uma ocupação de serviço, sendo um tipo particular de ocupação que envolve uma interação direta entre o profissional, que está comprometido com sua função, e o seu público, que não apresenta o mesmo entendimento sobre

o serviço que está sendo desempenhado. Este conceito é importante nesta pesquisa por entendermos que ele pode ser associado à forma de trabalho do barista, que presta um serviço preparando e servindo os cafés aos frequentadores das cafeterias onde trabalham, enquanto informa e apresenta o universo dos cafés especiais.

Segundo os informantes, há aqueles consumidores que se interessam por aprender com os profissionais e buscam informações sobre os grãos especiais e a prática da degustação, por exemplo. Estes clientes são a minoria dos consumidores, mas são os que motivam os baristas a se dedicarem a uma espécie de pedagogia do consumo, pensada aqui sob a perspectiva de Fernanda Martinelli (2011), que identificou esta prática pedagógica por exemplo na interação entre consumidores *connaisseurs* que apresentam as marcas de luxo aos seus conhecidos, usuários ou possíveis compradores que desconhecem os sentidos simbólicos destes produtos. No contexto desta pesquisa, essa expressão é transferida à relação dos baristas com os frequentadores das cafeterias, quando os profissionais informam os clientes sobre as práticas de consumo e os significados desta ação percebidos e defendidos por eles. Durante esta interação, os baristas geralmente atendem de forma gentil e solícita. Por outro lado, segundo eles, a maioria dos consumidores é desinteressada das informações e práticas apresentadas, o que desestimula esta abordagem aparentemente pedagógica, levando os profissionais a atenderem de forma distanciada e precisa, sem se aprofundar muito nas informações sobre o produto.

Essas observações que emergiram do campo fundamentam-se no conceito de definição de situação, que “diz respeito à forma como as pessoas constroem subjetivamente o significado de situações sociais. Refere-se ao processo pelo qual determinam os papéis que desempenham em uma dada situação e, portanto, como irão se comportar” (MARTINELLI, 2011, p. 42); e atribuição de sentido, conceitos caros ao interacionismo simbólico a respeito do qual Herbert Blumer define três premissas:

A primeira estabelece que os seres humanos agem em relação ao mundo fundamentando-se nos significados que este lhes oferece. [...] A segunda premissa consiste no fato de os significados de tais elementos serem provenientes da ou provocados pela interação social que se mantém com as demais pessoas. A terceira premissa reza que tais significados são manipulados por um processo interpretativo (e por este modificados) utilizado pela pessoa ao se relacionar com os elementos com que entra em contato. (1980, p. 119)

Neste sentido, entendemos, a partir do interacionismo simbólico, que a ação individual se desenvolve fundamentada nos sentidos construídos em sociedade, mais especificamente, em contextos de interação social, onde os indivíduos interpretam os significados e com esta compreensão, que é afetada pela relação com o outro, definem comportamentos e, logo, a própria ação e a relação social. Segundo Blumer (1980), esta compreensão passa, em um primeiro momento, por uma comunicação do indivíduo com ele mesmo e, então, os sentidos podem ser modificados de acordo com a circunstância. Para complementar esta reflexão é interessante trazer a perspectiva de Fernanda Martinelli (2011), a partir de Blumer, que compreende o interacionismo simbólico da seguinte forma:

[...] se o interacionismo concebe que a realidade social é produto de construções subjetivas e que os processos de interação social produzem significados que definem comportamentos, não se deve perder de vista que os atores sociais, por sua vez, têm uma participação ativa, dinâmica e modificadora das estruturas sociais, assim como a própria definição da situação pode variar de ator para ator e mudar com as circunstâncias. (2011, p. 43)

No contexto deste trabalho, esses conceitos são importantes para analisar a interação dos baristas com os frequentadores das cafeterias, incluindo a forma como percebem a situação e o comportamento que desempenham. No momento em que estão atendendo os clientes, os baristas, envolvidos em sua atividade especializada e percebendo o café segundo o sentido da experimentação, agem de forma distanciada, por vezes sem informar os frequentadores; ou, ao se identificarem com a perspectiva dos clientes, conversam e compartilham certos conhecimentos. Assim, o profissional modifica a sua representação de acordo com a sua interpretação da situação e do público com quem interage.

Antes de prosseguir é importante tecer algumas considerações sobre as perspectivas de Blumer (1980) e Goffman (2014) quanto à interação social. Ambos os autores parecem compreender que os indivíduos, em contato direto, interpretam os significados sociais e definem uma conduta com base nesta relação, onde há uma influência recíproca sobre a ação um do outro, além da influência exercida pelo contexto social. No entanto, em sua obra, Erving Goffman compreende as interações sociais sob uma perspectiva política e investiga as relações de poder na vida cotidiana. Neste sentido, Goffman, (2014) vai além quando aponta que certos indivíduos têm uma maior legitimidade para definir a situação, em que a plateia contribui com este sentido. A

partir destas considerações, compreendemos que ambos os autores são relevantes para o contexto desta pesquisa, visto que a noção do interacionismo simbólico é representativa para pensar a relação do barista com os sentidos atribuídos à sua atividade, ao seu espaço de trabalho e ao café, assim como a interação social com os indivíduos que frequentam este espaço. E, observando a diferença de *status* percebida pelos baristas em relação ao público, em que atribuem a si mesmos uma legitimidade para ensinar a partir dos significados associados à sua especialização, compreendemos que o sentido de poder presente nas relações observadas por Goffman (2014) são importantes para as análises aqui trabalhadas.

Indo além, a partir da compreensão do interacionismo simbólico e dos conceitos correlatos, consideramos que este trabalho se enquadra no campo da comunicação, pois entendemos que estudar os processos de comunicação e expressão é mais do que estudar os discursos midiáticos sobre os fatos sociais (MARTINELLI, 2011). Com a análise dos contextos trabalhados aqui com base na investigação do contato dos baristas com o espaço e os diversos públicos, enquanto apresenta sua atividade, observamos que a comunicação atravessa a interpretação e os comportamentos dos profissionais e dos frequentadores, expressa em seus gestos, práticas, expressões e na própria fala.

Segundo Goffman,

A expressividade do indivíduo (e, portanto, sua capacidade de dar impressão) parece envolver duas espécies radicalmente diferentes de atividade significativa: a expressão que ele transmite e a expressão que emite. A primeira abrange os símbolos verbais, ou seus substitutos, que ele usa propositadamente e tão só para veicular a informação que ele e os outros sabem estar ligada a esses símbolos. Esta é a comunicação no sentido tradicional e estrito. A segunda inclui uma ampla gama de ações, que os outros podem considerar sintomáticas do ator, deduzindo-se que a ação foi levada a efeito por outras razões diferentes da informação assim transmitida. (2014, p. 14)

Esta citação ilumina o entendimento da atuação do indivíduo barista no espaço das cafeterias, onde assume as funções apresentadas anteriormente em contextos de interação marcados pelo exercício de sua profissão. Ao interagir com clientes, fornecedores, outros baristas e demais colegas, este ator comunica o seu repertório de sentidos, que expressam uma certa forma de agir e pensar associados à intenção de se apresentar como um especialista, que domina a “arte” do preparo do café e os conhecimentos da prática técnica, além de se perceber responsável

pela divulgação da sua atividade e das práticas de consumo junto aos indivíduos que não compartilham destas noções específicas. Esta expressão é captada pelo público e interpretada de uma certa forma, não necessariamente como o barista deseja, mas há a troca de informações que definem comportamentos. Assim se dá a interação, complexa e contínua, que atravessa todos os níveis de investigação neste trabalho.

É importante esclarecer que, para preservar os lugares e informantes investigados nesta pesquisa, os nomes dos estabelecimentos e dos indivíduos são fictícios, salvos os casos de pessoas públicas, como a Isabela Raposeiras e o Emílio Rodrigues. Os espaços analisados foram selecionados considerando a localização geográfica, a capacitação dos baristas e as particularidades de cada ambiência, que apresentam uma relevância simbólica para a pesquisa ao valorizarem a produção nacional de cafés especiais, a profissão de barista, assim como a experimentação e a “conscientização” dos frequentadores destas cafeterias.

Antes de seguir para a apresentação das cafeterias que formam o campo de pesquisa deste estudo, é necessário trazer algumas considerações sobre a cidade de Brasília, a título de orientação para a leitura.

Brasília é uma cidade jovem, inaugurada em 1960, e que é Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade desde 1987 devido à sua configuração urbana e arquitetônica inovadora, segundo o *site* do *Conheça Brasília*. Com um formato de avião, a cidade tem um eixo chamado rodoviário, que representa as asas sul e norte e desenha as áreas residenciais e comerciais conhecidas como as superquadras; e outro, o eixo monumental, onde observamos os principais monumentos da cidade e os espaços políticos, econômicos e administrativos. O planejamento de Brasília está diretamente ligado a forma de locomoção das pessoas, em geral, o carro. Isso demonstra um recorte de classe e as possibilidades de circulação dos indivíduos no espaço urbano, onde observamos uma alta concentração de pessoas durante o horário comercial, grande parte destas que habitam as regiões do entorno da cidade. Assim, Brasília torna-se o foco desta pesquisa visto que ela reúne indivíduos que passam grande parte do seu dia neste espaço, trabalhando, consumindo e transitando pelas áreas urbanas, onde podem frequentar as cafeterias da cidade, espaços socializantes associados ao lazer e ao costume brasileiro de beber café.

O Dialeto Café, localizado na ponta sul do Plano Piloto, região central de Brasília, apresenta uma decoração diferenciada dos demais cafés pesquisados. As paredes pintadas com tinta lousa traz desenhos em giz dos métodos de preparo de café, das bebidas servidas, dos processos desde a planta, escritos com curiosidades sobre os grãos especiais e a representação dos quatro sabores que são possíveis perceber na língua. A estrutura desta cafeteria demonstra um esforço em apresentar para o público uma certa visão deste mercado especializado, uma vez que os sentidos se estendem para além da atuação do barista e abrangem todo o espaço. Este cuidado com a inserção dos clientes no mundo dos cafés é importante no contexto desta pesquisa, pois retrata um processo pedagógico, o monopólio das práticas de consumo e dos significados da especialização e da experimentação.

O Café Anfitrião, na região central do Plano Piloto, é um espaço inusitado, demarcado pela valorização da diversidade presente na decoração desta cafeteria que também é uma galeria de arte; no perfil e comportamento dos funcionários, jovens, que dançam, cantam, brincam e atendem os clientes com hospitalidade semelhante a de um anfitrião que recebe amigos em casa. Também buscam diversificar os grãos e fornecedores para que os frequentadores não se acostumem a uma única sensação. Este espaço retrata a experimentação junto à prática da degustação, onde os sabores percebidos na xícara passam a ser diversos e particulares, demarcando o aspecto especial do café, diferente daquele que se bebe em casa, por exemplo.

Já na ponta norte do Plano Piloto pesquisamos o Café Afinado, onde o balcão com a máquina de espresso, encostado na parede, permite uma relação diferenciada entre o barista e os frequentadores desta cafeteria: os profissionais preparam as bebidas de costas para o público, que pode observar os preparos e as técnicas visto que não há barreiras que separem o espaço das mesas, onde os clientes se sentam, e o espaço de trabalho dos baristas. Além de os frequentadores terem total visibilidade do balcão, muitos preparos são realizados junto ao público à mesa, quando o barista pode informar sobre os grãos utilizados na cafeteria, os diferentes aromas e sabores. A observação do Café Afinado foi central na análise da função de especialista, visto que o cliente pode ver o barista exercitar e apresentar suas habilidades técnicas e conhecimentos.

Durante a pesquisa de campo foi possível apreender detalhes sobre o cotidiano nestes estabelecimentos e exercitar uma aproximação, em geral espontânea e intensa, com os baristas, de forma que a inserção em campo levou esta pesquisadora a ambientes desconsiderados a

princípio, como uma fazenda de café no interior da Bahia e a realização de um curso de barista no Rio de Janeiro. Apesar do estudo focar em primeiro plano as interações no espaço das cafeterias observadas em Brasília, estas outras incursões na Bahia e no Rio de Janeiro, que inicialmente não estavam previstas, são incorporadas ao trabalho de campo, pois trouxeram vozes diversas e percepções importantes para o desenvolvimento da pesquisa.

A investigação na fazenda de café na Bahia foi importante para compreender a dimensão da planta - incluindo alguns dos percursos apresentados no discurso dos profissionais - e a compreensão da expressão “além da xícara”, referenciada pelos baristas, também foi favorecida por esta incursão que durou três dias, mas que esclareceu sobremaneira a literatura técnica e a fala dos profissionais, dado que observamos os três processos básicos que compõem esta noção: o plantio, a torra e o preparo da bebida.

No primeiro dia, enquanto percorríamos de carro a extensão da fazenda, Armando, o cafeicultor, mostrou e explicou sobre os processos de cultivo, a seleção das mudas e o tempo para a planta gerar frutos, em média três anos. No segundo dia, observamos o funcionário João, que mora com a família na fazenda, realizar o processo de torra com muita atenção ao tom do café, pois o produtor Armando prefere, segundo João, “um café assim mais clarinho, pra o café ficar mais suave, mas pra cozinha tem que ser preto, que levanta todo mundo”. E o preparo da bebida era realizado todos os dias na casa do cafeicultor em uma máquina de espresso doméstica, já no refeitório, o café era coado no filtro de papel, já adoçado.

Esta descrição é representativa tanto das transformações do grão na bebida café quanto dos possíveis aromas e sabores, uma vez que a mesma semente plantada e colhida na fazenda, sendo torrada e preparada de formas diferentes, resultava em bebidas quase sensorialmente opostas, se considerarmos a noção defendida pelos baristas. A incursão na fazenda de café também significou um campo de trabalho diferenciado do barista, reunindo suas próprias técnicas e vocabulário, apesar de dialogar com os sentidos analisados no espaço das cafeterias, visto que sustenta, por exemplo, a noção “da planta a xícara” de café. Por outro lado, o cafeicultor Armando apresentou uma visão crítica em relação ao distanciamento do barista da dimensão da produção, como afirma:

O barista tem uma noção pequena do que é de fato tudo isso que chega na mão dele em forma de grão. Ele não sabe que aquele café, no dia que estava secando, ele molhou com uma chuva inesperada. Ou não sabe todos os problemas que afetam o café muito antes dele ser transportado. [...] no pé, a planta queima com o sol, também têm plantas inimigas que sugam os nutrientes da outra. Ele não sabe que o grão foi de baixa qualidade porque a chuva adiantou a colheita e muitos cafês foram colhidos verdes. Ele não sabe disso tudo que o café que ele recebeu passou.

A fala de Armando é expressiva para pensarmos a relação do trabalho de barista com o espaço de cultivo. Fica claro na citação que existem muitos aspectos particulares do convívio com a planta que passam despercebidos da visão do barista, que, inserido no espaço das cafeterias, não tem a experiência propriamente dita da dimensão do plantio. Depois desta incursão, verificamos que muitos dos informantes não conheciam fazendas de café e por vezes nem viram um cafeeiro sem ser em fotos ou nos livros. Isto demarca uma falha no discurso do profissional que intenta realizar um processo pedagógico em contato com o público, uma vez que para ensinar o barista deve conhecer antes, aspecto que é trabalhada no capítulo seguinte.

No próximo capítulo serão examinadas situações de campo durante a pesquisa no Rio de Janeiro, analisando a formação dos iniciados a partir da compreensão da noção de aprendizagem de Howard Becker (2008). E em Brasília, no espaço das três cafeterias investigadas, observamos a forma como os baristas definem a si mesmos, como especialistas – ou como *connaisseurs* segundo a visão de Becker (2008) - e a profissão, assim como sua perspectiva sobre a interação com o público consumidor que frequenta estas cafeterias. Neste sentido, a compreensão dos conceitos relacionados ao interacionismo simbólico, em especial à perspectiva de Goffman (2014), são importantes para analisar a atuação e o convívio dos baristas com os clientes.

2. BARISTA “TELEGUIADO”

Durante a pesquisa de campo no Rio de Janeiro, em uma das aulas do curso básico de barista, Emílio Rodrigues⁶, formado em Psicologia pelo UniCEUB, Centro Universitário de Brasília, e atualmente Mestre Barista - como se nomeia - afirmou que o barista é “teleguiado” pelos parâmetros pré-determinados para a realização de suas atividades. Esta expressão inspirou o título deste capítulo sobre a configuração da profissão e a iniciação dos principiantes, pois compreendemos que os profissionais reiteram a cadeia de conhecimentos necessários, junto às funções de especialista e educador, que são aprendidos em cursos, pelo estudo dos livros, junto ao refinamento do paladar e, especialmente, pela prática diária, por exemplo, nas cafeterias. Isso inclui analisar o desempenho das funções mencionadas junto ao contato com os frequentadores destes espaços sociais considerando o discurso dos baristas.

Segundo Emílio Rodrigues:

O termo Barista é a palavra italiana utilizada para o *Barmen/Bartender* e que passou a ser usado em Inglês para designar um fabricante de bebidas a base de café espresso. Entretanto seu significado vem se expandindo e o Barista está mais próximo de ser entendido [...] como uma pessoa altamente preparada capaz de compreender detalhadamente as misturas de cafés (Blends), a qualidade e variedade dos grãos, o ponto ideal de torra, a manutenção e funcionamento do equipamento, o domínio do Latte Art, (a arte de decorar com o leite) entre outros desempenhos próprios da profissão. (RODRIGUES, 2015)

Os formadores de opinião, baristas e/ou especialistas, apontam que este profissional, a princípio, era quem trabalhava atrás do balcão servindo uma diversidade de bebidas, incluindo o espresso (BRESSANI, 2011), sendo a pessoa responsável por dar a pressão em bar (a unidade de medida) necessária para extrair a bebida das máquinas de espresso mais antigas, como afirmou Rodrigues em uma de suas aulas. Porém, as funções atribuídas ao barista foram redefinidas, de modo que este profissional passou a ser reconhecido no mercado de cafés especiais como um

⁶ Ele se enquadra aqui na figura de informante, porém, o nome real foi mantido devido à sua condição de pessoa pública, contribuindo com esclarecimentos sobre a profissão de barista e o contato com o público. Emílio: “[...]fez vários cursos sobre café e a profissão de Barista na Itália, na França e no Brasil. Tem sido chamado a participar, como formador de Barista e juiz, em eventos de relevante importância nacional e internacional. [...] Atualmente dirige a Casa do Barista, onde promove atividades que incluem cursos, consultorias e eventos relacionados ao café e a profissão de Barista. [...] também desenvolve importante projeto social na formação de novos Baristas com jovens de baixa renda no Rio de Janeiro.” (CASA DO BARISTA, 2015)

especialista, que à primeira vista conhece os percursos atravessados por estes grãos desde o cultivo ao preparo da bebida servida aos frequentadores das cafeterias. O barista tem uma posição central neste contexto de segmentação do mercado, sendo o mediador entre o cafeicultor, distanciado das cafeterias e sem acesso à percepção dos indivíduos que compram seus grãos, e o cliente que, por sua vez, compra ou bebe os cafés especiais nos espaços das cafeterias. Refletindo sob a perspectiva de Erving Goffman (2014), o barista se percebe a partir de um *status* diferenciado, quase como um privilegiado em relação ao público e ao produtor, exercendo um aparente monopólio do discurso e das práticas de consumo, uma vez que o profissional transmite os sentidos construídos no sistema a partir de sua dimensão do trabalho, traduzindo e reproduzindo os assuntos que aprendeu em sua formação até a prática diária.

A reconfiguração da atividade de barista se deu ao longo dos anos, coincidindo com mudanças no valor simbólico do café, de uma bebida estimulante preparada pelo operador da máquina de espresso para um café especial, “sensorialmente complexo” e elaborado pelo barista especialista, cujas capacidades técnicas e saberes o distingue da maioria dos frequentadores das cafeterias e de outros profissionais que apenas manejam as máquinas. São estes baristas especialistas que têm a legitimidade de ensinar as competências técnicas aos iniciados e apresentar o universo dos cafés especiais ao seu público. Assim, o trânsito de conhecimento é guiado dos baristas aos principiantes que, a partir da experiência nas cafeterias e do exercício das técnicas, futuramente poderão iniciar outros indivíduos e informar os frequentadores das cafeterias.

Em sua dissertação de mestrado *A formação do Consumo Gourmet no Brasil: O Caso dos Cafés Especiais e dos Corpos que os Acompanham*, Mauricio Lages (2015), ao examinar a história social do café e o processo de formação do consumo *gourmet*, analisa o que ele identifica como a “evolução histórica da qualidade do café em termos de “ondas” (*waves*)” (2015, p. 26). Sua pesquisa, apesar de ter um foco diverso do que desenvolvemos aqui, dialoga com a problemática deste capítulo. Em um primeiro momento, analisamos o estabelecimento das práticas e das funções dos baristas, que se dá em paralelo à transformação do valor simbólico do café. Para refletirmos sobre a redefinição da profissão, consideramos a fala dos informantes, as observações que se deram em campo e referências dos formadores de opinião deste mercado especializado junto ao entendimento das três ondas do café.

Em um segundo momento, investigamos a formação dos baristas, guiados por esta nova forma de exercer a atividade, mais especializada, e perceber o café como algo especial, relacionado ao sentido da experimentação por meio da prática da degustação. Durante o trabalho de campo no Rio de Janeiro foi possível perceber como o processo de aprendizagem descrito por Howard Becker (2008) em sua pesquisa com músicos usuários de maconha encontra analogia com o processo de iniciação dos baristas. No contexto desta pesquisa, compreendemos também que o conceito de *connaisseur* pode ser deslocado para a perspectiva especializada do barista, que prova diferentes cafés, comparando as sensações a partir do aroma, sabor, áreas e processos de cultivo. Por observarmos que os profissionais mantêm com o cliente uma interação próxima e diária, e por eles declararem que o público muitas vezes é desinteressado de sua atividade, entendemos que aplica-se neste estudo a expressão ocupação de serviço em Becker (2008). Com o trabalho de campo em Brasília, analisamos a relação dos baristas com os clientes a partir do entendimento da definição de situação de Goffman (2014) e sob o sentido do interacionismo simbólico, investigando os diferentes comportamentos empregados pelo barista de acordo com a sua impressão quanto à recepção do público, que afetam o desempenho das suas práticas e do processo pedagógico determinado e exercido por eles.

2.1 Barista: o embaixador do café

Durante a pesquisa de campo em Brasília, os baristas se referiram à concepção de terceira onda como sendo o momento atual no mercado de cafés especiais tanto nacional quanto internacionalmente. Neste contexto o profissional é considerado o embaixador do café, o porta-voz que representa este sistema de produção, trabalho e consumo, quando em contato com os consumidores que frequentam as cafeterias. Uma barista, que trabalha no Café Anfitrião, apresentou em uma entrevista uma declaração que é significativa para pensar tanto a constituição da terceira onda quanto a compreensão dos baristas sobre ela:

Eu viajei nos últimos meses algumas vezes [...] Na verdade é uma coisa recente, a terceira onda é um movimento que está acontecendo simultaneamente em todos os países [...] Na Alemanha, por exemplo, não têm tantas cafeterias de terceira onda em Berlim, eu consegui listar sete cafeterias para uma cidade do tamanho de Berlim e eu visitei seis delas; eu tenho que te dizer que o trabalho que a gente está fazendo não está tão distante [...] de transformar o café num produto que tem valor de fato.

Podemos observar que a terceira onda é definida pela barista como um movimento contemporâneo, que está em desenvolvimento no mundo dos cafés especiais. O mercado nacional está em conformidade com os países mais desenvolvidos, e mais, os atores envolvidos neste sistema divulgam uma determinada concepção do café como um produto de elevado valor. Com esta perspectiva, podemos refletir sobre a compreensão que os profissionais compartilham da sua atuação no mercado, assim como o seu entendimento sobre o grão, visto que a barista, em certa medida, sugere que em outros momentos este produto não foi valorizado devidamente.

Segundo Lages (2005), na primeira onda do café, que se estendeu de 1950 até o início dos anos 1990, o principal atrativo e motivação para o consumo era a cafeína. O artigo *The History of First, Second, and Third Wave Coffee*, publicado em março de 2015 na *Craft Beverage Jobs*, aponta que nesta fase não havia uma preocupação quanto à qualidade e o sabor dos grãos, mas ocorreram mudanças importantes na conservação e no preparo da bebida, como a criação do café solúvel, apresentado na figura abaixo - a propaganda da marca norte-americana popular *Folgers*, que “vendia um café embalado seco e congelado” (LAGES, 2015, p. 26) neste primeiro momento marcado pelo aumento do consumo de café (CRAFT BEVERAGE JOBS, 2015).

Figura 1 – Propaganda do Café Instantâneo da marca *Folgers*



Fonte: Site da *Folgers*⁷

No contexto desta pesquisa é importante perceber que neste período o café não era associado ao sentido da experimentação, isto é, ele não era percebido como uma bebida

⁷ Disponível em: <<http://www.folgerscoffee.com/about-us/folgers-history>>. Acesso em: 3 set. 2015

sensorialmente complexa. Seu valor simbólico estava associado à função estimulante, onde a cafeína era mais importante do que o sabor da bebida; e esse sentido prático estendia-se à atividade do barista, quem operava a máquina de espresso. Nesta fase, as competências atribuídas ao profissional eram restritas ao preparo da bebida e ao atendimento. Não era necessário conhecer profundamente o café e seu percurso da planta a xícara, ou explicar sobre os processos de cultivo e o preparo da bebida. O barista não era reconhecido como um especialista e não precisava desempenhar o papel de mediador entre o produtor e os frequentadores das cafeterias.

Quanto à segunda onda do café, Lages afirma que ela “foi marcada por uma elevação da qualidade média do café, pela proliferação de grandes cadeias de cafeteria *gourmet* e pelo crescimento do interesse global por café espresso” (2015, p. 28). Segundo este autor, o desenvolvimento da marca *Starbucks*, empresa norte-americana fundada em 1971, e a conquista de mercados consumidores no mundo, reforçou a propagação de um vocabulário particular associado, por exemplo, aos preparos de bebidas a base de café, como o *cappuccino* e o *latte*⁸. (LAGES, 2015). E esta fase está intimamente ligada ao ingresso de profissionais baristas no mercado especializado, como afirma a barista Trish Skeie, a primeira a classificar os cafés em termo de “ondas” (LAGES, 2015), em um artigo publicado no boletim de notícias da *Roasters Guild Flamekeeper*, em 2003:

Nossa entrada foi artesanalmente impulsionada. Alguém nos revelou as diferentes origens de café e os estilos de torrefação. Nós olhamos para a indústria do vinho como fonte de inspiração na definição de metas e estratégias. Nós começamos as lojas com pequenas operações de torrefação e ótimas seleções de chá. Logo estávamos servindo espresso e fazendo viagens para Itália e para os países produtores. (SKEIE, 2003)

Como afirma Trish Skeie, “alguém” indicou os conhecimentos necessários para a atividade de barista e muitas de suas práticas foram inspiradas em outras áreas voltadas à comercialização de bebidas diferenciadas, como o vinho. No contexto aqui trabalhado, entendemos que esta ideia sustenta a afirmação de Emílio Rodrigues de que o barista é um ator “teleguiado” pelos conhecimentos aprendidos em sua formação técnica por se apoderar de saberes e códigos que, por vezes, não fazem parte da experiência pessoal do indivíduo, mas são

⁸ “O espresso é extraído em uma xícara de chá ou um copo transparente, completada com leite vaporizado que se deposita em uma fina camada de creme.” (MARCELINA; COUTO, 2013, p.150)

apontados por baristas mais experientes e/ou os especialistas formadores de opinião e, assim, o profissional reproduz estes sentidos no espaço das cafeterias.

Seguindo para a terceira onda do café, como apresentado no artigo *The History of First, Second, and Third Wave Coffee* (2015), ela se enquadra no atual movimento do mercado de cafés especiais nacional e internacional, que identifica o café como uma bebida artesanal. Em todo o processo, do grão a torra e preparo, o café é tratado com o mesmo respeito que o vinho fino e a cerveja artesanal (CRAFT BEVERAGE JOBS, 2015). No entanto, compreendemos aqui que a terceira fase não se sobrepõe a segunda, visto que, no contexto atual, há uma coexistência entre o mercado tradicional e um segmento especializado, onde o café passa de um produto comercializado como uma marca, aspecto representativo da segunda onda do café, para ser artesanal, a imagem do café associada a terceira fase.

Um aspecto representativo desta coexistência foi observado no trabalho de campo na fazenda de café na Bahia, onde são cultivadas duas variedades diferentes de cafés e dependendo do processo de colheita e beneficiamento, os grãos podem ser direcionados ao mercado externo, quando apresentam elevada qualidade e quase nenhum defeito; ao mercado especial nacional, se seguem os padrões definidos para este segmento; ou para o setor tradicional, no caso dos cafés muito defeituosos, que podem estar em processo de fermentação e/ou que sofreram com alterações climáticas. Assim, em uma mesma área de cultivo podemos ter cafés que atendem aos diferentes mercados associados às três ondas. E mais, verificamos que todos os indivíduos, dos funcionários ao cafeicultor, dedicam 24 horas do dia às tarefas da fazenda, onde qualquer mudança no clima ou uma falha no processo pode afetar toda a produção. Segundo eles, o café deve ser compreendido desde este momento, onde tecnologias são empregadas associadas aos aspectos naturais e há uma atenção constante a todos os detalhes que podem afetar a qualidade do grão.

Nas cafeterias analisadas na pesquisa de campo em Brasília, observamos que os cafés especiais vêm em embalagens de tipo micro lote, de 250g, que trazem não só informações do país, região e altitude, mas também o nome da fazenda e do produtor, a variedade, o processo de beneficiamento e até o sabor e aroma percebidos. Diferentes dos cafés comercializados em mercado, em pó e preparados pelos indivíduos no ambiente doméstico, os cafés especiais, torrados pelo mestre de torra e elaborados pelos baristas nas cafeterias, são vendidos em

embalagens menores e em grãos, pois devem ser moídos no momento do consumo para preservar seu frescor, aroma e sabor.

Estes cafés de tipo especiais ganham assim uma identidade e novo valor simbólico como algo “além da xícara”, por considerar tanto os indivíduos envolvidos na produção e preparo da bebida quanto os processos que são constituintes e representativos da qualidade da bebida. Neste sentido estes grãos se diferenciam dos produtos vendidos sob a insígnia das marcas, pois são valorizados e apresentados considerando este percurso, suas particularidades e associados ao sentido da experimentação, sendo um produto artesanal, preparado em um espaço dedicado quase que exclusivamente a eles.

No espaço das cafeterias, é atribuído aos baristas o conhecimento de todo o processo de produção do café especial, que inclui desde o momento e condições de plantio, colheita, secagem, armazenamento, torra, distribuição e preparação da bebida que chega à xícara; ele têm, assim, uma visão aparentemente holística deste universo. A atividade de barista é reconfigurada superando o funcionalismo anterior, relacionado ao mecanismo da máquina e ao valor estimulante do café, para a demonstração de uma sensibilidade específica atribuída e ensinada ao barista, um especialista que representa a congruência entre a técnica e a paixão pelo café; entre a máquina de espresso e a “mão do barista”⁹. O barista, que testa, prova, estuda e busca o equilíbrio sensorial da bebida, se percebe e é reconhecido a partir de sua perspectiva particular, quase “mística”, e da legitimidade que adquire para iniciar outros indivíduos e apresentar o mundo dos cafés especiais aos frequentadores das cafeterias.

Durante a pesquisa de campo em Brasília, o barista Felipe, administrador da cafeteria Dialeto Café, afirmou que este profissional e a equipe da cafeteria como um todo devem explicar para o cliente sobre o aspecto singular do café especial e o caráter especializado da profissão. Sua fala é representativa para refletir sobre essa nova forma de reconhecer o café e pensar a atividade:

É uma função do dono, do barista, do sócio [...] então eu vou passar para o meu cliente, o meu consumidor, que o que ele tá tomando não é só uma xícara, não é só um café, tem que mostrar que eu moí agora, que eu torrei a três dias; eu fiz a compactação, eu pesei,

⁹ Durante o curso de barista, o mestre Emílio Rodrigues trouxe os 4Ms para um bom café: a Máquina; a Mistura dos grãos, ou *blend*; o Moinho, que moí o café; e a Mão do barista, entendida figurativamente como sua sensibilidade e potencialidade que, segundo o mestre, é a capacidade do profissional de perceber o mundo com os sentidos.

eu estudei pra saber qual a proporção eu ia usar para aquele coado ou aquele espresso. Então, é passar para o cliente que têm tudo isso por trás.

O barista, além de se perceber como um especialista, informa ao cliente os processos e o cuidado que dedica ao preparo do café. Ele mostra o seu esforço e valoriza o grão, percebido por ele como o símbolo de toda a cadeia de produção e trabalho e que apresenta características sensoriais superiores, assim, deve-se “ensinar” o consumidor a apreciá-lo. Verificamos que o barista – e não só ele, como toda a equipe – reconhece em si uma responsabilidade particular no sentido de ter de “passar” ou “mostrar” aos observadores esta percepção do café como algo além da xícara. Podemos pensar que ele não só acredita que o público não tenha talvez a capacidade de perceber por si só este significado, como também observamos um certo esforço em transmitir este sentido particular que aparentemente é o “correto”, considerando que quando o cliente não compartilha desta noção, então o barista deve “em suma educá-lo”, segundo Edgard Bressani (2011, p. 27). Podemos observar que há uma intenção em legitimar essa atividade especializada e esse interesse ocorre paralelamente ao esforço em estabelecer uma pedagogia do consumo do café, apresentando tanto os processos que atribuem à bebida um valor diferenciado, quanto o ator que opera estes procedimentos.

Estas funções são apresentadas também no espaço literário quando, por exemplo, a docente nos cursos de barista do Senac São Paulo, Concetta Marcelina, e a jornalista de gastronomia e doutora em história da ciência, Cristina Couto, publicam os passos para se tornar um barista no livro *Sou Barista*, 2013. Ou quando profissionais concedem entrevistas e falam publicamente do café e de aspectos da profissão, como a entrevista de Isabela Raposeiras para a série sobre profissões “Quer o trabalho dela?” do site *Meus 5 Minutos* do Globo.TV, exibido no dia 17 de julho em 2013. E, no caso do que foi observado durante a pesquisa de campo que integra este estudo, essas funções são desempenhadas pelos indivíduos experientes nos espaços dos cursos que ministram para a formação de outros baristas; e no espaço das cafeterias.

Discutimos até aqui a transformação da qualidade do café relacionada às três ondas, que dialogam com a reconfiguração da profissão de barista, considerado no contexto atual como o “embaixador do café”, enfatizando as funções de especialista e educador atribuídas aos profissionais, muitas vezes pelos próprios. Como explicita o título deste capítulo, o barista é guiado pelos parâmetros pré-determinados, ensinados por outros profissionais, que já foram

também baristas inexperientes. A circulação dos saberes e funções se dá entre eles, como será analisado a seguir a partir da pesquisa de campo no Rio de Janeiro, em um curso básico de barista realizado com o Emílio Rodrigues na Casa do Barista, em Santa Teresa. Assim, na próxima seção analisamos a formação institucionalizada que define as práticas, as funções, um vocabulário técnico e uma visão particular do barista, que tem uma suposta sensibilidade técnica distante da percepção do público, refletindo também sobre esta interação a partir da perspectiva do profissional.

2.2 Antes de ensinar tem que saber

O título desta seção foi inspirado em uma aula básica com Emílio Rodrigues. Ele é um conceituado barista, que ensina sobre a profissão e organiza eventos com o objetivo de promover esta atividade e os cafés da Casa do Barista. Enquanto ensinava aos alunos tudo que um aprendiz “deve saber” antes de interagir com o público, Rodrigues destacava a importância de se ter controle sobre todas as etapas de preparação da bebida, porque, em suas palavras, “se eu não sei onde chegar, como ensino?”. Segundo Rodrigues, é pela experiência que os iniciados se transformam em baristas, inclusive incorporando um novo vocabulário, técnico e complexo, relacionado à execução dessa atividade.

Considerando as expressões “deve saber” e “ter o controle” podemos refletir sobre a atuação destes profissionais. Desde sua formação, os indivíduos são iniciados e se identificam a partir de um saber particular apreendido e exercitado no seu espaço de trabalho, assim, representam este personagem que domina a “arte” de preparo dos cafés e que se identificam como aqueles que têm a posse dos sentidos sobre o café e a profissão, que são construídos pelos próprios e pelo mercado no espaço das cafeterias. Compreendemos, no contexto desta pesquisa, que este controle sobre o saber e os significados simbólicos associados ao serviço e ao produto pode ser pensado com base na visão de Bosi quando afirma que “bases cognitivas estandardizadas e esotéricas favorecem a conquista de monopólios de competência, especialmente quando o conhecimento tem aplicação prática, ou seja, converte-se num serviço” (1996, p. 38). Assim, com a iniciação formal, os baristas passam a compartilhar entre si uma mentalidade e uma perspectiva sobre este universo que compreendem a partir de seu

envolvimento e que apresentam ao público quando ensinam, por exemplo, o como beber e apreciar o café.

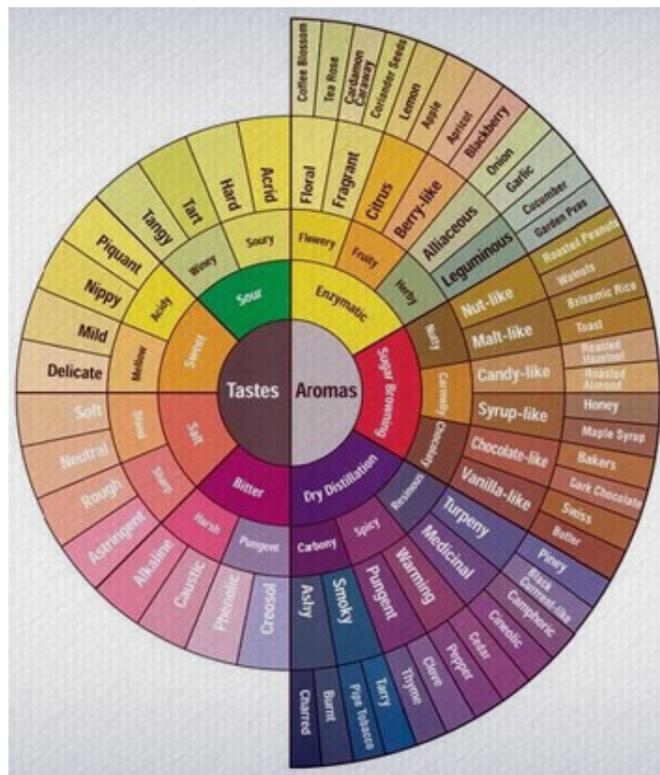
Durante o curso, Emílio ensinou aos iniciados a história do café e apontou os países produtores, apresentou a taxionomia do fruto, a trajetória da lavoura ao beneficiamento, o processo de torra, indicou o treinamento para a degustação, prestando atenção aos cinco sentidos, ensinou a manusear e limpar as máquinas e utensílios, o preparo do espresso e do leite para a elaboração de bebidas diversas, como o *cappuccino* e o *latte*, assim como o preparo do café coado, que pode ser realizado por infusão, pressão e/ou filtragem.

Da planta até a bebida servida ao consumidor, o barista tem uma visão holística, com conhecimentos sobre a história, a fitologia e a produção do café, a transformação física e química do processo de torra, sendo identificado como um indivíduo com uma sensibilidade particular, que percebe diferentes aromas e sabores a partir da prática da degustação e que sabe preparar bebidas de café, equilibradas e diferenciadas. Todos estes conhecimentos e práticas associam-se a uma base de conhecimentos quase herméticos que dialogam com a especialização do barista, um sentido construído socialmente neste segmento de mercado específico, associado ao indivíduo e à atividade quando esta emerge como uma prática a partir da reconfiguração do café e de seu valor, como observamos na seção anterior com base na visão de Lages (2015).

O processo de educação institucionalizado, que inicia os baristas nestes conhecimentos e técnicas pré-determinadas, reiteradas e exercitadas pelos próprios profissionais, demonstra um esforço que legitima a profissão e o monopólio do saber olhar e do saber sentir. Isto é, a definição de uma percepção diferenciada e total, sendo uma forma de elevar e conquistar prestígio, que o barista deve conhecer para poder, em um esforço que também legitima a particularidade do café, apresentar ao consumidor todo este sistema de produção, trabalho e consumo. Por isso, ele deve “saber para poder ensinar”, como afirmou Emílio Rodrigues em sua aula básica de barista. Indo além, esse saber especializado do barista se constitui também a partir da apreensão de um vocabulário técnico, que é adquirido desde esse momento de formação. Assim, o domínio dessas técnicas de preparação do café pelos baristas é, em grande parte, reivindicado pela posse de uma linguagem que é própria dessa profissão.

A formação dos iniciados pelos baristas experientes é pensada aqui com base na noção de aprendizagem observada por Becker (2008) na iniciação dos usuários de maconha, que aprendem a técnica, o reconhecimento e a apreciação dos efeitos da droga. Segundo este autor, “O primeiro passo na sequência de eventos [...] é que ela precisa aprender a empregar a técnica adequada de fumar” (2008, p. 56). De forma semelhante, foi observado durante a pesquisa de campo no Rio de Janeiro, no curso básico de barista, um caminho para aprender a prática da degustação, por exemplo. Primeiro, os iniciados são apresentados à roda dos aromas e sabores percebidos no café - figura dois a seguir - que aponta as sensações que devem ser reconhecidas na xícara, sendo representativa de uma padronização do gosto, assunto que será trabalhado mais à frente.

Figura 2 – Roda de aromas e sabores, criada pela SCAA, *The Specialty Coffee Association of America*



Fonte: Site da SCAA¹⁰

Na figura, identificamos que os possíveis aromas do café são enzimáticos, associados ao cheiro floral, frutado e herbal; caramelização do açúcar, percebido em frutas secas, no cheiro de

¹⁰ Disponível em: <<https://www.scaa.org/?page=resources&d=scaa-flavor-wheel>>. Acesso em: 3 set. 2015

chocolate e caramelo; e destilação seca, relacionado a aromas carbonizados, condimentados e resinosos. Quanto aos sabores, há quatro: ácido, percebido como secante ou áspero, por exemplo; doce, sendo vibrante ou delicado; salgado, neutro ou adstringente; e amargo, sendo ríspido e penetrante. A nomenclatura associada à prática da degustação baseia-se em ingredientes e sensações conhecidas e percebidas em outros produtos, porém, segundo os baristas, os iniciados devem assimilar estas terminologias para saber nomear corretamente as suas sensações.

No decorrer do curso, os alunos também eram incentivados a beber os cafés, indicando os aromas e sabores que sentiam para discutir e comparar as sensações, trazendo suas preferências. Esta observação pode ser relacionada à de Becker (2008), quando este autor verifica que para identificar os sintomas associados à maconha, os usuários devem perceber “a presença dos sintomas” (2008, p. 57) e reconhecer que eles estão relacionados à droga; e então, aprender a gostar do que sente, um gosto “socialmente adquirido” (2008, p. 62).

Segundo o barista Emílio Rodrigues, a experiência no espaço das cafeterias também traz a aprendizagem diária pelo contato com o café, transformando os iniciados em baristas. O seguinte depoimento da barista Mariana, sócia no Café Anfitrião, que simboliza o aspecto da experimentação associada a sua percepção do café, demonstra como o contato com o grão é central no desenvolvimento dos iniciados e relacionado ao desempenho de sua função de especialista:

O café amadurece com o passar do tempo depois que ele foi torrado [...] e o barista amadurece junto com esse processo para entender o café, entender o que ele está te pedindo; todos os dias quando eu coloco o café no moinho para moer, ele me pede algo diferente e eu tenho que saber ouvi-lo.

A partir de sua fala podemos refletir, em um primeiro momento, sobre este “ouvir” o que o café pede, que a barista afirma realizar em sua atividade diária. É possível verificar uma dimensão em sua narrativa que localiza a prática como algo místico, aparentemente acessível apenas aos baristas que têm a experiência com o grão, “amadurecendo” com ele. Neste sentido, a visão de Bosi (1996) quanto à base cognitiva esotérica pode ser utilizada também aqui, quando observamos este controle sobre as práticas e sobre o consumo do café, percebidos pelos baristas segundo uma visão distinta e distanciada da compreensão comum. Além disso, o depoimento de Mariana é representativo para refletir sobre a formação do barista junto ao seu envolvimento com o café e com sua prática, pois verificamos que a ação de regular o moinho, que mói o café, deve

ser aprendida para que o barista prepare um espresso sensorialmente equilibrado, em que todos os sabores são destacados. E essa ação é realizada várias vezes por dia, sempre que o espresso extraído perde suas características ou quando o clima muda, aspecto que modifica as condições físicas do café e, assim, seu preparo. Estes fatores determinantes na elaboração e na apreciação da bebida extraída são estudados nos cursos e exercitados no dia a dia das cafeterias, onde os baristas realizam sua função de especialista, acentuando a importância de compreender profundamente o café para saber apresentar esta prática.

Como já foi discutido, o desempenho do barista, que se apresenta como especialista, pode ser relacionado ao conceito de *connoisseur* proposto por Becker, (2008) para se referir à habilidade dos usuários de maconha que, a partir do aprendizado e com o uso contínuo, passam a experimentar e sentir a droga de forma diferenciada e supostamente mais complexa, tornando-se então *connoisseurs*.

Howard Becker utiliza este conceito ao observar o uso de maconha pelos indivíduos que preparam a droga para consumo próprio, ou de amigos que estão sendo iniciados. O usuário prepara com cuidado o baseado para si e seus amigos, e seus conhecimentos são voltados para esta prática que é socializada, mas a partir de uma dimensão pessoal, não relacionada a uma atividade profissional, como é o caso dos baristas. Observamos no contexto desta pesquisa que estes profissionais, no espaço das cafeterias, em geral preparam cafés para outros indivíduos que, na maioria das vezes, entram em contato com este ator apenas durante o atendimento, constituindo um modo de relacionamento diferenciado do usuário de maconha e seus amigos, sendo relativo a uma dimensão que é socializada, mas voltada a uma ocupação de serviço.

Indo além, ao mesmo tempo em que os baristas distinguem os cafés – ou os usuários diferenciam a maconha, no caso estudado por Becker (2008) – os baristas distinguem a si mesmos. Quando estes indivíduos compreendem o café a partir de um sentido simbólico que os mesmos determinam ser diferenciado e de certa forma distante dos consumidores comuns, se organiza uma espécie de distinção social entre aqueles que são baristas e percebem diferentes tipos de cafés, aromas e sabores; e aqueles que bebem o café de forma rotineira, constituindo outro envolvimento com a atividade e com o produto.

A perspectiva de Becker (2008) se aplica à análise de uma situação de desvio, que marca uma diferença elementar em relação ao contexto desta pesquisa, visto que o café, como parte de um hábito diário do brasileiro, não é considerado uma droga a exemplo da maconha, legalmente proibida. Porém, entendemos que o barista pode ser identificado como um *connaisseur*, considerando a formação contínua deste profissional, que passa pelo treinamento até a experiência cotidiana no espaço das cafeterias, quando internaliza e exercita as práticas específicas da atividade, preparando e, por vezes, degustando diferentes cafés, percebidos a partir de sua “biblioteca sensorial”¹¹. O depoimento do barista Ricardo é representativo para pensar este conceito e a diferença em relação ao público, que não passa pelo mesmo processo de aprendizagem técnica:

As pessoas não têm o hábito da prova, então não sabem muito como reagir [...] elas não têm aquele ritual básico de quem já tem um certo costume; geralmente pegam e dão um golão ou deixam esfriar muito mais do que o normal, e aí você acaba perdendo algumas notas aromáticas e algumas coisas. E eu acho, por outro lado, isso também é positivo porque tá fazendo com que as pessoas tenham aquela mesma coisa que a gente faz, de tentativas e erros.

Na fala do barista observamos que ele associa a própria atividade e suas práticas a um nível de especialização distante da apreciação de grande parte dos consumidores, que “não sabem dar o nome certo para as coisas certas”, como afirma depois. Porém, ele acredita que o esforço em tentar compreender o café de forma semelhante aos profissionais é algo positivo e relaciona-se aqui ao processo de educação do consumidor quanto à singularidade atribuída ao café especial.

Essa percepção evidencia uma tentativa de padronização sobre como se deve tomar o café e a desqualificação de um certo modo de consumir a bebida. Este aspecto é representativo da constituição de um campo de saberes e práticas particulares, que relaciona-se à profissionalização apontada por Bosi (1996), e também é revelador sobre uma hierarquização do gosto, que deve ser compreendido segundo os ensinamentos e a prática da degustação. Em outra pesquisa realizada em São Paulo, Mauricio Lages identificou, durante um curso de barista, “a questão da repreensão do *amargor* no café. Renato repetiu várias vezes que “o amargor é um defeito no café”, “amargor

¹¹ Esta expressão foi captada em campo e associa-se ao repertório de sabores e aromas que o barista acumula à medida que prova diferentes cafés. Esta biblioteca também constitui-se a partir da degustação de alimentos, ervas e temperos, que lhes permitem “memorizar” as sensações e relacioná-las quando bebem uma xícara de café.

não, isso é negativo, é um problema” (LAGES, 2015, p.74). Esta questão é interessante para pensarmos a compreensão dos baristas sobre o sabor que o café deve apresentar junto à um padrão de qualidade da bebida. Observamos na pesquisa de campo no Rio de Janeiro, durante o curso de barista, que o café deve apresentar um equilíbrio entre o amargo, o ácido, o doce e o salgado; e um café “bom” é um café “equilibrado”. Podemos, assim, pensar em diferentes formas de perceber este “amargo”. Em contraponto ao padrão ensinado no *Coffee Lab*, o parâmetro apresentado pela Casa do Barista não indica o “amargor” como um defeito, mas um sabor constituinte da bebida café e que indica sua qualidade. Desta forma, analisamos que há uma construção de sentidos tanto da qualidade quanto da percepção da bebida, como também há entre os baristas uma normatização destes significados de acordo com a formação. Mas, independente da iniciação, os baristas se identificam como os indivíduos capazes de dizer o que é um “bom” café, isto é, “equilibrado” ou sem “amargor”.

Além do monopólio dos saberes e práticas para o preparo e consumo do café, o barista também divulga uma certa maneira de apreciar a bebida, que os consumidores, em sua maioria, desconhecem. No trabalho de campo em Brasília, um depoimento de uma barista também é representativo para pensar tanto a diferença entre a perspectiva dos profissionais e a dos consumidores, segundo a informante, quanto a prática pedagógica desempenhada pelos baristas quando em contato com os consumidores:

porque as pessoas têm uma coisa de memória afetiva com o café; café é uma coisa que a gente gosta daquele jeito que a nossa vó fazia, sabe, bem com a torra muito escura, um café que é fervido junto com a água, junto com o açúcar, ele é super doce. Esse é o padrão. É essa a memória que as pessoas têm. Então, o que a gente está oferecendo para elas agora, antes de parecer um produto de qualidade, é um desafio ao paladar né, é um desafio para esta relação que as pessoas têm com o café.

A partir de sua narrativa, identificamos que a barista propõe ao cliente um deslocamento da zona de conforto, da forma de beber rotineiramente o café, para uma nova maneira mais técnica, semelhante aos profissionais que sentem o aroma, observam, bebem um gole, buscam perceber os sabores, isto é, como um ato que se distancia de uma ação habitual para uma dimensão singular que demanda atenção e tempo, envolvendo os cinco sentidos e a assimilação das sensações. Nesta situação social, o barista atribui uma hierarquia sobre as práticas de consumo, elaborando sua definição da bebida e do seu trabalho com uma respeitabilidade e/ou

uma seriedade distintas, desafiando a perspectiva do consumidor que, aparentemente, associa este consumo ao sentido do afeto, que é o referencial que constitui o entendimento do público sobre o “bom” café.

Este processo relaciona-se à construção de uma forma diferenciada de beber o café, junto ao sentido da experimentação, que demonstra significados percebidos pelo profissional distintos do cliente, porém, o deste não é menos legítimo. Também existe uma expectativa por parte dos baristas: à medida que apresentam aos consumidores como apreciar o café, o que devem sentir e como devem beber, estes “modificam” a percepção “educando o paladar”, como afirmou uma barista que se referia à compreensão e identificação das sensações segundo a nomenclatura apresentada com a roda dos aromas e sabores. Há, assim, uma construção social do gosto, que inclui desde os profissionais aos consumidores. Como apresentamos, os baristas são iniciados na prática da degustação e na sua ação cotidiana seguem as indicações de sensações presentes nas embalagens dos cafés, sugerindo não só o que sentir quando ele beber, mas também quais impressões apresentar ao público, se colocando como uma referência técnica, um modelo, com a intenção de ser reconhecido como um especialista.

Logo, o profissional pratica uma pedagogia do consumo em contato com os frequentadores das cafeterias para que percebam o café de acordo com as expectativas e o padrão defendido pelos próprios, mas também guiados pelas determinações do mercado a partir desta arbitrariedade sensorial. No contexto desta pesquisa consideramos que esta ação relaciona-se ao processo de aprendizado indicado por Becker (2008) associado ao entendimento de Martinelli (2011) das práticas pedagógicas de consumo, constituindo, aqui, a circulação de conhecimentos ensinados pelos profissionais aos baristas principiantes que, então, na interação com os frequentadores das cafeterias, desempenham, ao que tudo indica, a função de educadores.

Como discutido, as funções de especialista e educador são, principalmente, praticadas no espaço das cafeterias em interação com os frequentadores. Com o trabalho de campo em Brasília, foi observado que, por vezes, há uma diferença entre a perspectiva dos baristas em relação à percepção dos cafés especiais e a dos clientes e este aspecto foi apontado como uma barreira à prática desta ação aparentemente pedagógica. Estas situações são analisadas aqui a partir de uma definição que pode ser heurística para refletir sobre a interação com o público consumidor de cafés especiais, a de ocupação de serviço, segundo a acepção de Becker:

Esses trabalhos distinguem-se em geral pelo fato de, neles, o trabalhador entrar em contato mais ou menos direto e pessoal com o consumidor final do produto de seu trabalho, o cliente para quem executa o serviço. [...] Ocupações de serviço reúnem uma pessoa cuja atividade em tempo integral está centrada nesse ofício – e cujo eu está profundamente envolvido nele – e outra cuja relação com o serviço prestado é muito mais casual. (2008, p. 91)

Na pesquisa de campo em Brasília, foi observado que os baristas, durante a realização de sua atividade, isto é, o preparo dos cafés especiais e serviço prestado aos clientes, mantêm uma interação quase que constante e próxima do público, inclusive, devido ao arranjo espacial das cafeterias, onde tanto o frequentador pode se aproximar do barista no balcão quanto este é levado a realizar o atendimento na mesa. Identificamos também que o profissional compreende o café especial segundo sua singularidade sensorial, que é ensinada e divulgada nos cursos de formação realizados por eles e no convívio com outros baristas e apreciadores de cafés especiais nas cafeterias. Esta percepção é considerada pelos profissionais como distante da concepção da maioria dos consumidores que visitam seu espaço de trabalho, como observado na cena a seguir, representativa para refletir sobre esta discrepância em relação ao produto servido.

Era uma sexta-feira à tarde e eu estava bebendo um café coado sentada à mesa próxima ao balcão da cafeteria Café Anfitrião, onde os baristas Tiago e Carolina estavam preparando os pedidos. Notei uma senhora se aproximar. Ela tinha cabelos brancos longos, vestia calça jeans e uma blusa *tie-dye*. Questionou os baristas se eles vendiam cigarro e a Carolina informou que não. A senhora indagou “Café que não vende cigarro?” e saiu. Naquele momento, Tiago e Carolina se entreolharam surpresos e ela brincou “Pois é, a gente vende café”. Pouco tempo depois, a senhora retornou com uma carteira de cigarro na mão e perguntou quanto custava o café. Novamente, a Carolina atendeu e questionou: “Qual café a senhora quer? Porque o preço muda. Nós temos espresso “curto” e “longo”¹², e também o café coado.” E informou a diferença entre os preços. Então, a senhora exclamou: “Credo, só queria um cafezinho!”.

¹² Segundo a iniciação do mestre Emílio, o espresso tem 30ml, como aponta a escola italiana; classificado como um curto para diferenciar do longo, em geral com 50ml. No entanto, os baristas informaram que o consumidor resiste ao espresso de 30ml, pois a xícara não apresenta-se cheia; ocorrendo, por vezes, brincadeiras como “quem bebeu o meu café?” ou “você está economizando?”. Para evitar este tipo de constrangimento, alguns profissionais servem independente da regra italiana, segundo a preferência do cliente; outros questionam no momento do atendimento; ou deixa-se claro que a cafeteria adota o padrão italiano, informado no cardápio, por exemplo.

Nesta cena, examinamos a interação entre a senhora e os baristas, onde quase não há diálogo, verificando uma diferença entre a concepção das duas partes em relação ao café, que evidencia como essas percepções conformam um certo nível de conflito, ou ao menos de mal estar. No caso da cliente, podemos considerar que ela tem um vínculo rotineiro que relaciona-se ao hábito de beber uma xícara de café durante ou depois de fumar um cigarro. A própria forma de falar sobre a bebida, no diminutivo, pode remeter a um tratamento de carinho e/ou uma visão despreziosa, que percebe o café como algo simples e comum. Por outro lado, os baristas apreendem o café como algo multiforme e com diferentes níveis de complexidade relacionados ao preparo, visto que os processos do café coado, por exemplo, podem ser por filtragem, pressão e infusão; e do espresso, exige diferentes tempos de extração que afetam a quantidade da bebida na xícara. Assim, apesar dos baristas não desafiarem diretamente a perspectiva da cliente, que claramente se incomoda com a proposta de serviço da cafeteria, ao não vender cigarro, por exemplo, eles não buscam uma mediação e/ou também não procuram, como os próprios baristas defendem, conscientizar esta consumidora de que o café é mais do que um “cafezinho”.

Neste sentido, podemos perceber que as ações dos indivíduos envolvidos nessa cena se constituem de acordo com os sentidos percebidos de forma subjetiva e, a partir da reação da cliente, o barista Tiago fica calado, observando a atuação da barista Carolina. Ela, que se surpreende com a atitude da senhora, atende de forma que acentua as percepções conflitantes, pois poderia ter sido mais direta, mas preferiu apresentar os diferentes cafés e preços da cafeteria, trazendo informações que aparentemente não eram esperadas pela cliente que “só queria um cafezinho”.

No espaço das cafeterias, os profissionais se percebem a partir de um *status* diferenciado e defendem que sua compreensão sobre as formas de preparar e apreciar o café são, digamos, as mais adequadas. Podemos supor que eles esperam certo reconhecimento do público, que deve ser ensinado a apreciar o café. Porém, não podemos ignorar que o consumidor, muitas vezes, acredita que seu entendimento sobre o produto, consumido habitualmente, é adequado e, numa tentativa de informar o público, o barista pode ser intimidado quando confrontado com o cliente que defenda seu ponto de vista. Podemos observar isso no comportamento do Tiago na interação com a senhora, quando se mantém calado, deixando a barista Carolina assumir o controle da situação. Também identificamos que o profissional pode realizar o atendimento de forma distanciada,

objetiva e rápida, sem dar muita abertura para uma interação, quando percebe que o cliente não compreende o café como ele, mas este também não está interessado em sua atuação, como relatado a seguir por um informante:

Às vezes o barista quer explicar para o cliente que aquele café que ele tá tomando é X, é Y, é especial, é assim ou assado; e o cliente “ahh tá, legal” (tom de desdém). Mas, tem o cliente que é interessado, quer saber. Quando o cliente quer entender, quer ter explicação e o barista fala [...] é uma troca de experiência entre o barista e o cliente.

Da fala do informante, podemos observar que, por outro lado, há alguns frequentadores que se interessam pelas informações passadas pelos baristas, assim há o desenvolvimento de um contato mais próximo, onde o profissional pode se sentir motivado a informar o consumidor e apresentar o universo dos cafés especiais. Com a pesquisa de campo, analisamos que este contato, em geral, relaciona-se a um atendimento descontraído, espontâneo, onde o barista não se sente constrangido por expressar seu ponto de vista e há um esforço em aproximar o consumidor dos significados atribuídos pelo profissional ao café, demonstrando a singularidade dos grãos especiais e os processos percorridos. Por exemplo, quando o barista explica aspectos particulares dos cafés servidos na casa, como comentou uma informante: “Tudo que a gente pode passar a gente passa. [...] quando a gente pode, a gente explica desde o começo, a forma de secagem dos grãos, a forma de torra, preparo, tudo que a gente oferece”. Esse relato demonstra um esforço por parte da barista de explicar as transformações que o café passa até chegar ao consumidor final que frequenta a cafeteria onde trabalha, e que é representativo do aspecto pedagógico da prática do barista, que se percebe como o responsável por conectar o público consumidor às demais dimensões do universo dos cafés especiais.

A partir destas diferentes modalidades de interação observadas podemos refletir sobre uma citação de Goffman:

Quando permitimos que o indivíduo projete uma definição da situação no momento em que aparece diante dos outros, devemos ver também que os outros, mesmo que o seu papel pareça passivo, projetarão de maneira efetiva uma definição da situação, em virtude da resposta dada ao indivíduo e por quaisquer linhas de ação que inauguram com relação a ele. (2014, p. 21)

No contexto desta pesquisa, a perspectiva de Goffman e o interacionismo simbólico iluminam a investigação deste estudo da atuação do barista no espaço das cafeterias e sua interação com o público, em que devemos considerar que há um entendimento recíproco, onde os atores interpretam e expressam por meio de sua fala e comportamento uma definição da situação construída subjetivamente por cada indivíduo a partir de um arranjo social particular. Nas cafeterias, o profissional se envolve em uma situação social, em que se define como um especialista, que tem a posse das formas apropriadas de preparar e consumir o café, como observamos, e é instruído a conscientizar o público consumidor de cafés especiais. Como próprio da interação, o público também define uma situação e se comporta, segundo o ponto de vista dos baristas, por vezes, de maneira interessada, ouvindo as informações compartilhadas pelo barista, por exemplo; ou desinteressada, como quando não dão abertura para uma interação prolongada.

Com isso em mente, no próximo capítulo analisamos estrutural e simbolicamente as três cafeterias pesquisadas, considerando alguns conceitos de Goffman (2014), observando a influência desta ambiência sobre a ação do barista e aprofundando a análise da interação com o público a partir de cenas em campo e da fala dos consumidores. Também examinamos o convívio do barista com seus colegas de trabalho e os diferentes engajamentos observados no seu espaço de atuação. Por fim, discutimos a construção de uma cultura das cafeterias, constituída pelos baristas ao mesmo tempo em que eles são formados por ela enquanto profissionais.

3. O CENÁRIO

Na inserção em campo, que se deu por um período de quatro meses, entre abril e julho de 2015, observamos de forma quase que diária como os baristas trabalhavam, como falavam da sua própria profissão e se comunicavam com os frequentadores das três cafeterias analisadas em Brasília. Estes estabelecimentos também foram investigados sob uma perspectiva recortada do fato social, sendo o espaço onde os baristas, outros funcionários e os proprietários desempenham uma ocupação do setor de serviços diante dos clientes. Estes últimos, no contexto desta análise, são apreendidos como a plateia, o público ou os observadores, termos que Erving Goffman (2014) emprega para se referir aos indivíduos “que contribuem com os outros desempenhos” (2014, p. 28). Assim, na situação social analisada aqui, o público seria os frequentadores das cafeterias que interpretam e definem um comportamento diante da atuação do barista, que também expressa subjetivamente uma dada definição da situação.

Neste capítulo analisamos, com base nos conceitos de estabelecimento social e cenário em Goffman (2014), o arranjo espacial das cafeterias, que influencia a ação dos baristas e sua relação com os colegas de trabalho e os clientes, sem deixar de refletir sobre a construção dos sentidos simbólicos constituídos e divulgados pelos baristas. Também observamos aqui a existência de uma cultura das cafeterias, que é compreendida fundamentada no entendimento de cultura em Howard Becker (2008), quando estuda músicos de casa noturna que enfrentam problemas comuns e compartilham certos entendimentos sobre este universo que são particulares e distanciados da compreensão do público que os assiste tocar. De forma semelhante, os baristas falam do mundo dos cafés especiais a partir de códigos e sentidos próprios dessa atividade e eles, em contato com a plateia, têm de enfrentar diferentes situações envolvendo compreensões discrepantes sobre o serviço e o produto café.

Com isso em mente, a seguir desenvolvemos as análises sob estas perspectivas teóricas considerando os trabalhos de campo no Rio de Janeiro e em Brasília, junto à fala dos informantes, como a declaração do barista Emílio Rodrigues, apreendida durante uma aula básica no curso de barista e que é significativa para pensar a influência que o espaço das cafeterias têm sobre a representação deste ator social:

A agilidade num processo, numa operação, ela é muito importante, então espera-se na cafeteria, pelo menos em alguns momentos do dia, um negócio assim: quatro espressos, cinco *cappuccinos*, dois *macchiatos*¹³ (fala mais alto como se estivesse repassando o pedido); e a pessoa só mandando vê. Então, essa agilidade que o barista tem que demonstrar no serviço depende também desse *mise en place*¹⁴. As coisas devem estar ao seu lugar (sua tradução para a expressão francesa), as coisas têm que tá próximas. Todo mundo que tá trabalhando ali têm que saber qual é o processo e aonde... tirou do lugar, coloca no mesmo lugar. Esse é o segredo. E todo mundo têm que respeitar isso. É uma regra. [...] cada coisa ela tem que ter uma sequência, como se fosse uma cadeia de operação onde as coisas estão ali.

Percebe-se, na fala de Rodrigues, que o bom desempenho do profissional depende de um certo arranjo espacial. Ele deve ter “à mão” tudo que for usar para o preparo das bebidas a base de café: os utensílios, os ingredientes, as xícaras, as colheres e as taças. Em sua performance, o profissional segue uma ordem para a elaboração de cada bebida, por exemplo, para o *cappuccino* ele deve, primeiro, extrair o espresso e durante os 30 segundos em que a bebida cai na xícara, o barista deve preparar o leite, que será misturado ao café. Segundo Rodrigues, o profissional deve levar em média um minuto para preparar e servir as bebidas e estas devem ser levadas à mesa sem demora a fim de garantir a boa aparência e uma temperatura agradável para o consumo. Rodrigues, durante o curso básico de barista, também instruiu os principiantes a não servirem a bebida se ela escorrer pela xícara, pois, para ele “o cuidado deve vir nos mínimos detalhes, desde a xícara limpa ao sabor equilibrado”.

O profissional não decide a “ordem das coisas” e deve adaptar seu movimento ao espaço da cafeteria onde trabalha, porém, a área de atuação precisa ser organizada de modo que favoreça a rápida preparação dos pedidos. Há um planejamento do espaço, pensado a partir do movimento do profissional e da disposição dos equipamentos e utensílios que usa para o desempenho da sua ação, serviço das bebidas e execução de suas funções. Esta organização espacial define as condições de trabalho do barista, uma vez que impacta nos preparos, pois deve agir com destreza, sem demorar na elaboração das bebidas que são servidas; e por isso também impacta no resultado final, que deve ser atrativo aos olhos e ao paladar, como mencionou Rodrigues.

¹³ “O espresso é extraído e “manchado” com o leite vaporizado.” (MARCELINA; COUTO, 2013, p.149).

¹⁴ Expressão muito utilizada pelos *chefs* de cozinha e se refere à organização dos ingredientes e dos utensílios necessários para o preparo dos pratos, de forma que tudo fique à mão do profissional (informação verbal).

Pensando ainda no posicionamento da máquina, no balcão e na organização das mesas, pode-se dizer que o *mise en place* estende-se a todo o espaço. Assim, o cenário das cafeterias influencia a apresentação do barista e a interação do profissional com a plateia. Nas cafeterias analisadas, o balcão tem localização central e, em geral, dá visibilidade ao processo de preparação da bebida e à execução – e exibição das técnicas – por parte do barista. Desta forma, o profissional, enquanto prepara o café na máquina de espresso, representa seu papel de especialista aos olhos dos visitantes das cafeterias, que podem observar de suas mesas as bebidas serem elaboradas. O barista também entra em contato com os frequentadores quando atende nas mesas e desempenha a função de educador, apresentando e explicando o universo dos cafés especiais aos clientes.

Com esta reflexão a respeito do impacto que a ambiência tem sobre a representação do barista e sua interação com a plateia, a seguir serão analisados os espaços de cada uma das três cafeterias onde foi realizada a pesquisa em campo, considerando o aspecto estrutural e simbólico, refletindo sobre o que elas têm em comum e no que se distinguem. As situações analisadas aqui retratam cenas observadas durante os quatro meses de pesquisa e têm como base entrevistas com informantes, desde frequentadores regulares destas cafeterias aos baristas e proprietários, investigando as relações que se desenvolvem nestes espaços. Embora o foco central desta pesquisa seja o barista, a observação participante com clientes se torna importante para compreender o significado das práticas deste profissional durante as interações, que se constitui tanto como um processo pedagógico do consumo quanto um esforço em legitimar o seu *status* de especialista.

Na ponta sul do Plano Piloto, o Dialeto Café é o único dos três espaços analisados que torra os próprios grãos servidos na casa. Como apresentado anteriormente, a composição sensorial do café se dá neste processo, que transforma o grão para que ele possa resultar na bebida. Uma vez que o consumidor pode presenciar o processo que determina os sabores e aromas apresentados pelo barista, quando este prepara a bebida, podemos pensar que há a representação da dimensão intermediária a partir do cultivo, a torra, no espaço dedicado ao preparo na xícara, apresentando as etapas, personagens e sentidos simbólicos que constituem o universo dos cafés especiais. Além disso, nesta cafeteria, a máquina de espresso é centralmente posicionada no salão principal, próxima à porta, localização que permite a aproximação do

consumidor que pode se sentar ao balcão e olhar o barista realizar sua ação, interagindo de forma direta, podendo questionar sobre os procedimentos. Outro aspecto observado foi que o cenário desta cafeteria comunica uma linguagem do café: em quase todas as paredes há ilustrações dos processos de preparo, termos técnicos e curiosidades. O espaço é pensado para informar o público. Segundo Felipe, “todo o cliente que entra a gente quer passar para ele a visão do que é café especial”. Isso acontece inclusive por meio do cardápio, que traz explicações sobre as variadas bebidas com café servidas e apresenta sugestões de degustações, como beber um mesmo tipo de café preparado por infusão ou por filtragem a fim de observar a diferença no sabor. Assim, cria-se uma atmosfera de imersão onde o público se insere no mundo dos cafés especiais, passando pela torra dos grãos e pelos processos de preparo, que são realizados junto ao visitante.

Já na região central do Plano Piloto, o Café Anfitrião fica entre dois blocos da quadra comercial, onde as mesas ficam dispostas entremeadas pelo corredor de passagem. O chão de cimento do corredor que divide os dois blocos é escondido por uma estrutura de madeira, mesmo material das mesas, que são cobertas pela marquise do prédio e por um toldo branco. Fora isso, não há paredes. A única área fechada é o espaço onde fica o balcão, mas as grades de ferro se encontram abertas durante todo o horário de funcionamento, que começa às 12 horas e encerra às 23 horas. Sua decoração é composta pelos quadros expostos e por objetos antigos e inusitados, como bonecas e bibelôs, que chamam atenção junto à trilha sonora que toca desde estilos latinos ao jazz instrumental, criando um ambiente diverso e original. Observamos que a própria proposta de atendimento do Café Anfitrião, seu diferencial em relação aos outros cafés investigados, relaciona-se a este espaço que se aproxima do excêntrico, quando os atendentes, baristas e também os donos do café, Pedro e Mariana, recebem os frequentadores com desenvoltura, distanciados de um formalismo presente muitas vezes nas atividades de serviço, desinibidos para brincar, contar piada, cantar e dançar no espaço da cafeteria, enquanto preparam e servem os pedidos aos visitantes. Também, o cliente costuma incorporar esta definição de situação, cumprimentando os profissionais pelo nome e conversando abertamente inclusive sobre questões pessoais, resultando em uma relação quase afetuosa com a equipe e a cafeteria em si, como comentou um regular deste estabelecimento comercial quando advertiu que só “traí” a cafeteria aos domingos, porque eles não abrem, se não iria no Café Anfitrião todos os dias da semana.

Esta particularidade é fundamental no contexto aqui investigado, pois a definição de situação apresentada pela equipe de trabalho do Café Anfitrião por meio do comportamento dos funcionários e do espaço em si sugere um relacionamento pessoal entre os profissionais e o público em um contexto associado ao trabalho. No entanto, esta construção de sentido se dá paralela a uma seriedade técnica quando os baristas, na máquina de espresso, se empenham em realizar a sua atuação com atenção, observando as condições do clima e os aspectos relativos à máquina que afetam o resultado final na xícara.

Esta cafeteria também relaciona-se nesta pesquisa ao sentido da experimentação aliado ao processo pedagógico do consumo de cafés especiais. Segundo Mariana, barista e sócia da cafeteria: “é muito legal aqui, não sei se pelo ponto que a gente têm ou pelo tipo de cliente que a gente têm, mas as pessoas costumam [...] experimentar e curtir junto com a gente, querer aprender junto com a gente.”. Esta ideia fica evidente quando consideramos os grãos de café utilizados na casa – segundo os baristas, há uma preocupação em trazer cafés variados, que são selecionados pela sua característica sensorial, pré-definida nas embalagens e apresentada pelos profissionais a fim de proporcionar novas experiências aos frequentadores. Essa perspectiva reforça um empenho do barista em divulgar uma forma de beber e perceber o café especial, diferenciado do tradicional, pois o tipo especial, segundo os informantes, apresenta um potencial sensorial elevado e desperta sensações distintas ligadas aos cinco sentidos. Fica aparente que certos cafés não podem proporcionar diferentes experiências, sendo associados a uma única sensação, geralmente negativa por serem considerados de baixa qualidade. Assim, há a construção simbólica de uma hierarquia de sabores associada aos variados tipos de café, que desmerece o mercado tradicional.

O terceiro cenário analisado é do Café Afinado, na ponta norte do Plano Piloto. Esta cafeteria remete a um estilo boêmio em alguns detalhes - como na apresentação do espresso, servido em copos de dose de vidro, e com as músicas, que reúnem estilos como a bossa nova, o samba e o jazz. Neste espaço, que fica na parte de trás de um bloco comercial da cidade, com vista para uma área arborizada, são organizadas a cada quinze dias rodas de choro ou apresentações de músicos de Brasília. As mesas são posicionadas na parte externa e interna; e o balcão centralizado não comporta cadeiras. Ele fica encostado em uma das paredes com a máquina de espresso virada para a plateia, que pode observar a ação dos baristas e o preparo das

bebidas, como o espresso e o *cappuccino*. Quanto ao café coado, este é preparado junto ao público, à mesa. Durante esta representação ocorre um contato mais direto com o cliente, como apresentado na cena a seguir.

Mãe e filha chegaram juntas à cafeteria e mostraram certa familiaridade com o local. A barista cumprimentou com uma expressão de boas-vindas e as duas avisaram que já sabiam o que iam pedir antes de verem o cardápio. A mãe pediu uma *aeropress*¹⁵ e durante o preparo, realizado na mesa das clientes, ocorreu o seguinte diálogo:

Filha: “Que interessante, é tipo a prensa francesa¹⁶?”

Mãe: “Eu gosto muito deste, é um intermediário entre o coado e o espresso, não é?”

Barista: “Ele é um método coado, igual uma seringa, o ar que pressiona e por pressão o café é coado. Ele fica mais intenso, mas é café coado. Ele é muito prático, tanto para fazer, mais rápido, quanto para transportar, dá para levar na mala para uma viagem.”

Observa-se que há uma curiosidade por parte da filha e certo conhecimento compartilhado pela mãe, mas a profissional orienta ao explicar sobre o método e sugerir que ele é “prático” e “rápido”. Na cena as personagens conversam especificamente sobre o processo de preparo do café, determinando diferenças entre os dispositivos e as bebidas espresso e coado, que vão desde o processo e tempo de extração do café, “por pressão” e “mais rápido”, passando pelas sensações que podem ser percebidas, até aspectos de transporte. Com isso em mente, podemos refletir sobre as práticas de consumo da bebida apresentadas pelos baristas que consideram, além da forma de beber e de perceber as sensações, também o processo e os dispositivos onde o café é preparado. Assim, todo um universo de produtos podem ser pensados a partir da sensação que se deseja provocar, do tempo de preparo, da praticidade, da forma - coado ou espresso. E assim são constituídas nos espaços das cafeterias as dimensões do consumo dos cafés especiais e a importância do barista para apresentar todos estes aspectos aos frequentadores.

Também observamos que o barista apresenta, junto a um processo pedagógico de consumo, suas competências técnicas enquanto prepara o café: ele pesa os grãos, mói no

¹⁵ “criada em 2005 pelo engenheiro mecânico Alan Adler. [...] Nela, o café moído, misturado com a água fervida separadamente, é pressionado pelo êmbolo e extraído através de um filtro de papel em sua base. A combinação de filtragem rápida e pressão ajuda a extrair melhor os óleos essenciais e açúcares do café.” (RAPOSEIRAS, 2012, p. 73)

¹⁶ Um método para preparar cafés coados, French Press ou prensa francesa “Resulta numa infusão de café com a aparência de um café coado, por não apresentar a crema típica do espresso [...] Pela ausência de filtragem por gravidade ou por pressão, seu tempo de infusão deve ser mais longo.” (Ibidem, 2012, p.73)

momento da ação e realiza o processo a partir de gestos específicos como jogar um primeiro fluxo de água para a pré-infusão, depois finalizar com movimentos circulares ou, dependendo do dispositivo, mexer o pó com uma colher para, então, realizar a pressão para a filtragem do café. Neste sentido, o Café Afinado também representa nesta pesquisa o contato direto do barista com o público que visita a cafeteria, porém, diferente do Café Anfitrião, onde o contato é pessoal, marcado pela hospitalidade, esta interação se apresenta no Café Afinado de maneira comedida, em que os baristas se comportam com discrição e serenamente, enquanto exercitam suas habilidades técnicas e informam os clientes, apresentando os cafés especiais servidos na cafeteria.

Examinamos também o relacionamento profissional e os diferentes engajamentos nas tarefas realizadas no espaço das cafeterias entre a ação dos baristas proprietários, principais responsáveis pela administração das cafeterias; e dos baristas funcionários, que desempenham o serviço prestado aos clientes, atendendo e preparando os pedidos.

No caso do Dialeto Café, Felipe, barista e um dos proprietários, realiza alguns preparos, como o espresso e o coado, que serve a amigos ou visitantes regulares, enquanto apresenta algumas novidades da casa, por exemplo. No entanto, grande parte do tempo, se dedica aos assuntos administrativos. Por vezes, o Felipe monitorava o espaço e os funcionários. Ele também realiza a torra dos grãos utilizados, junto à mestre de torra Alessandra, barista há quinze anos, que gerencia o espaço e os funcionários. Nos períodos observados, em geral, Alessandra não se encontrava no salão comum da cafeteria, onde se deu boa parte da investigação. Porém, ela representa um segundo nível na hierarquia observada no Dialeto Café, onde supervisiona os funcionários e é liderada por Felipe. Os demais baristas e atendentes realizam as atividades voltadas ao serviço, como o preparo dos pedidos e atendimento, limpeza e organização do espaço.

No Café Anfitrião, os donos e baristas Pedro e Mariana, enquanto estão na cafeteria, dividem o tempo entre as responsabilidades administrativas e a função de barista, quando preparam bebidas, regulam o moinho, realizam atendimentos à mesa e, especialmente, recepcionam os visitantes, caminhando de mesa em mesa. Quanto aos funcionários da cafeteria, os atendentes recolhem e servem os pedidos; e os baristas treinados para trabalhar na máquina de espresso preparam as bebidas a base de café. Observamos ainda que o envolvimento entre os proprietários e os funcionários é mais próximo de um convívio entre amigos, uma vez que, em

diversas situações, presenciamos os indivíduos bebendo cerveja e *whisky*, por exemplo, ao final do expediente da cafeteria, quando conversavam entre si de forma espontânea sobre assuntos pessoais. Este aspecto reforça a ação descontraída dos indivíduos que trabalham no Café Anfitrião, onde há uma intermediação entre a dimensão profissional, mais séria, e a de lazer, relacionada aqui ao espaço socializante das cafeterias.

Já no Café Afinado, as proprietárias baristas Renata e Mônica se dedicam à administração da cafeteria. Quanto aos funcionários baristas, Beatriz e Arthur realizam tanto o atendimento quanto o preparo das bebidas a base de café. Apesar de ser incomum, Renata, quando necessário, ajuda os baristas, treinados por ela, no serviço da cafeteria. Já a Mônica cuida da área da cozinha, mas, por ser um espaço restrito, não foi possível observar sua atividade.

Na pesquisa de campo, examinamos que a relação entre os baristas e a sócia Renata – que observamos durante a investigação – é similar ao de um mentor e seus alunos, sendo um processo pedagógico contínuo que se dá no dia a dia da cafeteria: a Renata costuma apresentar conhecimentos específicos da planta café, por exemplo, incentivar os baristas a exercitarem a técnica da *latte art* e processos de preparo da bebida, praticarem a degustação, além de orientá-los quando necessário; e os baristas, por outro lado, buscam praticar e aprender com a barista experiente, mostrar o seu desempenho e a apresentação das bebidas, por exemplo. Podemos pensar esta situação a partir da noção de aprendizagem proposta por Becker (2008), visto que há uma semelhança entre a formação de um barista iniciante por meio do convívio com um barista mais experiente e o caminho de construção das sensações e da apreciação da maconha, que é apresentado pelos usuários ao indivíduo que é “noviço” (BECKER, 2008, p. 55), isto é, que ainda não compreende bem a forma como se deve fumar a maconha e associar os seus efeitos.

Outro aspecto analisado foi o uso de uniforme pelos baristas. No Café Anfitrião e no Café Afinado os baristas não usam uniforme, o que expressa uma preocupação menos formal com a aparência e a apresentação dos indivíduos. Por outro lado, o Dialeto Café impõe o uso de uniforme e, quando um indivíduo é identificado à empresa, a primeira impressão é a de que ele está, no momento de sua ação, se apresentando como um funcionário do estabelecimento e, por isso, seguindo um padrão de comportamento e serviço associados à imagem da cafeteria, no caso deste estudo.

Observamos, durante a pesquisa no Dialeto Café, que o barista em interação com o público, num primeiro momento, atua de forma solícita e cortês, apresentando-se como o profissional que trabalha na cafeteria e que está ali para atender e servir os pedidos do cliente. Em um segundo contato, por exemplo, com um cliente regular, ele se apresenta de maneira informal e descontraída, quando cumprimenta a pessoa pelo nome, pergunta sobre o seu estado e conversa sobre assuntos cotidianos. Este aspecto é representado na cena abaixo observada em campo:

Uma mulher com o cabelo castanho, preso em um rabo de cavalo, vestindo um *tailleur*, pede uma prensa francesa, que é preparada pela atendente Júlia junto à cliente. Primeiro, Júlia entrega o pó de café recém moído para a observadora sentir o aroma - “O cheiro está bom” disse a moça - e informa a cliente que o grão é da região paulista Alto Mogiana¹⁷, produtora de cafés especiais considerados de excelente qualidade e sabor. Enquanto prepara o café coado, a atendente comenta que o pó deve ter moagem mais grossa, diferente dos cafés moídos vendidos em mercado, e que a prensa francesa leva em média quatro minutos para ficar pronta. A moça observa o preparo e quando bebe o café comenta com a atendente que a bebida tem um sabor agradável, diferente da que está acostumada.

Na cena analisamos que a atendente Júlia do Dialeto Café, treinada para realizar os preparos com café, desempenha uma ação técnica e pedagógica quando prepara a bebida e informa a frequentadora sobre o processo e grão utilizado. Nesta situação observamos que, diferente da cena anterior com a mãe e filha, onde a barista explica apenas a técnica do método, aqui a atendente também informa sobre o café e sua denominação de origem. Também há a intenção de “educar” a frequentadora segundo as determinações do mercado de cafés especiais, quando Júlia traz a particularidade do grão especial utilizado, diferente dos cafés vendidos em mercado, empacotados já moídos e sem referências precisas quanto à região produtora. Com esta ação é possível refletir sobre a construção dos sentidos simbólicos associados à uma definição de situação, que estabelece uma diferença de relacionamento com o serviço e o produto. Podemos perceber que os baristas - ou no caso da cena, a atendente - buscam apresentar o universo dos

¹⁷ “Os trilhos das ferrovias foram tão marcantes no desenvolvimento dos cafezais que batizaram umas das principais regiões cafeeicultoras com o nome da linha de ferro que ligava Campinas a Mogi Mirim, a Mogiana. Hoje é essa a região mais importante no cenário paulista dos grãos de qualidade [...]” (RAPOSEIRAS, 2012, p. 54)

cafés especiais sempre sob um prisma favorável, quase de forma romântica. Esta perspectiva pode ser pensada fundamentada na citação a seguir de Goffman (2014):

Assim, verifica-se que o pessoal de serviço [...] anima sua conduta com movimentos que expressam proficiência e integridade, mas, não importa o que esta conduta transmita a respeito de tais pessoas, frequentemente seu principal propósito é estabelecer uma definição favorável de seu serviço ou produto.

Júlia, em contato com a cliente, descreve sobre o grão, seu preparo técnico e sua origem com o objetivo de informar sobre o café servido, mas há também uma intenção de fidelização que pode ser identificada na sua fala quando apresenta o segmento dos cafés especiais, ao qual a cafeteria se destina, em contraponto com o mercado tradicional. E quando a consumidora afirma que a bebida tem um “sabor bom, muito diferente mesmo”, ela apoia o discurso de Júlia sugerindo que aprovou o serviço prestado. Esta era a primeira visita da mulher ao estabelecimento, e o atendimento seguiu um certo padrão definido a partir do treinamento dos funcionários. Em outras incursões a campo foi possível observar a mesma sendo recebida de forma calorosa por Júlia, que sempre recomendava um grão de café especial da casa para ser apreciado pela cliente. A partir de Goffman (2014), é possível aferir que as ações seguintes ao primeiro contato de Júlia com a cliente demonstram uma intenção de construir um envolvimento além da dimensão profissional, atravessando uma aparente intimidade com o público que representa a construção da confiança e da crença nos significados do café que, no caso do Dialeto Café, como mencionado anteriormente, perpassa a decoração do espaço e o discurso dos profissionais.

Como já mencionado anteriormente no capítulo dois, nem sempre o consumidor reage da forma que a mulher se comportou, consentindo com a perspectiva do profissional e demonstrando interesse no que é apresentado. Observamos nas incursões a campo situações de conflito como quando um consumidor pediu açúcar para o café e o barista Arthur afirmou em um tom de gracejo “eu não posso deixar você colocar açúcar no café que eu fiz, vai acabar com o meu café.”. O barista acabou cedendo à vontade do cliente e lhe entregou o açúcar mascavo a fim de “pelo menos” não afetar tanto o “paladar” da bebida, e o observador não apresentou nenhuma objeção e terminou seu café enquanto conversava sobre futebol com um colega. Esta cena é representativa de uma diferença de relações com a bebida, em que o consumidor associa o grão a

um momento de sociabilidade e apresenta sua preferência pela bebida adoçada. Já o barista se opõe ao uso do açúcar, por identificá-lo de forma negativa como um agente modificador do sabor da bebida, que para ele é complexa e especial. Nesta interação, identificamos que ambos influenciam a posição do outro resultando em um entendimento quase harmonioso, quando, primeiro o barista abdica de sua posição, mas oferece uma alternativa que possa conciliar a sua visão com a vontade do consumidor, que então não rejeita a opção do açúcar mascavo.

Becker (2008) identifica que uma cultura é o reflexo de um problema compartilhado por indivíduos que interagem, no caso da pesquisa do autor, quando se envolvem em situações desviantes. No contexto que discutimos aqui não observamos ações de desvio, porém, identificamos que os baristas definem suas práticas e seu comportamento segundo sentidos construídos e compartilhados pelos mesmos no universo dos cafés especiais. No entanto, quando os profissionais executam essa performance no espaço das cafeterias, podemos observar perspectivas conflituosas sobre o café em relação ao consumidor. Na cena apresentada acima, o conflito se deu quanto ao sabor e a partir dos sentidos simbólicos percebidos pelo barista e pelo cliente, respectivamente, segundo uma dimensão singular caracterizada pela experimentação e outra relacionada a um aspecto rotineiro do consumo, que influenciam na própria sensorialidade do café compreendida de maneiras diferentes por cada indivíduo. Quando o barista se depara com esta definição de situação, se possível, a sua intenção é influenciar o público a perceber a bebida segundo os sentidos que ele divulga, se colocando como um modelo a ser seguido. Se há uma resistência a este esforço, em geral, o profissional se desestimula, deixando de lado por um momento sua legitimidade como especialista para ser a pessoa que aparentemente apenas prepara e serve o café.

Por outro lado, há uma coesão entre os componentes da equipe de trabalho das cafeterias, pois a maioria dos indivíduos têm um estilo de vida similar, uma linguagem corporal e vocabulário comuns, compartilham preferências e se apoiam durante o trabalho. Estes aspectos marcam uma linguagem particular entre os atores observados e que interagem em uma atividade de trabalho cotidiana. Compreendemos que os códigos, os comportamentos e a mentalidade dos baristas fazem parte de um sistema de significados que os conecta a uma cultura, que surge em resposta aos problemas comuns compartilhados pelos profissionais no espaço das cafeterias, nos ambientes de ensino e inclusive nos meios midiáticos quando, por exemplo, baristas são

convidados pela revista Espresso - edição n. 49 do quarto trimestre de 2015 - para provarem diferentes cafés especiais para a seção *Degustação*, que assinala o exercício da degustação a partir da intenção de distinguir as sensações, reforçando uma hierarquização do gosto relacionada ao sentido da experimentação. As dimensões apontadas são os espaços de divulgação das práticas de consumo dos cafés especiais e onde os baristas buscam o reconhecimento como profissionais especializados no preparo destes grãos.

Ao analisar cada espaço estudado e como influenciam - a partir da compreensão dos conceitos definidos por Goffman (2014) - na interação e na representação dos baristas sob a perspectiva de cultura trabalhada por Becker (2008), não desconsideramos que os indivíduos apresentam uma experiência de vida própria e relacionamentos externos ao espaço das cafeteiras. As observações apresentadas dizem respeito a contextos muito específicos e relativamente distanciados de uma visão total deste fato social e baseiam-se na investigação dos atores na sua área de atuação, onde desempenham uma ocupação de serviço que é reconfigurada no novo contexto deste sistema de produção, trabalho e consumo: o mercado de cafés especiais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando esta pesquisa começou, há mais ou menos dois anos, não esperávamos que iria percorrer tantos espaços relacionados à produção, ao trabalho e ao consumo dos cafés especiais. O percurso metodológico e teórico se deu de forma simultânea, um influenciando o outro e conduzindo a entendimentos variados, de forma que decisões foram tomadas e caminhos foram escolhidos em função de questões que se colocaram a partir do objeto, sobretudo a partir da pesquisa de campo.

O direcionamento da pesquisa, com base nas referências técnicas e na leitura de obras da literatura sociológica, considerou, em um primeiro momento, a relação que os baristas desenvolviam com os cafés especiais no espaço das cafeterias. Com a inserção em campo esta perspectiva foi transportada para a análise da atuação do barista em interação com os frequentadores das cafeterias, onde apresentam suas técnicas e conhecimentos especializados sobre o preparo e o consumo de cafés especiais. À medida que a pesquisadora interagiu no espaço das cafeterias com os informantes, observando como os próprios baristas falavam de sua atividade e das práticas de consumo dos cafés, outros campos de análise surgiram como forma de complementar e aprofundar a investigação em Brasília, como a visita a uma fazenda de café na Bahia e um curso de barista no Rio de Janeiro.

Com estas incursões, a princípio desconsideradas, foi possível vivenciar na fazenda um sentido singular do café, qual seja, seu cultivo, e entrar em contato com um grupo de trabalhadores que se encontram distanciados da rotina diária das cafeterias – o cafeicultor e os trabalhadores da fazenda que convivem diariamente com a planta café e a percebem a partir de uma perspectiva particular. Com a pesquisa no Rio de Janeiro, observamos a formação do barista, que transforma o grão café na bebida; e verificamos como se dava o trânsito de conhecimentos específicos da profissão entre os profissionais.

Analisamos uma forma de falar, sentir e se comportar associada aos indivíduos baristas, que no espaço de ensino eram iniciados neste sistema de significados e no espaço das cafeterias divulgavam estes códigos, esta mentalidade e esta linguagem particular do mercado de cafés

especiais. Assim, analisamos o esforço em legitimar a profissão e um monopólio das técnicas, do consumo e da percepção da bebida café compartilhada pelos baristas e outros profissionais, como o mestre de torra, envolvidos neste sistema.

O trabalho de campo no Rio de Janeiro, combinado às observações em Brasília, também apontou uma nova configuração da profissão de barista, uma atividade que não é tão nova, mas certamente é reformulada no contexto atual do mercado de cafés especiais. A partir do contato com os informantes e compartilhando informações com Mauricio Lages (2015) - que no momento estava encerrando sua dissertação de mestrado *A formação do Consumo Gourmet no Brasil: O Caso dos Cafés Especiais e dos Corpos que os Acompanham*, – verificamos que a atividade de barista é reformulada junto ao desenvolvimento simbólico do café, que passa de uma bebida estimulante, uma marca de impacto mundial para, no contexto atual, ser compreendida também a partir de seu valor artesanal.

Estes momentos coexistem no mercado, incluindo a dimensão do café tradicional, uma vez que é a forma mais habitual de consumo dos brasileiros. Neste sentido, compreendemos que o modelo dos cafés especiais é percebido como um mercado emergente - alinhado ao contexto global e relacionado a uma cultura das cafeterias - determinado pela diversificação dos grãos e percepções relacionados a um novo jeito de beber café, que se distancia da ação rotineira e da compreensão tradicional ao mesmo tempo em que não anula estas práticas. A profissão de barista emerge com novos significados junto com estes diferentes sentidos, passando do operador da máquina de espresso ao indivíduo cuja posição é central no mercado de cafés especiais e que garante a qualidade dos cafés servidos aos frequentadores das cafeterias. Estes atores, que se percebem a partir de uma posição mediadora aparentemente privilegiada, tendo o domínio das formas de preparo e consumo, se esforçam em divulgar sua prática influenciando a perspectiva do consumidor.

No percurso da pesquisa, observamos em Brasília o surgimento de cafeterias que se dedicam exclusivamente ao preparo e venda de cafés especiais de forma que se distanciam do mercado tradicional. Voltadas para um segmento mais específico, nelas o sentido da experimentação é associado à importância do barista, percebido como o especialista capaz de diferenciar um “bom” café de um de baixa qualidade a partir de conhecimentos específicos desde o cultivo, passando pela torra, pelo preparo técnico e a prática da degustação, que baseia-se em

uma nomenclatura dada associada à percepção dos cinco sentidos. Apesar de as sensações serem compreendidas por meio da experiência da prova de diversos grãos de café, estas noções não parecem ser relacionadas a um entendimento subjetivo do barista, visto que os aromas e sabores são indicados nas embalagens dos grãos especiais, sugerindo as sensações percebidas na xícara. O barista é ensinado a buscar esta sensibilidade específica, guiados ou “teleguiados” por categorias aprendidas com os mestres baristas e que são utilizadas pelos profissionais para, supostamente, ensinar os clientes das cafeterias a apreciar o café. Também, em sua performance, quando em contato com o público, os baristas representam suas técnicas e saberes sob uma perspectiva quase mística, apresentando uma definição de situação favorável a sua atividade e ao mercado especializado, com o propósito de influenciar a compreensão do público sobre o serviço prestado e o produto. Outro ponto que deve ser considerado é que eles descrevem os processos desde o cultivo, falando da planta, do beneficiamento, como acontece a torra, as etapas até o preparo do café, mas muitos dos informantes entrevistados não tem a vivência com o campo e o cafezal e, por vezes, não se relacionam com o cafeicultor ou com o mestre de torra.

A partir do discurso dos baristas, observamos que em diversos momentos os atores falam de si e de sua atividade segundo uma visão privilegiada do mercado ao mesmo tempo considerada incompreendida, uma vez que os consumidores são qualificados pelos próprios profissionais como, em sua maioria, desinteressados das práticas e do consumo constituídos e divulgados no mercado especializado. Da parte do barista há uma busca pelo reconhecimento de sua posição de prestígio, em que apresenta as modalidades, tidas como adequadas, aos consumidores. Por outro lado, este esforço, por vezes, entra em conflito com a perspectiva do cliente que, a partir de sentidos outros constituídos em um hábito diário relacionado à sociabilidade, mantém sua visão subjetiva sobre o serviço e o café, podendo constranger o barista que tem intenção de exercer uma pedagogia do consumo.

Indo além, muitos informantes entrevistados nesta pesquisa comentaram sobre um perfil dos baristas, instituído com base nos significados próprios do mercado de cafés especiais e relacionado a uma geração jovem, que em um contexto econômico e político bem particular, buscam profissões distantes das usuais, como médico ou advogado, por serem estimulados pela experimentação e por uma noção talvez romântica da vocação, em que os informantes sugeriram

que as experiências vividas se tornam mais importantes do que o salário e compensam certas dificuldades inerentes às profissões do setor de serviços.

Finalmente, compreendemos que a análise do universo mais amplo dos cafés especiais reúne indivíduos com experiências de vida e perspectivas diversas sobre este sistema, de forma que a fala dos produtores de café se torna diferenciada em certa medida da fala dos baristas analisados aqui, apesar de compartilharem conhecimentos e códigos específicos. Como é próprio do interacionismo simbólico, os indivíduos atribuem sentidos e definem comportamentos a partir da interação social com outros atores, onde interpretam e expressam uma definição particular da situação e que varia de acordo com o ator e com as próprias circunstâncias deste arranjo social. Assim, entendemos que o sistema social investigado aqui – o mundo dos cafés especiais - dependendo da perspectiva considerada, gera novas apreensões e sentidos muito particulares.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECKER, Howard S. **Outsiders**: estudos de sociologia do desvio. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

_____. A Escola de Chicago. In: **Mana**: estudos de antropologia social. vol. 2, n. 2, out, 1996. p. 177-188. Rio de Janeiro: Programa de Pós-graduação em Antropologia Social do Museu nacional do Rio de Janeiro – UFRJ, 1996.

BLUMER, Herbert. **Symbolic interactionism**: perspective and method. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1969.

_____. A natureza do interacionismo simbólico. In: MORTENSEN, Charles (Org.) **Teoria da Comunicação**: textos básicos. São Paulo: Mosaico, 1980.

BOSI, Maria L. M. Capítulo 1: Profissões e profissionalização: O debate teórico. In: **Profissionalização e conhecimento, a nutrição em questão**. São Paulo: Ed. HUCITEC., 1996. p. 35 - 56.

DA MATTA, R. **O Ofício do Etnólogo ou como ter “Anthropological Blues”**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p. 23- 35.

GASTALDO, Édison. Goffman e as relações de poder na vida cotidiana. In: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, n. 68, p. 149–153. out. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v23n68/v23n68a13.pdf>.

GOFFMAN, Erving. **A Representação do eu na vida cotidiana**. 20 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

LAGES, Mauricio P. **A formação do consumo gourmet no Brasil**: o caso dos cafés especiais e dos corpos que os acompanham. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Sociologia, Universidade de Brasília. Brasília, 2015.

MARTINELLI, Fernanda. **PIRATARIA S.A.**: circulação de bens, pessoas e informação nas práticas de consumo. Rio de Janeiro, 2011. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) - Escola

de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

PARK, Robert E. **Race and Culture**. Glencoe, Ill: The Free Press, 1950, p. 249.

VELHO, Gilberto. Becker, Goffman e a Antropologia no Brasil. In: **ILHA: Revista de Antropologia**. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, vol. 4, n. 1, jul, 2002, p. 5-16. Rio de Janeiro: Programa de Pós-graduação em Antropologia Social do Museu nacional do Rio de Janeiro – UFRJ, 2002.

WILENSKY, Harold L. The Professionalization of everyone?. In: **American Journal of Sociology**. University of Chicago Press, v. 70, n. 2, p. 137-158. sep. 1964. Disponível em: http://www.jstor.org/stable/2775206?seq=1#page_scan_tab_contents.

OUTRAS REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CAFÉ E BARISTA. **O Barista**. Disponível em: <http://www.acbb.com.br/o-barista/>. Acesso em: 29 agosto 2015.

BRESSANI, Edgard. **Guia do Barista: da origem do café ao espresso perfeito**. 3 ed. São Paulo: Café Editora, 2011.

CASA DO BARISTA. **Curso Básico de Barista**. Rio de Janeiro, jul. 2015

CONHEÇA BRASÍLIA. **Sobre Brasília**. Disponível em: <http://conhecabrasilia.com.br/sobre/index.html>. Acesso em: 30 out. 2015.

DEGUSTAÇÃO. Flower Power. In: **Revista Espresso**, ed. 49, 2015.

FAMOUS SCIENTISTS. **Ernesto Illy**. Disponível em: <http://www.famousscintists.org/ernesto-illy/>. Acesso em: 28 out. 2015.

FOLGERS COFFEE; Disponível em: <http://www.folgerscoffee.com/about-us/folgers-history>. Acesso em: 3 set. 2015.

HERSZKOWICZ, Nathan; RAPOSEIRAS, Isabela; SHOP, Jacques. **Chefs Café**. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2012.

KUBOTA, Lily. The Tasting Experience: Our Five Senses and Some of the Ways They Influence Each Other. In: **The Specialty Coffee Chronicle A Publication of The Specialty Coffee Association of America (SCAA)**, jul. 2012. Disponível em: <http://www.scaa.org/chronicle/2012/07/06/the-tasting-experience-our-five-senses-and-some-of-the-ways-they-influence-each-other/>. Acesso em: 4 set. 2015

MARCELINA, Concetta; COUTO, Cristina. **Sou Barista**. São Paulo: Editora Senac São Paulo; Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2013.

QUER O TRABALHO DELA?. Com a barista Isabela Raposeiras. In: **Meus 5 Minutos**, jul. 2013. Disponível em: <http://globotv.globo.com/editora-globo/site-meus-5-minutos/v/quer-o-trabalho-dela-com-a-barista-isabela-raposeiras/2698596/>. Acesso em: 30 out. 2015.

RAPOSEIRAS, Isabela. In: **Quem sou eu.** jul, 2008. Disponível em: <http://isabelaraposeiras.blogspot.com.br/>. Acesso em: 4 set. 2015.

CRAFT BEVERAGE JOBS. **The History of First, Second, and Third Wave Coffee.** mar. 2015. Disponível em: <http://www.craftbeveragejobs.com/the-history-of-first-second-and-third-wave-coffee-22315/>; Acesso em: 31 jul. 2015.

THE SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION OF AMERICA (SCAA); Disponível em: <https://www.scaa.org/?page=resources&d=scaa-flavor-wheel>. Acesso em: 3 set. 2015

THE SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION FROM EUROPE (SCAE); Disponível em: <http://scae.com/>. Acesso em: 3 set. 2015.

WRECKING BALL COFFEE ROASTERS; Disponível em: <http://www.wreckingballcoffee.com/>. Acesso em: 3 set. 2015.