

Universidade de Brasília
Instituto de Ciências Sociais
Departamento de Antropologia
Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social

GABRIELA OLIVEIRA SABADINI

EM BUSCA DE SABORES ESPECIAIS: fabulações sobre a qualidade do gosto nas
cafeterias de Brasília

BRASÍLIA
2025

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

GABRIELA OLIVEIRA SABADINI

EM BUSCA DE SABORES ESPECIAIS: fabulações sobre a qualidade do gosto nas
cafeterias de Brasília

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Antropologia Social da
Universidade de Brasília como requisito parcial
para obtenção do título de Mestre em
Antropologia Social.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Alexandre Barboza Plínio
dos Santos

Coorientadora: Prof.^a Dra. Ellen Fensterseifer
Woortmann

BRASÍLIA
2025

GABRIELA OLIVEIRA SABADINI

EM BUSCA DE SABORES ESPECIAIS: fabulações sobre a qualidade do gosto nas
cafeterias de Brasília

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da
Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em
Antropologia Social.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Carlos Alexandre Barboza Plínio dos Santos
Presidente da banca – PPGAS/DAN/UnB

Prof.^a Dra. Sílvia Maria Ferreira Guimarães
Examinadora interna – PPGAS/DAN/UnB

Prof.^a Dra. Julie Antoinette Cavignac
Examinadora externa – PPGAS/DAN/UFRN

Prof.^a Dra. Stephanie Nasuti
Suplente – CDS/UnB

AGRADECIMENTOS

Concluir este mestrado não foi uma tarefa fácil. Na verdade, muitas vezes duvidei se conseguiria chegar até o fim. Felizmente, ao longo do caminho, encontrei pessoas que me lembraram – com suas presenças, palavras e gestos – que era possível, sim, continuar e concluir essa etapa.

Primeiramente, agradeço ao meu avô, meu maior exemplo de força e resistência. Após enfrentar um câncer, inúmeras complicações de saúde e sucessivas hospitalizações durante todo o ano de 2023, sobreviveu e está aqui, testemunhando comigo a conclusão dessa etapa tão importante da minha vida. A sua vida e permanência neste plano me ensinaram sobre persistência mais do que qualquer coisa.

À minha mãe, que foi colo e me deu coragem nos dias difíceis; ao meu padrasto Rodrigo, um dos maiores amantes de café que conheço, que compartilhou comigo não apenas bons cafés, mas também entusiasmo e incentivo; e à minha irmã Lívia, com quem dividi boas risadas e reflexões nesse processo. Sem vocês, nada disso teria sido possível.

Às minhas tias Marina e Leninha, fontes inesgotáveis de fé em mim. Um agradecimento especial à Marina, que com tanto carinho e generosidade, tem me ajudado a revisar esta dissertação, me ajudando a dar forma final a tantas ideias que resistiram no papel.

À minha parceira e esposa Stephanie. Ter tido o privilégio e a sorte de conhecê-la e construído essa aliança no meio dessa jornada foi um dos maiores presentes que a vida me deu. A conclusão deste mestrado representa também uma nova fase para nós duas. Obrigada pela paciência, por acreditar em mim nos momentos em que eu mesma não conseguia, por me acalmar todas as vezes em que eu me desesperei, e por sonhar junto comigo. Que este seja só o início da vida que vamos viver juntas.

Agradeço profundamente ao Departamento de Antropologia da Universidade de Brasília pela oportunidade de ingressar neste programa. Ao meu orientador, Carlos Alexandre, por sua presença sempre tranquila e acolhedora e também por todos os conselhos e ensinamentos compartilhados. À professora Ellen Woortmann, cujas ideias e textos fundaram muito do que pensei e escrevi aqui. Ao professor Guilherme de Sá, pela escuta, compreensão e pelas portas sempre abertas para conversar. À secretaria do DAN, especialmente à Rosa e à Kedma, pela prontidão e acolhimento constante.

Agradeço, com imensa admiração e respeito, a todos os meus interlocutores – baristas, empresários, fazendeiros e profissionais do café – que generosamente compartilharam comigo seus saberes e paixões. Cada conversa foi uma oportunidade única de aprendizado, onde

compreendi que por trás de uma xícara de café existem histórias de vida, escolhas, desafios e um compromisso profundo com a qualidade. A troca com vocês foi fundamental para a construção deste trabalho e, mais do que dados, me ofereceram perspectivas e sentidos que transformaram minha própria forma de olhar e experienciar o mundo do café. Muito obrigada por abrirem suas rotinas e seus pensamentos com tanta disponibilidade.

Aos colegas do PPGAS que conheci e com quem estreitei laços em 2022 – um ano que foi, sem dúvida, muito especial na minha vida. Obrigada, Luísa Muccillo, Ivo, Pedro Ribas, Ana Paula, Caio Mader, Lara Noronha, Diego Flôres, Luiza Rosa e tantos outros, por fazerem parte de um mundo de novas experiências e trocas que me marcaram profundamente.

Aos meus amigos de longa data – Pedro Gabriel, Felipe, Luísa Moretti, Larissa Teixeira e Bia Moura – que sempre caminharam ao meu lado, mesmo quando nossos caminhos pareciam distantes ou distintos. Obrigada por serem raízes firmes em minha história.

Aos demais amigos que estiveram comigo neste percurso: Leandro, Mazoka, Bella, Sarah, Perrokitos, Maria Angélica, Sanf, Adri, Ju, Israel, Isa Brasil, Isa Fortes, Brenda Lee e tantos outros que ofereceram apoio e momentos de descontração.

Às meninas do futsal e à galera da queimada – obrigada por me lembrarem que o corpo precisa de movimento, de respiro e de comunidade. O esporte salva vidas!

À Nina, Marina Puzzilli, Mariana Petruceli e aos bichos Pablita e Júnior: obrigada por me oferecerem acolhimento, ideias, jogos e comidinhas na reta final desta dissertação. Foi nesse refúgio que encontrei forças para concluir com garra o que comecei com dúvidas.

Por fim, agradeço também às professoras Sílvia Guimarães, Julie Cavnac e Stephanie Nasuti por aceitarem compor a banca deste trabalho. É uma honra e um privilégio tê-las como leitoras e examinadoras.

Encerro meus agradecimentos com a esperança sincera de que este trabalho possa contribuir, ainda que modestamente, com o caminho e o pensamento de outras pessoas. Que ele seja instigante e que, de alguma forma, reverbere para além das páginas que escrevi.

RESUMO

Esta dissertação investiga os processos sociais, simbólicos e econômicos que envolvem a valorização dos cafés especiais no Brasil contemporâneo, a partir da análise e observação das cafeterias do Plano Piloto de Brasília. A pesquisa parte da hipótese de que o consumo de cafés especiais opera como prática de distinção social, articulando saberes técnicos, regimes de valor e performances sensoriais que atravessam a cadeia produtiva do grão. A abordagem metodológica adotada foi a etnografia, tendo como foco a observação do mercado de cafés especiais em Brasília. Essas observações foram feitas em visitas à cafeterias, feiras gastronômicas e um minicurso em uma fazenda de café no Distrito Federal. Além disso, foram realizadas entrevistas com baristas, empreendedores e consumidores desse nicho de mercado. O trabalho divide-se em três capítulos complementares. O primeiro realiza uma revisão histórica da trajetória do café, desde suas origens até seu papel na formação econômica e simbólica no Brasil, com atenção especial à transição recente para o nicho *gourmet*. O segundo capítulo desenvolve uma revisão teórica sobre os conceitos de gosto, distinção e valor, para discutir como o café especial é construído como objeto legítimo no mercado e na cultura. O terceiro capítulo apresenta os dados de campo, destacando os diferentes agentes envolvidos na cena dos cafés especiais em Brasília e as estratégias narrativas, sensoriais e estéticas por eles mobilizadas. Analisa-se a maneira como os espaços de consumo operam como palcos de prestígio e espaços para a educação do gosto. A dissertação conclui que o café especial, longe de ser apenas uma bebida, constitui-se como um artefato social denso, capaz de representar disputas por reconhecimento, qualidade, moralidades alimentares e estilos de vida. Ao tratar o gosto como construção social e o consumo como prática performativa, o trabalho contribui para os debates da Antropologia da Alimentação.

Palavras-chave: cafés especiais; gosto; distinção; gourmetização; mercado do café.

ABSTRACT

This dissertation investigates the social, symbolic, and economic processes involved in the appreciation of specialty coffees in contemporary Brazil, based on the analysis and observation of cafés located in Brasília's Plano Piloto. The research is grounded on the hypothesis that the consumption of specialty coffee operates as a practice of social distinction, articulating technical knowledge, regimes of value, and sensory performances that traverse the coffee production chain. The methodological approach adopted was ethnography, with a focus on observing the specialty coffee market in Brasília. These observations were conducted through visits to coffee shops, gastronomic fairs, and a short course held at a coffee farm in the Federal District. In addition, interviews were conducted with baristas, entrepreneurs, and consumers within this market niche. The work is structured into three complementary chapters. The first chapter provides a historical review of coffee's trajectory, from its origins to its role in Brazil's economic and symbolic formation, with special attention to the recent transition toward the gourmet niche. The second chapter presents a theoretical review of the concepts of taste, distinction, and value, in order to discuss how specialty coffee is constructed as a legitimate object in both the market and culture. The third chapter presents field data, highlighting the different actors involved in Brasília's specialty coffee scene and the narrative, sensory, and aesthetic strategies they mobilize. It analyzes how consumption spaces function as stages of prestige and as sites for the education of taste. The dissertation concludes that specialty coffee, far from being merely a beverage, constitutes a dense social artifact, capable of representing disputes over recognition, quality, food moralities, and lifestyles. By treating taste as a social construction and consumption as a performative practice, this work contributes to debates within the Anthropology of Food.

Keywords: specialty coffee; taste; distinction; gourmetization; coffee market.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ranking de países produtores de café em 2024.....	14
Figura 2: Tabela de principais destinos dos cafés exportados pelo Brasil em 2024.....	15
Figura 3: Mapa do percurso do café da África para Arábia.....	29
Figura 4: Bandeira do Brasil Império (1822), Jean-Baptiste Debret.....	37
Figura 5: Gravura intitulada “Plantação de café” (1839), Johann Jacob Steinmann.....	39
Figura 6: Mapa do percurso do café em São Paulo.....	40
Figura 7: Gravura intitulada “Recolte du café” (1835), Johann Moritz Rugendas.....	42
Figura 8: Obra intitulada “Carregadores de café a caminho da cidade” (1826), Jean-Baptiste Debret.....	42
Figura 9: Obra intitulada “Peneirando Café” (1957), Candido Portinari.....	55
Figura 10: Gráfico da evolução do consumo interno de café em sacas e per-capita no Brasil, de 1965 a 2024.....	73
Figura 11: Gráfico da variação de preço do café ao consumidor no ano de 2024.....	74
Figura 12: Gráfico da variação de preço do café matéria-prima e do café no varejo no ano de 2024.....	74
Figura 13: Gráfico comparativo do ticket médio do consumidor de café analisado por região e por nível socioeconômico no ano de 2024.....	75
Figura 14: Infográfico sobre os produtos certificados de acordo com sua qualidade, sobre os diferentes portes de indústrias de café e consumo por região no ano de 2024.....	75
Figura 15: Gráfico presente no texto de Siqueira (2005).....	77
Figura 16: Preço médio da saca de café no Brasil de 1997 a Janeiro de 2025.....	77
Figura 17: Imagem que ilustra as diferenças de qualidade entre os cinco tipos de café disponíveis em mercados no Brasil.....	87
Figura 18: Roda de sabores do café.....	90
Figura 19: Imagem que representa o cinturão do café (bean belt).....	92
Figura 20: Mapa das regiões de origem do café no Brasil.....	97
Figura 21: Flores brancas do cafeeiro.....	119
Figura 22: Visita à fazenda e cafeeiros.....	120
Figura 23: Ramos dos cafeeiros com frutos.....	121

Figura 24: Café boia.....	122
Figura 25: Grão de café.....	123
Figura 26: Depois da torra, os grãos de café ainda quentes giram no resfriador da máquina.....	124
Figura 27: A plantação de café avança em linhas simétricas sob o céu amplo do cerrado.....	125
Figura 28: Pôr-do-sol na fazenda de café.....	126
Figura 29: Amostras de diferentes grãos crus oriundos de diferentes regiões produtoras.....	128
Figura 30: Ambiente da cafeteria de João.....	131
Figura 31: Mapa afetivo dos cafés de Brasília.....	134

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1. Os caminhos percorridos.....	16
2. A escolha por observar algo muito familiar.....	18
3. Enxergando a rede dos cafés a partir do consumo.....	20
CAPÍTULO I - HISTÓRIA GERAL E ACONTECIMENTOS PRECURSORES AO SURGIMENTO DOS CAFÉS ESPECIAIS.....	24
1. As origens do café: Etiópia e Arábia.....	24
2. O café na Europa.....	26
3. Vinda do café para o Brasil colônia (1500 a 1822):.....	31
4. A consolidação do café no Brasil Império (1822-1889).....	36
5. A República Velha (1889-1930), o coronelismo e os episódios de defesa da economia cafeeira.....	48
6. A Era Vargas e a centralização da economia cafeeira.....	55
7. O papel do café no período Pós-Era Vargas (1946-1963) e Ditadura Militar (1964-1985) 60	
8. Café, redemocratização e século XXI: o fenômeno da gourmetização dos cafés e a ascensão dos cafés especiais.....	66
CAPÍTULO II - SENTIDOS EM DISPUTA E HIERARQUIAS DO PALADAR: A PRODUÇÃO DO GOSTO E DO CONSUMO DISTINTIVO NO UNIVERSO DOS CAFÉS ESPECIAIS.....	78
1. O universo dos cafés especiais: conhecendo técnicas, ritualidades e linguagem.....	79
2. Terroir: o conceito de gosto do local.....	93
3. Gosto e distinção: como o café especial marca diferenças sociais.....	99
4. O mercado do gosto: consumo, status e capitalismo.....	106
5. O café como ator: o café como operador sociotécnico de distinção.....	114
CAPÍTULO III - O FENÔMENO DA GOURMETIZAÇÃO DO CAFÉ ANALISADO A PARTIR DA OBSERVAÇÃO DO MERCADO DE CAFÉS ESPECIAIS EM BRASÍLIA. 119	
1. No início da cadeia: visitando uma fazenda de café no Distrito Federal.....	119
2. Arquitetos da experiência: conversando com proprietários de cafeterias em Brasília..	130
3. Onde produtores, consumidores e especialistas se encontram: as feiras de café como espaços de interações em Brasília.....	139
4. As cafeterias como palco do status: cenários de prestígio em ação.....	142
5. Baristas como autoridades do paladar: construindo valor na xícara.....	144
6. Consumidores e o gosto cultivado: expertise a partir do final da cadeia.....	148
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	153
Referências Bibliográficas.....	155

INTRODUÇÃO

Como observa Martins (2012), é possível narrar a história das sociedades por meio das bebidas – sejam elas cerveja, vinho, destilados, chá ou mesmo refrigerantes. Ao meu ver, essa perspectiva pode ser ampliada: não apenas bebidas, mas diversas outras *commodities* e comidas têm servido como lentes privilegiadas para compreender transformações históricas, culturais e econômicas. Diversos antropólogos seguiram esse caminho ao analisar produtos específicos como o açúcar (Mintz, 1985), o café (West, 2012), o queijo (Paxson, 2013), os cogumelos (Tsing, 2015) e o açaí (Ribas, 2024). Cada uma dessas mercadorias, situada em seus contextos particulares de produção e circulação, revela processos sociais e disputas de valor que atravessam dinâmicas locais e globais, compondo narrativas plurais da história e das relações humanas.

Na Antropologia (e mais amplamente nas Ciências Sociais) compreendemos a comida/bebida e a alimentação como fenômenos que expressam e modelam processos sociais amplos. Nesse sentido, o ato de cozinhar e de comer/beber ultrapassa sua função fisiológica, assumindo um papel simbólico e relacional de primeira ordem. Como argumenta Simmel (2004), a refeição é um exemplo privilegiado de como necessidades básicas – como a fome – podem ser socializadas, normatizadas e esteticamente estilizadas, revelando dimensões hierárquicas, classificatórias e éticas da vida em sociedade. Comer junto transforma o individualismo do ato de alimentar-se em uma experiência coletiva regulada por convenções, etiquetas, moralidades e pertencimentos. Não por acaso, o sociólogo destaca que mesmo um gesto tão trivial como comer pode tornar-se portador de valores elevados, desde que inserido em formas de sociabilidade como o banquete, o ritual ou o jantar cotidiano. Por isso, os atos de cozinhar e alimentar-se podem ser vistos como manifestações da complexidade social, reunindo de maneira integrada, em um só ato, aspectos morais, religiosos, simbólicos, econômicos, políticos e estéticos, tal como propôs Mauss (2003) ao descrever os chamados “fatos sociais totais”.

O ato de comer e a alimentação passaram a ser objetos de teorização na Antropologia desde seus primórdios, com autores clássicos que perceberam nessas práticas dimensões fundamentais da vida social. Boas (1888), por exemplo, em sua etnografia entre os inuítes, analisou hábitos alimentares como a pesca, a caça, o consumo de carne crua, o armazenamento de alimentos e os rituais relacionados à comida, mostrando como a alimentação está profundamente conectada ao ambiente, à cosmologia e à organização social desses povos. Em outro estudo fundamental sobre os Kwakiutl, Boas (1921) descreve

detalhadamente as cerimônias alimentares, como o *potlatch*, nas quais a comida desempenha papel central na redistribuição de riqueza, na afirmação de *status* e na expressão de alianças sociais. Hurston (1935), aluna de Boas, retrata as práticas alimentares das populações negras do Sul dos Estados Unidos como parte fundamental da vida cotidiana e da cultura afro-americana. Combinando etnografia e literatura, a autora descreve receitas, modos de preparo e o papel social da comida, evidenciando como a alimentação opera como espaço de resistência, memória e construção coletiva de sentido.

Malinowski (1978) se atentou ao papel das trocas alimentares no estabelecimento de laços sociais e econômicos, mostrando como alimentos como o inhame, entre os trobriandeses, assumem papéis cerimoniais e políticos. Richards (1932), em uma análise funcionalista como a de Malinowski, realizou uma das primeiras teses dedicadas inteiramente à alimentação, demonstrando como os ciclos de fome e trabalho modelam relações sociais, autoridade e religião, numa abordagem funcionalista que influenciou gerações de estudiosos. Evans-Pritchard (1978), ao estudar os Nuer, evidenciou a centralidade do gado, fonte alimentar e simbólica, na organização da vida social, religiosa e econômica desse grupo.

Lévi-Strauss (2004) inaugurou uma perspectiva estruturalista ao falar de alimentação, formulando o “triângulo culinário” – cru, cozido e apodrecido –, no qual propõe que as formas de preparo dos alimentos são estruturas simbólicas que mediam a relação entre natureza e cultura. Em sua outra obra, *A origem dos modos à mesa* (1968), o autor aprofunda essa reflexão ao analisar como os modos de comer – como sentar à mesa, usar talheres, servir-se – são formas codificadas de expressar e reproduzir hierarquias, moralidades e diferenças sociais. A mesa, nesse contexto, torna-se um microcosmo das estruturas sociais.

Essa tradição foi aprofundada por Verdier (1969), que propôs uma abordagem sistemática da cozinha como prática cultural dotada de lógica própria, intimamente relacionada a gênero, rituais, medicina popular e saberes cotidianos. Montanari (2008) sustenta que os hábitos alimentares são historicamente construídos e culturalmente situados, refutando mais uma vez a ideia de uma alimentação natural ou universal. Essa perspectiva é amplamente desenvolvida por Contreras e Gracia (2005), que reafirmam a importância da consolidação de uma Antropologia da Alimentação, já que esta constitui um fenômeno biocultural no qual se articulam fatores materiais e simbólicos, e cuja análise permite compreender as inter-relações entre o corpo, a cultura e o pensamento. Em conjunto, essas obras mostram que o comer é, ao mesmo tempo, uma necessidade biológica e um fenômeno cultural profundamente enraizado em sistemas de pensamento, valores e práticas sociais.

A análise da Antropologia também se expande especificamente às bebidas, como mostra Douglas (1987), argumentando que o ato de beber deve ser compreendido como prática social estruturante. Esse olhar se revela em estudos como o de Silva (2019), que explora os significados sociais da cachaça brasileira, mostrando como seu consumo articula disputas por prestígio, estigmas e reconfigurações contemporâneas de gosto e pertencimento. Da mesma forma, Silva (2000), ao investigar a alimentação das classes médias urbanas, revela como a cerveja, símbolo cotidiano da sociabilidade brasileira, expressa dinâmicas de classe, gênero e tradição.

Apesar das bebidas alcoólicas muitas vezes estarem no centro dessas análises antropológicas, em razão de seus efeitos evidentes sobre a sociabilidade – especialmente pela capacidade de alterar estados de consciência e facilitar interações em contextos rituais ou cotidianos –, o café também exerce um papel significativo na construção de vínculos sociais e culturais. Ainda que seus efeitos corporais estejam mais associados ao estímulo da atenção e à vigília, o café tem sido historicamente mobilizado como catalisador de práticas sociais. Desde os primeiros registros do consumo urbano de café no mundo árabe, formou-se ao seu redor uma rede densa de sociabilidades.

Foi na Europa moderna que as cafeterias se consolidaram como espaços públicos de encontro entre membros da elite intelectual e artística, funcionando como verdadeiros salões onde ideias circulavam e se criavam. Mais do que uma bebida, o café passou a mediar práticas culturais e formas de convivência que extrapolam seu consumo material. Nessa perspectiva, é possível afirmar que o café participa do processo pelo qual as pessoas ativamente “inventam” cultura – ao transformar práticas ordinárias em expressões significativas de identidade, pertencimento e criatividade simbólica (Wagner, 2010).

A bebida passou a interessar a diversos estudiosos de diferentes áreas do conhecimento, especialmente a partir do século XX: na História, o café tornou-se objeto privilegiado de análise por ser força motriz da formação econômica, social e política do Brasil, sendo central para a compreensão da escravidão, da imigração, da urbanização e da constituição das elites agrárias; na Economia, o café foi analisado como um dos pilares do crescimento do país, influenciando políticas cambiais, estratégias de intervenção estatal e o desenvolvimento do mercado interno – especialmente diante das crises de superprodução e dos mecanismos de valorização do produto; e na Agronomia, os estudos se concentraram em aspectos técnicos da cultura cafeeira: adaptação de variedades, manejo de solo, controle de pragas e inovações tecnológicas para aumento da produtividade.

Paralelamente à produção científica, o Brasil consolidava-se como principal produtor mundial do grão, e as safras generosas oriundas dos cafezais sustentaram o Império, viabilizaram a República e moldaram a formação social e territorial do país. A cafeicultura delineou um país de paradoxos – de monoculturas e cidades, latifúndios e imigrantes, escravidão e modernização – e articulou-se ao sistema econômico mundial, fazendo da economia do café um dos motores do capitalismo periférico. No Brasil, o grão foi alçado à condição de *commodity* e ocupou lugar central no projeto econômico nacional.



Figura 1: Ranking de países produtores de café em 2024. Podemos observar que até os dias de hoje o Brasil é o grande fornecedor mundial de café. Fonte: <https://www.poder360.com.br/poder-agro/producao-mundial-de-cafe-cresce-4-em-2024/>. Último acesso em: 05/05/2025.

1.15. EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CAFÉ PARA OS PRINCIPAIS DESTINOS

Período: janeiro a dezembro

Sacas 60 Kg

PAÍSES DE DESTINO	jan-dez 2024	jan-dez 2023	Var.%
E.U.A.	8.130.938	6.068.108	33,99%
Alemanha	7.589.662	5.016.704	51,29%
Belgica	4.347.838	2.213.474	96,43%
Italia	3.913.706	3.131.929	24,96%
Japao	2.211.487	2.359.517	-6,27%
Espanha	1.613.014	965.184	67,12%
Países Baixos (Holanda)	1.590.863	1.233.300	28,99%
Mexico	1.503.722	616.317	143,99%
Turquia	1.494.348	1.365.775	9,41%
Russian Federation	1.372.491	682.648	101,05%
Sub-total	33.768.069	23.652.956	42,76%
Outros	16.674.968	15.592.817	6,94%
TOTAL GERAL	50.443.037	39.245.773	28,53%

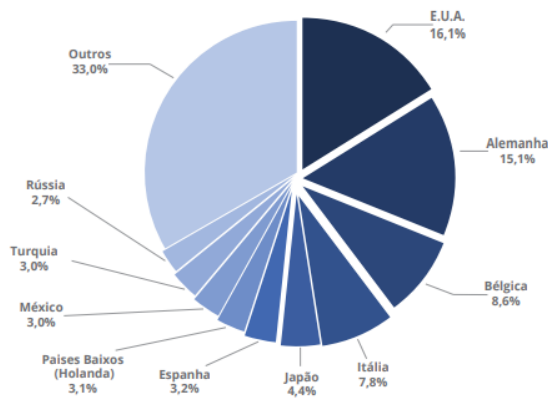


Figura 2: Tabela de principais destinos dos cafês exportados pelo Brasil em 2024. Aqui podemos confirmar que o Brasil sustenta, em grande parte, o consumo de países europeus e dos Estados Unidos. Fonte: Cecafê, 2024. Disponível em:

<https://www.aeb.org.br/wp-content/uploads/2025/01/CECAFE-Relatorio-Mensal-DEZEMBRO-2024.pdf>

Último acesso em: 01/05/2025.

Com a superoferta e a necessidade de absorver os excedentes, construiu-se também um mercado interno. O café passou a ser integrado ao cotidiano brasileiro, tornando-se um hábito diário e um marcador de sociabilidade. Como observa Lapa (1987: 8), “aqui, o sorvemos com ligeireza, como convém ao nosso subdesenvolvimento, mas, lá, no estrangeiro, tem-se o bom gosto de tomá-lo sentado, sem pressa, alimentando conversa fiada ou grandes negócios”, evidenciando contrastes culturais. Essa comparação do autor revela mais do que diferenças de hábito: aponta para uma hierarquização simbólica das formas de beber café, frequentemente ancorada em desigualdades econômicas históricas.

Enquanto no “estrangeiro” o consomem como iguaria refinada e símbolo de distinção (Bourdieu, 2007), países como o Brasil foram, por muito tempo, relegados ao papel de fornecedores brutos da mercadoria. A frase de Lapa (1987) ironiza a maneira acelerada e utilitária com que o café é muitas vezes consumido no Brasil, revelando uma ideia implícita de que haveria uma “forma correta” de apreciá-lo – mais lenta, contemplativa, e associada ao lazer e um elevado nível de capital cultural. Essa normatividade no modo de beber não apenas marca distinções de gosto, mas também reflete as contradições do capitalismo, em que o café é produzido nos trópicos como *commodity* e ressignificado nos centros urbanos do norte global como experiência sensorial e cultural sofisticada.

Mais recentemente, esse panorama vem sendo reconfigurado no Brasil com o surgimento do movimento dos cafês especiais. Trata-se de um fenômeno que vai além da

busca por qualidade sensorial, envolvendo práticas de distinção social, criação de um nicho de mercado e *status*. A emergência dessa nova etapa da cadeia produtiva inaugura um campo fértil para análise antropológica. É nesse contexto que se insere esta pesquisa, cujo objetivo é compreender como e por quê esse fenômeno se desenvolveu, a partir da observação etnográfica da cena dos cafés especiais em Brasília. A investigação busca revelar os sentidos sociais e culturais atribuídos à bebida e aos espaços que a cercam, observando como se inventam novas formas de sociabilidade, mercado, técnica, linguagem, estética e gosto.

1. Os caminhos percorridos

A escolha por estudar alimentação não surgiu ao acaso, tampouco de um interesse meramente acadêmico. Ela se enraíza em experiências que moldaram minha trajetória desde muito cedo. Desde criança me sinto profundamente conectada com o “cozinhar” e, depois de mais velha, com a gastronomia, em especial com a culinária goiana, que aprendi a valorizar não apenas como tradição, mas como um campo dinâmico de saberes e práticas cotidianas. Essa valorização ocorreu tanto por ter nascido e crescido em Brasília – cidade onde a presença da culinária goiana é marcante – quanto por fazer parte de uma família cuja ascendência tem raízes no Goiás.

Essa sensibilidade também foi alimentada por outras influências familiares. Minha família paterna é argentina, e desde a infância tive contato frequente com os modos de cozinhar e comer daquele país. A presença da cultura alimentar argentina em minha vida ganhou força especialmente por meio do meu tio, que é chef de cozinha e proprietário de um restaurante na praia da Pipa, no Rio Grande do Norte. Foi com ele que aprendi a olhar para a cozinha como espaço de criatividade, trabalho e troca – um lugar onde se constroem afetos e identidades, mas também disciplina e foco.

Durante a pandemia de Covid-19, essa relação com a alimentação se intensificou. Comecei a trabalhar em um café/restaurante, experiência que me aproximou do cotidiano de um pequeno empreendimento do setor de alimentos e bebidas. Ali, entre o balcão, os turnos de trabalho e as conversas com clientes e colegas, pude observar de perto como se constroem, na prática, noções de qualidade, atendimento, sabor e pertencimento. Essa vivência despertou inquietações que logo encontrariam espaço na universidade.

Ao cursar a disciplina de pós-graduação de Antropologia da Alimentação, ministrada pela professora Ellen Woortmann em 2022, fui apresentada às ferramentas teóricas e metodológicas que me permitiriam transformar essas inquietações em projeto de pesquisa. A disciplina me mostrou que comer é um fato social total (Mauss, 2003), e que os sistemas

alimentares são atravessados por relações de classe, gênero, raça, estética e poder. A professora me encorajou a explorar esse campo e, a partir de nossas conversas, formulei duas propostas iniciais.

A primeira ideia de pesquisa surgiu justamente a partir de minhas conexões familiares com a praia da Pipa (RN): investigar como se estruturava a relação entre gastronomia, turismo e produção local naquele território. O plano era compreender como restaurantes da região articulavam discursos de autenticidade e sustentabilidade, e como pequenos produtores locais se integravam (ou não) a essa cadeia. A segunda proposta se voltava para a existência de uma culinária típica goiana, examinada por meio da experiência de pequenos produtores rurais em Luziânia (GO), município vizinho ao Distrito Federal. Em ambas as propostas, o foco estava na valorização dos saberes locais e nas formas de articulação entre território, tradição e mercado. No entanto, por limitações logísticas e dificuldades de acesso durante a pandemia, nenhuma das duas ideias se consolidou como projeto de campo viável naquele momento.

Foi então, em uma conversa despretensiosa com um amigo – proprietário de uma rede de padarias em Brasília – que surgiu o ponto de inflexão da minha trajetória enquanto pesquisadora. Ele compartilhou comigo os planos da empresa para lançar uma linha própria de cafés especiais, voltada a um público interessado em experiências de consumo mais refinadas, mas sem abrir mão do perfil tradicional que caracteriza as padarias. Comentou, ainda, da existência de uma pequena fazenda de café que seu pai tinha adquirido em Minas Gerais, que futuramente poderia abastecer a nova linha de produtos da empresa. Essa escuta – marcada pelo entrelaçamento de amizade, afinidade temática e oportunidade concreta de observação – acendeu a fagulha que daria origem à proposta desta dissertação.

Foi assim que nasceu a ideia de seguir o café por suas etapas – da fazenda ao balcão da cafeteria, da plantação ao copo. Diferente de uma abordagem linear da cadeia produtiva, a proposta metodológica que se consolidou foi a de começar pelo fim: pelo ponto de consumo, pelas práticas de preparo, pelas escolhas de torra e pelos discursos que circulam entre consumidores, baristas e empreendedores. Inspirada por autores que pensam redes e agenciamentos, como Latour (2012), e por aqueles que analisam a produção do gosto enquanto construção social, como Bourdieu (2007; 2009), optei por etnografar o café, nos anos de 2023 e 2024, a partir de sua presença na cidade – nas padarias, cafeterias especiais e nas feiras gastronômicas – para então rastrear os atores, objetos, saberes e valores que tornam um café “especial”.

Esse percurso metodológico e pessoal – que articula experiências familiares, formação acadêmica e oportunidades de pesquisa – reflete uma aposta teórica: a de que o consumo não

é um ponto de chegada, mas um lugar ativo de produção de sentido. Começar pelo fim da cadeia é, nesse sentido, uma forma de tornar visíveis os circuitos, conflitos e negociações que compõem o mundo contemporâneo dos alimentos e das bebidas. Os caminhos percorridos até aqui revelam, portanto, tanto minha trajetória como pesquisadora quanto minha inserção em um campo de relações no qual o café, mais do que uma mercadoria, se apresenta como um objeto carregado de histórias, valores e disputas.

2. A escolha por observar algo muito familiar

Uma das decisões centrais desta pesquisa foi a de eleger como objeto de observação etnográfica algo profundamente inserido no cotidiano: o café. Essa escolha, embora metodologicamente desafiadora, nasce de uma vivência que antecede e atravessa o trabalho de campo – o café sempre esteve presente em minha vida, como está, de forma generalizada, na vida da maioria dos brasileiros. É servido nas casas, repartições públicas, encontros informais e momentos de trabalho. O café, nesse sentido, não é apenas uma bebida, mas um marcador de tempo, de sociabilidade e de afeto. Como observar, então, aquilo que está em toda parte, que se repete e parece tão naturalizado?

Concluí depois de um tempo que o café é, ao mesmo tempo, ordinário e extraordinário. Ordinário porque é cotidiano, está na cozinha de casa, no balcão da padaria e nos ambientes de trabalho de todos. Extraordinário porque, nos últimos anos, passou por um processo de ressignificação em certos circuitos urbanos: transformou-se em objeto de atenção estética, de refinamento técnico e de distinção cultural. Os cafés especiais, enquanto movimento recente, carregam esse duplo gesto de ruptura e continuidade: partem de uma bebida enraizada na cultura popular brasileira, mas a redesenham como produto diferenciado, sofisticado e, muitas vezes, inacessível a uma parte da população.

Esse paradoxo – entre familiaridade e inovação – foi uma das motivações para o desenvolvimento desta pesquisa. Observar o café especial significou, para mim, investigar não apenas um produto, mas um processo social em curso: a revalorização de algo comum a partir de novas lógicas de mercado, gosto e saber técnico. Por isso, decidi partir do cotidiano e de seus espaços mais evidentes para compreender como se constroi o valor do café especial e quais transformações ele produz nos modos de consumir, produzir e falar sobre essa bebida.

Escolher observar o familiar traz implicações teóricas e metodológicas relevantes. Como aponta Velho (1978), uma das contribuições mais fecundas da Antropologia contemporânea tem sido o deslocamento do olhar para contextos próximos, muitas vezes urbanos e familiares ao pesquisador. Essa escolha exige um esforço de distanciamento

analítico e de constante reflexividade, pois o risco da naturalização é maior quando o objeto não parece “exótico”. Para o autor, a observação do familiar obriga o pesquisador a exercitar um olhar que estranhe o que parece óbvio, rompendo com a ilusão de transparência dos fenômenos cotidianos. O etnógrafo, nesse caso, não se desloca apenas espacialmente, mas também epistemologicamente: é preciso aprender a ver de novo aquilo que se vê todo dia.

Esse exercício de “estranhamento do próximo” está intimamente relacionado à proposta de De Certeau; Giard e Mayol (1999). Para os autores, o cotidiano não é um dado inerte ou um mero cenário, mas um campo ativo de práticas criativas, de pequenas táticas e resistências. Ao estudarem o habitar e o cozinhar – ações ordinárias por excelência – os autores demonstram que os sujeitos “comuns” mobilizam saberes práticos e modos de fazer que escapam aos grandes sistemas de controle e classificação. Essas práticas, muitas vezes invisíveis à primeira vista, revelam modos de apropriação e reinvenção dos espaços, objetos e rituais. O café, nesse sentido, é um marcador privilegiado dessas micropolíticas do cotidiano: ele participa de rotinas domésticas, marca relações sociais, opera como mediador de trocas e experiências sensoriais.

Quando optei por acompanhar os cafés especiais, sabia que estava lidando com um objeto que opera nessa tensão entre o ordinário e o extraordinário. O desafio era justamente captar como algo tão familiar pode ser, ao mesmo tempo, reconfigurado como símbolo de sofisticação. A partir da perspectiva de De Certeau; Giard e Mayol (1999), essa reconfiguração pode ser vista como uma “invenção do cotidiano”: ao introduzir máquinas de café, balanças de precisão, métodos de torra e extração refinados e vocabulários técnicos nas cozinhas e balcões de estabelecimentos, os praticantes do café especial performam uma nova relação com um objeto antigo. Eles não apenas consomem café, eles o reescrevem.

A escolha de observar algo presente no meu próprio cotidiano também implicou uma postura cuidadosa. Em muitos momentos, tive que suspender meus próprios hábitos, preferências e julgamentos, escutando com atenção os gestos e discursos que me eram familiares, mas que agora demandavam outra escuta. A etnografia, nesse caso, foi uma ferramenta de reinscrição: pude me aproximar ainda mais do cotidiano comum ao meu olhar, mas observando-o com outras lentes, em um processo constante de tradução entre experiência vivida e análise teórica. Como já havia experimentado em pesquisas anteriores, trata-se de um gesto de olhar, ouvir e escrever (Cardoso de Oliveira, 1998) – uma tríade que orienta a escuta sensível dos sentidos e práticas compartilhadas.

Essa fórmula expressa os três momentos fundamentais do trabalho do antropólogo: o olhar que observa, o ouvir que escuta os ditos e não-ditos dos interlocutores, e a escrita que

organiza, interpreta e devolve sentido à experiência de campo. Para Cardoso de Oliveira (1998), esses momentos não são apenas etapas técnicas, mas implicam diferentes tipos de envolvimento do pesquisador com seu objeto. O “olhar” exige atenção flutuante e abertura à alteridade; o “ouvir” implica escuta atenta, capaz de captar não apenas conteúdos explícitos, mas tons, hesitações, gestos e ritmos da fala; e o “escrever” é sempre um ato de construção – e não de mera reprodução – da realidade observada. Esta pesquisa, portanto, insere-se na aposta teórica sugerida por De Certeau; Giard e Mayol (1999): a de que nos gestos ordinários – como o de servir uma xícara de café – estão inscritas formas de vida, valores e disputas que constituem o tecido da contemporaneidade.

3. Enxergando a rede dos cafés a partir do consumo

Peirano (1995; 2008) nos ensinou que etnografar é muito mais do que aplicar técnicas; trata-se de uma atitude teórica e epistemológica, de uma maneira de estar no campo e construir conhecimento a partir dele. Ela propõe que, ao contrário do senso comum acadêmico que associa etnografia a um conjunto de procedimentos objetivos e replicáveis, ela deve ser compreendida como uma forma de pensamento, uma “maneira de estar no mundo”. A etnografia não se limita a uma suposta neutralidade metodológica, mas está enraizada nas relações que o pesquisador estabelece com seus interlocutores, nas perguntas que emergem do campo e naquilo que o surpreende. Etnografar, nesse sentido, não é seguir um protocolo, mas deixar-se afetar (Favret-Saada, 2005).

Por isso, a decisão de etnografar as cafeterias e o consumo para poder compreender o fenômeno da gourmetização do café – ao invés de seguir linearmente toda a cadeia produtiva desta mercadoria, da fazenda à xícara – não foi uma simples “inversão” analítica, mas uma consequência da própria experiência de escuta, observação e presença no campo. Acompanhando o cotidiano das cafeterias especiais em Brasília, tornou-se evidente para mim que os discursos e práticas ali presentes não se limitam ao momento final do consumo. Pelo contrário, baristas, empreendedores e consumidores mobilizam constantemente referências às fazendas, aos métodos de processamento, aos perfis sensoriais dos grãos e aos produtores com quem estabelecem vínculos simbólicos e afetivos. Dessa forma, observei que os sentidos sobre produção, origem, qualidade e autenticidade são constantemente elaborados e performados no ponto final do consumo, sendo então projetados retroativamente para as etapas anteriores.

Através dessas falas, emergiu uma imagem daquilo que é convencionalmente chamado de “cadeia” do café – mas que talvez para este trabalho seja mais bem compreendida como uma

rede, no sentido proposto por Latour (2012). Afinal, o que se desenhou ao longo da pesquisa não foi um trajeto contínuo da produção ao consumo, ou do consumo à produção, mas uma tessitura de conexões discursivas que reconfiguram continuamente os lugares e os papéis dos atores envolvidos. Assim, mais do que observar diretamente cada etapa da cadeia, foi a partir do ponto final – o consumo – que essa rede de relações pôde ser reconstituída etnograficamente. Por isso, mais do que adotar a noção de “cadeia”, com sua linearidade e progressão causal, este trabalho se beneficia da ideia de “rede”, no sentido latouriano do termo: um arranjo dinâmico de relações que se atualizam nas interações, e não um trajeto fixo entre pólos definidos. Assim, a etnografia não percorreu fisicamente todos os elos da produção, mas captou, a partir do consumo, os fios que conectam material e simbolicamente diferentes atores, lugares e temporalidades em torno do café especial.

Como afirma Peirano (2008), a etnografia é uma “teoria vivida”, construída na dobra entre o vivido e o pensado. E como ela também argumenta, etnografar é um exercício de presença e de escuta, que se transforma conforme o campo transforma o pesquisador (Peirano, 1995). Por isso, minha etnografia não partiu de um plano fechado, mas de uma aposta aberta: a de que era possível acessar os sentidos da produção do café não apenas no lugar onde se planta e se colhe, mas também onde se serve, se interpreta e se consome.

Ao adotar essa perspectiva, minha etnografia se aproximou da proposta de etnografia multisituada, conforme formulada por Marcus (1995), que propõe deslocar a observação antropológica de um único local fixo para múltiplos pontos interligados por fluxos culturais, econômicos e simbólicos. Para o autor, em um contexto marcado pela globalização e pela reconfiguração dos sistemas produtivos e culturais, não é mais possível compreender os objetos da Antropologia a partir de uma localidade isolada. A etnografia, portanto, deve acompanhar a circulação de significados, práticas e objetos entre diferentes contextos, conectando redes que atravessam dicotomias como “local” e “global” ou “vida cotidiana” e “estrutura”.

Esse gesto etnográfico de “seguir a coisa” – neste caso, o café – também ressoa com as proposições apresentadas em Appadurai (1986). O autor propõe que os objetos de consumo devem ser analisados não como entidades estáticas ou meramente utilitárias, mas como bens cuja “vida social” pode ser investigada a partir de sua circulação entre diferentes regimes de valor. Para ele, a Antropologia deve se perguntar não apenas o que são as coisas, mas o que elas fazem, ou melhor, o que se faz com elas. Ao propor um deslocamento analítico do foco no objeto em si para os processos que o fazem circular, Appadurai (1986) chama atenção para os contextos sociais e simbólicos que atribuem valor a certos bens e não a outros. Assim, a

circulação deixa de ser apenas o transporte físico de mercadorias e passa a ser um campo estratégico de construção de significados, desejos, vínculos e disputas.

A partir dessa chave interpretativa, pude observar como, nas cafeterias especializadas, o café é ativado como objeto de valor por meio de diferentes regimes de significação: etiquetas com nomes de fazendas, descrições sensoriais precisas, referências a altitudes, métodos de processamento, selos sustentáveis e laços diretos com produtores. Essas estratégias não apenas acompanham a bebida, mas a constituem como um objeto de prestígio – algo que circula sob uma lógica distinta da de um simples bem de consumo massificado. O café, nesse circuito, não é apenas comprado e bebido: ele é narrado, apreciado, performado. E é justamente essa performance que o insere em um regime de valor próprio, um sistema de significações em que o sabor, a origem e a história importam tanto quanto a cafeína.

Por outro lado, Kopytoff (1986) desloca ainda mais o olhar para os processos históricos e contextuais que moldam o valor das coisas ao longo do tempo. O autor propõe que, assim como os seres humanos têm biografias, também os objetos podem ser analisados em termos de suas trajetórias de vida: como nascem, circulam, são reclassificados, valorizados, esquecidos, reaproveitados ou sacralizados. Essa abordagem permite perceber que as coisas não têm valor fixo, mas adquirem diferentes significados conforme transitam entre esferas sociais – do mercado à casa, do uso pessoal ao valor simbólico coletivo, do ordinário ao ritual.

No campo da pesquisa, essa perspectiva me ajudou a compreender como certos cafés passam a ser tratados como “especiais”, enquanto outros permanecem na esfera do consumo cotidiano. Um mesmo produto pode ter diferentes destinos: um mesmo grão pode ser colhido, beneficiado de forma padronizada, moído em fábricas, embalado e distribuído para supermercados, sendo depois preparado em casa com equipamentos domésticos; ou, ao contrário, pode seguir por um circuito de cafés especiais, passando por processos de seleção manual, fermentações controladas, torra artesanal ajustada ao perfil sensorial desejado, moagem específica feita na hora, e preparo com técnicas refinadas em cafeterias especializadas, onde cada etapa é cuidadosamente narrada e valorizada. A biografia cultural do café, nesse sentido, é marcada por processos de singularização (quando o grão é individualizado, nomeado, autenticado) e por momentos de des-singularização (quando retorna ao *status* de mercadoria genérica, indistinta). Observar esses deslocamentos foi central para compreender como o café deixa de ser apenas produto agrícola para se tornar um bem cultural com identidade própria.

Minha experiência de campo, portanto, me permitiu articular essas diferentes escalas de análise e seguir os rastros materiais e simbólicos deixados pela bebida ao longo de sua cadeia produtiva. Para isso, realizei entrevistas com baristas, proprietários de cafeterias e consumidores, além de exercer uma observação participante atenta do cotidiano desses espaços em Brasília, acompanhando rotinas de preparo, interações com clientes e práticas de mediação do saber especializado – procedimento central na tradição antropológica desde Malinowski (1978), que defende o engajamento direto do pesquisador com os sujeitos e contextos investigados. Também estabeleci conversas informais com pessoas envolvidas em diferentes níveis da cadeia do café – de entusiastas e hobistas a pequenos empreendedores e torrefadores – que, de maneira espontânea e relacional, enriqueceram a compreensão das múltiplas formas pelas quais o café é vivido, qualificado e narrado no espaço urbano contemporâneo. Tais experiências permitiram construir uma “descrição densa”, nos termos de Geertz (1989), capaz de captar não apenas o que as pessoas fazem, mas os significados que atribuem às suas ações e aos contextos sociais e materiais em que se inserem.

CAPÍTULO I - HISTÓRIA GERAL E ACONTECIMENTOS PRECURSORES AO SURGIMENTO DOS CAFÉS ESPECIAIS

Neste primeiro capítulo pretendo introduzir a história do café, bebida que está presente há milhares de anos nas culturas de diversos povos e adquiriu uma importância especial no Brasil, seu maior produtor mundial. É justamente pelo fato de integrar a história da humanidade e do Brasil – e por ser uma das *commodities* agrícolas mais comercializadas até hoje – que a bibliografia sobre o tema é vasta e compreende a interpretação de múltiplos autores, pertencentes a diferentes áreas de conhecimento.

Assim, optei por selecionar alguns títulos como referências principais. Esses autores foram escolhidos por focarem na história do café em si. São eles: Lapa (1987), Romero e Romero (1997), Galetti (2004), Martins (2012), e Taunay (2013). Por outro lado, para não perder o trabalho de pesquisa e leitura e saber da sua possível utilidade futura deste trabalho para outros autores, deixo nas notas de rodapé e ao longo do texto outras referências consultadas.

Tendo em mente que o objetivo principal desta dissertação é compreender o fenômeno da gourmetização do café e do surgimento dos cafés especiais – partindo da observação das cafeterias especiais de Brasília –, o apanhado histórico dessa planta, transformada em bebida/alimento e mercadoria, é essencial na compreensão das implicações sociais em torno do café. Depois deste capítulo, espero que o leitor compreenda as razões da importância do café para a economia e sociedade brasileira no passado e na atualidade.

Dito isso, este capítulo divide-se em: seção sobre a descoberta da possibilidade de ingestão do café pelos etíopes e árabes, seguida de outra sobre a apropriação e transformação desse consumo pelos europeus e, por fim, sua chegada ao Brasil.

1. As origens do café: Etiópia e Arábia

As origens da bebida que hoje conhecemos pelo nome de café têm início há pelo menos 1500 anos, atravessada por histórias que marcam importantes acontecimentos do Oriente ao Ocidente. Sabemos que a famosa rubiácea¹, batizada de *Coffea arabica* em 1713 pelo botânico francês Antoine de Jussieu (Taunay, 2013; Galetti, 2004), foi aproveitada de diferentes formas e com finalidades diversas. Apesar do nome, o habitat original do café são

¹ O fruto do café origina-se de um arbusto da família das *Rubiaceae*, a quarta maior do filo *Anthophyta* (Angiospermas). Os cafeeiros se desenvolvem melhor em regiões altas com clima tropical ou subtropical, e está presente na natureza em mais de sessenta espécies.

as regiões montanhosas da atual Etiópia, localizada na região chamada de “Chifre da África”, no Nordeste do continente africano.

A primeira referência concernente ao café data do ano de 575 e está registrada em manuscritos no Iêmen, sendo conhecida como Lenda de Kaldi, que possui algumas variações. Essa história conta que Kaldi, um pastor de cabras da Etiópia, observou o efeito estimulante que as folhas e frutos do cafeeiro produziam em seu rebanho. Ele notou que os animais que mastigavam a planta se tornavam mais ágeis, subindo as íngremes montanhas com mais resistência. O pastor decidiu então experimentar os tais frutos, confirmando suas características estimulantes. A notícia então se disseminou pela região, provocando seu consumo na forma macerada (Martins, 2012). Nesse mesmo sentido, Galeti (2004) afirma que os habitantes etíopes também consumiam a planta por meio da cocção de suas folhas, polpa e frutos, visando seus efeitos estimulantes².

Da Abissínia (Império Etíope) a planta atravessou o Mar Vermelho para a Arábia Feliz (Iêmen), se espalhando, por terra, pelo Egito (Cairo), Turquia (Constantinopla), Meca e Medina (Arábia) e, mais tarde, pela Europa. Levado por mar, pelos navios europeus, o café disseminou-se mundialmente (Galeti, 2004). Não se sabe exatamente quando e como chegou à Arábia, mas admite-se, em geral, que os árabes começaram a tomar café no século XV (Taunay, 2013). Martins (2012) confirma este fato e observa ainda a adoção desse hábito como ritual prazeroso tanto em ambientes domésticos quanto coletivos a partir de 1450. O produto era permitido pelos preceitos religiosos do islamismo e por isso apropriado à cultura árabe, que condenava bebidas alcoólicas. A princípio, diz a autora, a bebida era consumida entre os filósofos para permanecerem acordados ao realizarem exercícios espirituais.

Devido ao seu grande sucesso, os árabes ampliaram as plantações cafeeiras ao longo do século XVI e em 1520 a região de Moka, principal porto do Iêmen, foi responsável por um dos maiores cultivos do produto na região. Contudo, foi na Turquia que o “hábito do café” se popularizou, tornando-se um ritual de sociabilidade entre as pessoas.

“Na luxuosa capital Constantinopla, centro cosmopolita implantado estrategicamente entre três continentes, [...] surgiu o “café”, estabelecimento aberto ao público. Data de 1475 a abertura daquele que é considerado o primeiro café do mundo – o Kiva Han – marco do consumo generalizado da bebida” (MARTINS, 2012: 11).

Desde então, tomar café passou a ser um rito social propagado mundo afora. A disseminação do uso do café, porém, não foi fácil e sua história é entremeada de dificuldades

² Para saber mais sobre as propriedades químicas e efeitos do café/cafeína no nosso organismo, recomendo a leitura de Santos e Lima (2007). Além de abordarem os aspectos bioquímicos do fruto, os autores também falam sobre a história do café, sua cadeia de produção, cafés especiais, informações técnicas sobre a planta e até mesmo algumas receitas.

e crises, que começam logo em 1511, na cidade de Meca, quando o consumo da bebida foi proibido por ser considerado uma ameaça ao clero muçulmano. O governador de Meca da época vedou seu consumo nas casas públicas e mosteiros e determinou a incineração dos estoques, por se tratar de bebida excitante, condenada pelo Alcorão (Martins, 2012). Tal proibição, no entanto, não se sustentou muito e em 1526 o cultivo foi retomado na península arábica.

Seguindo o pioneiro café *Kiva Han*, diversas cafeterias surgiram no Oriente. Estas eram conhecidas como *kaveh kanes* e eram famosas por serem extremamente luxuosas. O modelo das casas de café, então, se espalhou por toda a região próxima de Constantinopla como ponto de encontro e local de convívio social, demonstrando a função social da bebida. Sendo um modelo de empreendimento muito lucrativo “esses estabelecimentos comerciais para encontros de negócios e lazer floresceram em paralelo à trajetória do produto, sobretudo nos centros urbanos europeus, intensificando a cobiça mercantil” (Martins, 2012: 13).

2. O café na Europa

Apesar de o café não ser cultivado na Europa, especialmente por questões climáticas, os europeus sabiam de sua existência desde, pelo menos, 1592, quando o viajante alemão Leonhard Rauwolf se referiu ao grão pela primeira vez na imprensa (Taunay, 2013). A porta de entrada do café em grão na região foi a cidade de Veneza, no ano de 1615 (Martins, 2012). A notícia da nova bebida se espalhou e virou sinônimo de socialização nas cidades europeias, sendo bebido e aclamado por figuras importantes, como Kant, Freud, Picasso, Voltaire, d’Alembert, Diderot, Rousseau, Bach³, entre outros.

Apesar de sua grande popularidade, o café encontrou também forte resistência na Europa. Num continente marcado por conflitos religiosos da Contrarreforma, período de radicalização da defesa do catolicismo, o café era visto como produto pagão. Essa situação persistiu até o Papa Clemente VII batizar a bebida, tornando-a verdadeiramente cristã.

Na economia, o café ameaçava os mercadores de vinho, que dominavam tradicionalmente o comércio de bebidas. Os que vendiam cerveja teuta e chá inglês também tentaram proteger seu mercado proferindo campanhas contra a nova bebida e tomando medidas protecionistas para salvar seus lucros. Frederico, o Grande, por exemplo, rei da antiga Prússia, tornou o comércio do café um monopólio estatal, podendo ser comercializado apenas pelo governo (Martins, 2012).

³ O compositor Johann Sebastian Bach, inclusive, compôs, em 1732, a Cantata do café, exaltando as qualidades da bebida.

Mesmo esbarrando em empecilhos postos por governantes, religiosos e mercadores, o café se disseminou pela sociedade europeia, passando a protagonizar o mercado de bebidas, por meio de cafés públicos para confraternização. Foi a Inglaterra o primeiro país a cultivar esse hábito. Em 1670, podia-se verificar em Londres uma multiplicação desses estabelecimentos, centro de falatórios dos opositores ao governo de Carlos II. Foi a Inglaterra setecentista, portanto, a mais notável bebedora de café (Taunay, 2013). Os cafés ingleses estimulavam discussões filosóficas e políticas, chamadas de “seminários de rebelião” (Martins, 2012: 13). Essa proliferação, no entanto, durou pouco, e em meados do século XIX, a cultura do chá nas colônias do Império Britânico cresceu e ganhou a preferência da população inglesa pelo chá em detrimento ao café. As casas de café, portanto, acabaram por virar casas de chá.

Foi na França, portanto, que esse modelo de espaço lúdico e socializador dos cafés públicos se firmou no continente europeu. Os charmosos cafés parisienses celebravam o convívio informal da população e sediavam momentos históricos muito importantes.

“A cidade de Marselha foi porto de entrada do produto, com referências de seu comércio já em 1644, seguido, dez anos mais tarde, do aparecimento dos primeiros cafés franceses. Ao longo do século XVIII, com um quarto da população da Europa, a França figura como um dos países de maior concentração de cafés. Sabe-se que, em 1720, só Paris possuía 380 estabelecimentos, que chegariam a 900 no final daquele século, ocasião em que a França concentrava 27 milhões dos 175 milhões de habitantes europeus” (Martins, 2012: 13).

Ainda segundo Martins (2012), em 1688 foi aberto o Café Procope, o mais famoso dos estabelecimentos desse tipo, tido como a cafeteria mais antiga do mundo em atividade, mesmo funcionando hoje como restaurante. Seus salões guardam memórias da Revolução Francesa e de importantes pensadores, tendo sido o centro da vida literária de Paris ao longo dos séculos XVIII e XIX. A autora conta que alguns cafés da cidade eram frequentados por grupos específicos: o Café Bourette, por exemplo, era a casa dos literatos; o Café Anglais, dos entusiastas do teatro Comédie-Française; o Café Alexandre, dos músicos; e o Parnasse e o Café Foy⁴, dos políticos e intelectuais.

A Itália, por onde o café chegou na Europa, se destacou por ser o primeiro país do continente a importar comercialmente o produto. A economia local das cidades italianas se transformou rapidamente a partir disso e os tradicionais vendedores ambulantes de limonada e infusão de ervas foram substituídos pelos *caffetiéri*, vendedores que dominaram as vendas de

⁴ Segundo Martins (2012), foi no Café Foy, dois dias antes da tomada da Bastilha, em 12 de julho de 1789, que um dos principais oradores da Revolução Francesa, Camillo Desmoulins, fez um importante discurso à multidão, mobilizando-a para a luta.

café nas ruas. Na Itália, segundo Taunay (2013), o primeiro café público abriu em 1645 em Veneza, e em 1720, na Piazza San Marco, instalou-se o clássico Caffé Florian frequentado por Lord Byron, Goethe, Marcel Proust, Rousseau e Stravinsky, o estabelecimento ainda existe como importante ponto turístico. Em Roma, por sua vez, uma das cafeterias mais clássicas é o Café Greco, parte da cena musical do século XVIII e XIX (Martins, 2012).

Na Áustria, Viena protagonizou as cafeterias. Martins (2012) conta que em 1683, após conflito com o exército turco, a população encontrou quinhentos sacos de café deixados pelos soldados em fuga. Os moradores pegaram a mercadoria e a incorporaram de forma sistemática em seu cotidiano, primeiramente coado e acrescido de leite, e mais tarde com açúcar e chantilly.

No Império Germânico, o café entrou por Hamburgo e teve seu primeiro estabelecimento público em 1679, que surgiu em Berlim no ano de 1721 (Taunay, 2013). Martins (2012) destaca que embora o café fosse consumido desde o século XVII na região, só no século XIX a bebida passou a ser tomada com mais regularidade. Esse atraso na incorporação do café na cultura germânica se explica pela preferência da população por outras bebidas como cerveja e vinho, servidas em tabernas e adegas.

A Holanda, devido a sua excelente frota de navios mercantes, conseguiu as primeiras mudas de café levadas para Europa, pensando na viabilidade comercial da nova especiaria. O Jardim Botânico de Amsterdã recebeu em 1616 as primeiras plantas, cultivadas em estufas apropriadas ao seu crescimento. Em seguida, os holandeses decidiram plantar o café em suas colônias, na Malásia, em 1690, segundo Taunay (2013). Em 1696 o Governador-Geral van Ondshoorn ordenou o plantio em Java, de onde propagou-se pelas ilhas como Sumatra, Celebes e Timor.

A remessa do primeiro carregamento de café da Malásia para Amsterdã parece ter ocorrido em 1706. “Sempre sob controle da Holanda, essas regiões figuram como as primeiras exportadoras de café comercial do mundo. Amsterdã tornou-se poderoso centro difusor do produto” (Martins, 2012: 12). Foram essas mudas de café holandesas que acabaram vindo para o Brasil, como veremos mais à frente.

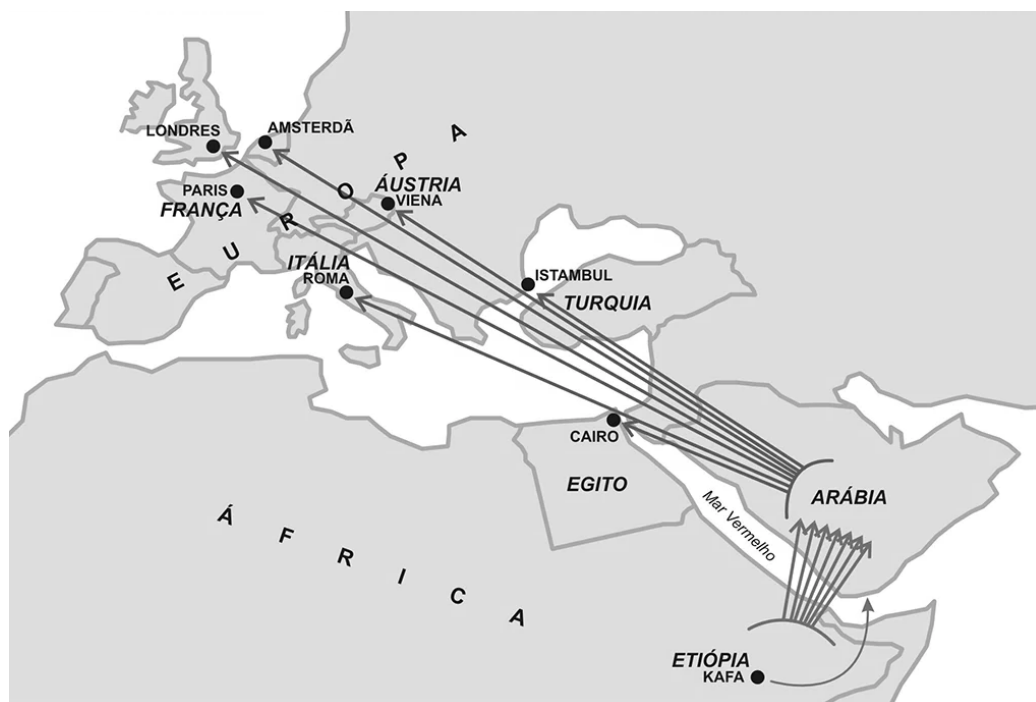


Figura 3: Mapa do percurso do café: da África para a Arábia, em trajeto que sai da Etiópia, atravessa o Mar Vermelho e atinge a península arábica na região do Iêmen; e da Arábia para a Europa, esbarrando no Egito e chegando à Turquia e Itália, que foram os principais receptores e responsáveis pela difusão do grão nos outros países. Fonte: MARTINS, 2012: 10.

Por outro lado, as referências sobre café relacionadas aos portugueses são escassas. Segundo Taunay (2013), a primeira parece provir de 1610. No entanto, os mais famosos missionários e embaixadores de Portugal não citaram o famoso grão em seus escritos, fato que parece estranho, pois os seus rivais e competidores no Oriente, os holandeses, incentivaram fortemente a propagação da espécie na Ásia e na Europa. Foi apenas em 1673 que o notável diplomata português Duarte Ribeiro de Macedo aconselhou aos reis o plantio da especiaria no Brasil, pensando em concorrer com o comércio holandês do Extremo Oriente.

Nessa mesma época, a invenção da cafeteira foi fator decisivo de impulsionamento comercial da bebida. Criada pelo físico estadunidense Benjamin Thompson, o Conde de Rumford, no final do século XVIII, permitiu o surgimento de diversas outras máquinas para a extração da bebida⁵. Em 1802, por exemplo, surgiu outro modelo na França, projetado pelo farmacêutico Descroisilles, que consistia de dois recipientes e um filtro metálico para a separação entre a água e o café. O recipiente inferior era colocado no fogo, fervia a água e liberava o vapor para a parte superior onde se depositava o café moído.

Em 1822, também na França, chega o protótipo da máquina do café espresso, aperfeiçoada pelos italianos, que passaram a comercializá-la em 1905. A venda em larga

⁵ Apesar de existirem alguns dissensos em relação a datas, é possível acessar no link a seguir uma interessante linha do tempo das máquinas e tecnologias inventadas para a extração do café: <https://www.ufsm.br/midias/arco/vai-um-cafezinho-ai>. Último acesso em: 22/08/2024.

escala dessas máquinas aconteceu em 1945, a partir da Segunda Guerra Mundial. Mais tarde, a família Gaggia⁶ otimizou o invento, concebendo uma máquina em que a água passa pelo café, após ser pressionada por uma bomba de pistão, resultando num resultado mais cremoso e saboroso (Martins, 2012).

Tudo isso levou o café a se espalhar em suas diversas versões pela Europa, em espaços privados ou públicos, como parte da cultura dos países citados e de outros como a Suécia, a Finlândia, a Islândia, a Noruega, a Dinamarca, a Suíça, a Bélgica e Luxemburgo. Os países nórdicos, inclusive, lideram o consumo per capita de café atualmente, segundo dados da Organização Internacional de Café (OIC)⁷. Nesse sentido, Martins (2012) afirma que

“[...] a vida conheceu novo ritmo ditado pela produção das fábricas, pelo horário do trem, pela racionalização do tempo. No café, as energias eram repostas. O nome da fruta e da bebida consagrou o espaço de lazer e encontros, associado a estabelecimentos imprescindíveis nos centros urbanos e mesmo em recônditos rurais. No presente – sobretudo no ritmo intenso da vida contemporânea – figuram como local de parada obrigatória, seja para saborear a bebida estimulante que “acende os sentidos”, seja como pausa prazerosa e relaxante. Na Europa, os cafés representam autêntica expressão cultural, denominadores de um euro-sentimento comum. Costumes e sociabilidades afloram nas mesas informais desses estabelecimentos recendendo o aroma de café” (MARTINS, 2012: 14).

Considerando o grande apreço da população europeia pelo café, a crescente demanda pelo produto e a ambição dos comerciantes em controlar esse mercado lucrativo, os europeus passaram a concorrer entre si no plantio de cafezais em suas colônias tropicais. A Holanda, pioneira nesse movimento na Ásia e Oceania, nos anos finais do século XVII, introduziu a rubiácea na América do Sul, pelo Suriname. Após ter acesso a uma muda de café vinda de Amsterdã, a França começou suas plantações em suas colônias em 1715 na ilha de Bourbon (hoje, ilha Reunião), no Oceano Índico; e depois na Martinica, localizada nas Pequenas Antilhas, no Caribe. Foi a partir daí que o café foi introduzido na América Central e, portanto, indiretamente, no Brasil (Martins, 2012), tema da próxima seção.

⁶ A quem interessar, segue link da página oficial das máquinas de café Gaggia. É possível acessar a linha do tempo da criação da marca, que contém também alguns detalhes preciosos sobre as máquinas de café: <https://gaggiaprofessional.evocagroup.com/pt/sobre-a-gaggia>. Último acesso em: 22/08/2024.

⁷ A Finlândia é a campeã dessa lista, tendo população que consome, em média, 12kg de café por habitante anualmente. Informação disponível em: <https://europeanway.com.br/o-cafe-na-europa-os-paises-lideres-em-consumo-per-capita/#:~:text=Os%20su%C3%AD%C3%A7os%2C%20famosos%20por%20seus,kg%20de%20caf%C3%A9%20por%20ano.&text=A1%C3%A9m%20de%20batata%20frita%20e,por%20habitante%20a%20cada%20ano> e <https://valor.globo.com/agronegocios/noticia/2023/04/14/veja-quem-produz-e-quem-consome-mais-cafe-no-mundo.ghml>. Último acesso em: 22/08/2024.

3. Vinda do café para o Brasil colônia (1500 a 1822):

No Brasil, o café chegou pela Amazônia, em 1727 por meio do paraense de nascimento e sargento-mor Francisco de Melo Palheta, grande conhecedor das áreas litigiosas que Portugal e Holanda disputavam no Norte do Brasil. Em expedição à Caiena, na Guiana ocupada pelos franceses, o sargento experimentou a bebida pela primeira vez no Palácio do Governador. Como a venda de mudas de café aos portugueses era proibida, a esposa do Governador francês Claude d'Orvilliers lhe ofereceu sementes e cinco mudas de café, que deram origem aos cafezais brasileiros (Lapa, 1987).

Durante boa parte do século XVIII, o cultivo se propagou apenas no Norte e Nordeste do país, em pequenas plantações. Na região amazônica as plantações não prosperaram devido às condições do solo. Diante do fracasso, alguns experimentos foram feitos em regiões do Nordeste: primeiramente no Maranhão, onde não teve muito sucesso no início; e depois no Ceará, com a primeira muda plantada na década de 1750, na Serra da Meruoca. Lá o cafezal se desenvolveu razoavelmente bem e a produção cearense foi considerável para a época. Na Bahia, a partir de 1778, começou uma modesta produção comercial, em Caravelas, mas que teve seu pico de produção em Ilhéus. Em 1782, tem-se o registro de 400.000 cafeeiros na comarca de Ilhéus e em 1798, 254 sacas de café foram exportadas da Bahia (Taunay, 2013; Martins, 2012).

Nesse sentido, é importante contextualizar o leitor sobre a situação da coroa portuguesa no final do século XVIII: as jazidas de ouro, principal fonte de riqueza, declinaram em produção devido à superexploração. Da mesma forma, a produção de açúcar enfrentava dificuldades devido à crescente concorrência de novos produtores e desgastes naturais. Diante dessa situação, era essencial encontrar novas culturas e alternativas econômicas para a economia portuguesa nas colônias.

A influência Britânica sobre Portugal nessa época, fazia o café brasileiro chegar ao porto de Lisboa muito desvalorizado, prejudicando sua competitividade. Isso porque a Inglaterra desencorajava investimentos no café, temendo que pudessem ameaçar o consumo de chá, seu principal produto na época. Portugal, por possuir acordos comerciais com os ingleses, não ia contra seus desígnios. Como resultado, as exportações de café brasileiro para a metrópole eram insignificantes e nem chegavam perto de competir com o mercado internacional (Martins, 2012).

Por outro lado, a demanda por café estava em crescimento na Europa e nos Estados Unidos. Inclusive foram os estadunidenses, a partir do século XVIII, os grandes consumidores

mundiais da bebida. Na última metade do século XVII, era grande o gasto com café nos Estados Unidos, tendo aumentado muito no século XVIII, sobretudo depois da independência do país.

O famoso “motim do chá”, grande evento precursor da guerra de independência, que ocorreu em Boston em 1773, insuflou os americanos contra os ingleses devido à sua preferência pelo café⁸. Segundo Taunay (2013), “a intolerância do governo inglês, instigado pela ganância da British East India Company, ia tornar os Estados Unidos uma nação de bebedores de café. Já em 1732, havia em Nova York uma bolsa de café. No decorrer do século XVIII, avolumou-se muito o número dos cafés públicos.” (Taunay, 2013: 15).

Além disso, a Revolução nas Antilhas, em 1791, resultou na abolição da escravização nas colônias francesas da América Central, elevando os preços do café e abrindo oportunidades para novos concorrentes no mercado. No Brasil, havia uma combinação de fatores internos favoráveis à produção, como clima e solo adequados e mão de obra abundante e barata. Além disso, os custos de produção do café eram menores e seu cultivo menos destrutivo em comparação à cana-de-açúcar, que precisava ser replantada a cada três anos.

Assim, o contexto social e político brasileiro impulsionou o rápido processo de formação e montagem do que Celso Furtado⁹ chamou de “gestação da economia cafeeira” (Furtado, 2005: 116). Outra vantagem significativa era que as antigas instalações dos engenhos de açúcar podiam ser facilmente adaptadas ao processamento do café, eliminando grandes investimentos iniciais (Martins, 2012). Sendo assim, sabe-se que

“as teses mais conhecidas sobre a viabilização interna do café dizem respeito a dois ciclos produtivos anteriores: a mineração (1695-1763) e o açúcar (1765-1851). As estruturas dessas economias precedentes, em termos de instalações, transportes e comercialização foram utilizadas pelo café, bem como a disponibilidade de um estoque de mão-de-obra escrava ociosa ou semi-ociosa, estudada por Furtado, em resultado da desintegração da economia de mineração” (Lapa, 1987: 20)

⁸ Segundo Santos e Lima (2007) “that is how Americans said no to tea and yes to coffee and to independence” (Santos; Lima, 2007: p. 280).

⁹ Celso Furtado (1920–2004), foi economista, professor e intelectual brasileiro. Foi um dos principais formuladores da teoria do subdesenvolvimento e um dos mais influentes pensadores sobre o desenvolvimento econômico do Brasil. Após concluir seu doutorado em Economia pela Universidade de Paris-Sorbonne em 1948, com uma tese sobre a economia colonial brasileira, Furtado integrou a Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), onde suas ideias contribuíram significativamente para a formulação de políticas de desenvolvimento na América Latina. Furtado é amplamente reconhecido por sua obra “Formação Econômica do Brasil” (originalmente publicada em 1959), a qual analisa a evolução histórica da economia brasileira, destacando a transição de uma economia agroexportadora, centrada no açúcar e posteriormente no café, para uma economia industrializada. Sua abordagem estruturalista enfatiza como a dependência de produtos primários, como o café, limitou o desenvolvimento econômico autônomo do país, reforçando estruturas de subdesenvolvimento.

A transferência da Corte portuguesa para o Brasil, em 1808, – fato motivado pelo ataque das tropas francesas a Portugal devido ao não cumprimento do Bloqueio Continental imposto pela França napoleônica aos que comercializavam com a Inglaterra –, foi decisiva para a propagação das culturas de café no país. O Brasil tornou-se a nova sede do Império Lusitano, trazendo na esfera econômica, a abertura dos portos brasileiros ao comércio internacional. Pouco tempo depois, em 1815, o Brasil deixou, juridicamente falando, de ser colônia e foi elevado à condição de reino unido a Portugal e Algarves e em 1822, mesmo com a resistência de alguns movimentos colonialistas portugueses, veio a independência proclamada por Dom Pedro I. Foi por meio do café que o Brasil se apresentou ao mundo como um país independente e promissor para se comercializar e viver (Martins, 2012).

A cidade portuária do Rio de Janeiro, então sede do governo, projetava-se no cenário internacional, por onde passava metade do comércio exterior da nação. Seria dali que o café brasileiro começaria a se espalhar pelo mundo, especialmente após o fim do bloqueio napoleônico, em 1814. Foi o desembargador do Maranhão, João Alberto de Castelo Branco, que, conhecendo as necessidades de se investir em novos produtos, enviou de Belém para o Rio de Janeiro, na década de 1760, algumas mudas de café, plantadas inicialmente no Convento dos Frades Capuchinhos, na rua dos Barbados – hoje, Rua Evaristo da Veiga (Galetti, 2004; Martins, 2012). Mesmo encontrando resistência por parte de plantadores de cana-de-açúcar,

“cultivar café foi uma alternativa para aqueles nobres europeus que, de repente, se viram na América. Mais do que os plantadores da terra, eles conheciam o sucesso da bebida no mercado internacional, e o cultivo da planta tornou-se atraente e rendoso no país de ‘terras virgens’ e mão de obra farta” (Martins, 2012: 22).

O Rio de Janeiro, então, passou a sediar a produção de café a partir do final do século XVIII e o Sudeste foi se transformando no novo centro econômico do país.

O café era conhecido e bebido em terras fluminenses desde 1750, porém os grãos eram importados (Taunay, 2013). Lapa (1987) afirma que no Rio de Janeiro o produto inicia-se como cultura doméstica, nas serras e morros da Tijuca e do Corcovado, passando por algumas escalas até chegar ao latifúndio¹⁰. A evolução dos cafezais se deu rapidamente e na década de 1780 se espalhou consideravelmente pela província do Rio de Janeiro. Apesar da produção ser relativamente grande, abastecia basicamente o mercado interno (Taunay, 2013). Endossando

¹⁰ Segundo Martins (2012), as plantações de café nas áreas de relevo acentuado do Rio de Janeiro não duraram muito tempo, pois estavam acarretando uma série de erosões e destruição da mata nativa, muito estimada por representantes do grupo da Academia de Belas Artes da sede da Corte. Sendo assim, a partir de 1853, D. Pedro II começa a desapropriar as propriedades rurais da região, dando início à recuperação da paisagem primária. Naquela altura, porém, a lavoura cafeeira já tinha ultrapassando o velho Oeste paulista.

esse argumento, Lapa (1987) afirma que embora o café tenha se propagado por quase toda a Colônia durante o século XVIII, sua produção respondeu, majoritariamente, às necessidades do consumo interno. Sendo assim, é importante destacar que o produto ocupou modestíssimo lugar nas exportações, ainda que fosse remetido com certa regularidade para a Europa na segunda metade do século XVIII.

Segundo Taunay (2013), a invasão cafeeira em terras fluminenses tomou dois rumos notáveis nos primeiros anos de sua disseminação: o do Nordeste, com os núcleos importantíssimos de São João Marcos e Resende; e o do Norte, onde estavam localizadas as grandes lavouras de Vassouras, Valença e Paraíba do Sul. A capital do café brasileiro nas primeiras décadas do século XIX era a sesmaria de Vassouras, que iniciou o plantio de café em 1792 com enorme desenvolvimento. No início do século XIX, a região do Vale do Paraíba, após a grande produção de Vassouras, foi a região líder da produção cafeeira no Brasil.

Desse modo, começaram a se formar no Sudeste os barões do café, membros de grandes famílias proprietárias de terras cultivadoras da mais nova *commodity* sustentadora da economia brasileira. A famosa rubiácea foi, ao longo de aproximadamente meio século, se expandindo, especialmente em território fluminense, e ocupando o antigo espaço econômico do açúcar, que no último quartel do século XVIII, segundo Lapa (1987), entrou em decadência.

Infraestruturas foram criadas para o escoamento da produção de café tanto internamente quanto para exportação. Novas estradas e portos foram inaugurados, centralizando o destino final da mercadoria no porto do Rio de Janeiro para exportação. Desses portos também surgiram estradas, sendo a mais utilizada a de Ariró, subdividida em outras menores, dando acesso às propriedades rurais. A propagação inicial das plantações de café no Vale do Paraíba fluminense e paulista aconteceu por sua proximidade com os portos do Rio de Janeiro. No planalto paulista, ao contrário, havia dificuldades de comunicação e transporte com o porto de Santos, reduzindo o ritmo da implantação da cultura cafeeira na região (Martins, 2012).

Segundo Martins (2012), o café surgiu em terras paulistas por volta de 1765, em meio ao cultivo de produtos de subsistência. Ela destaca que, diferentemente do Rio de Janeiro, em São Paulo o plantio de café foi complementar às roças de feijão, arroz, mandioca, milho e açúcar e à produção de aguardente e criação de porcos. Os primeiros cafeeiros do norte paulista foram plantados em Areias, entre 1790 e 1797 e a partir daí se espalharam no sentido contrário do curso do rio Paraíba, chegando aos arredores de Mogi das Cruzes, no Vale do

Tietê. No início do século XIX, em Campinas, onde mais tarde houve tão formidável lavoura, consta que o primeiro cafezal data de 1807 ou 1809, plantado pelo Tenente Antônio Francisco de Andrade (Taunay, 2013). A cidade, antes centro açucareiro com senhores de engenho riquíssimos, foi abrindo espaço para as lavouras cafeeiras e se tornou o grande pólo de produção da mercadoria no Velho Oeste de São Paulo, irradiando-a por meio das estradas de ferro¹¹ (Lapa, 1987; Martins, 2012).

Em Minas Gerais, outra província com grande produção, as primeiras lavouras datam de 1791-98, na chamada Zona da Mata, onde o café melhor se aclimatou (Lapa, 1987) e por volta de 1800 havia pequenos cafezais no Triângulo Mineiro, de acordo com as crônicas locais (Taunay, 2013). No caso de Minas, “além das condições favoráveis conhecidas de solo, clima, demanda de mercados, declínio do açúcar, facilidade de adaptação aos engenhos, mão de obra barata e abundante, havia a presença dos mineiros ociosos que deixavam as jazidas decadentes para se envolver com o café” (Martins, 2012: 22). Entretanto, algumas dificuldades tiveram que ser enfrentadas, pois, ao contrário do agricultor fluminense, que experimentou a transição do açúcar para o café de forma cautelosa, o mineiro inaugurou a nova atividade econômica de forma rápida, para suprir os efeitos sociais devastadores da crise das jazidas. Isso significou a necessidade de um forte empenho para a abertura da mata, preparo do terreno e do solo, espera da primeira colheita e construção das edificações de apoio (Martins, 2012).

Foi apenas depois da independência do Brasil, porém, que o café realmente ocupou lugar pioneiro nas exportações. Em 1837, o país exportava 60 milhões de quilogramas de café, dos quais 55 milhões provinham do Rio de Janeiro (Taunay, 2013: 28). Lapa (1987) confirma que, logo após o primeiro quartel do século XIX, especialmente nas décadas de 1830 e 1840, a produção cafeeira se expandiu de forma acelerada, assumindo em poucos anos o posto de principal item da pauta exportadora nacional.

Com esse crescimento expressivo, o Brasil, além de um grande produtor de café, passou a responder por cerca de um quinto do consumo mundial, índice que aumentaria ainda mais nas décadas seguintes, até atingir três quartos da demanda global no final do século. A popularização do hábito de beber café no território nacional caminhava paralelamente à consolidação do produto como base da economia. Com a independência política recém-conquistada e a formação do Estado imperial, o café tornou-se não apenas o principal

¹¹ Segundo Lapa (1987), as estradas de ferro que saíam de Campinas tinham dois principais trajetos: o primeiro era a linha da chamada “zona paulista”, construída pela Companhia Paulista de Estradas de Ferro, que ia de Campinas a Catanduva; e a segunda era a linha da “zona mogiana”, construída pela Companhia Mogiana de Estradas de Ferro, que ia de Campinas a Ribeirão Preto e Franca.

motor econômico, mas também um elemento central na organização social e política do novo país.

4. A consolidação do café no Brasil Império (1822-1889)

Como mencionado brevemente na seção anterior, sabemos que a decolagem da produção cafeeira após a independência se deu na região do Vale do Paraíba até as últimas décadas do século XIX, quando o Oeste Paulista superou-a. O Vale era favorecido por sua altitude ideal, seu bom regime pluviométrico, sua temperatura amena, uma certa proteção eólica, um bom revestimento florestal e ótimo solo, correspondendo, até 1860, a 78% da produção do Brasil (Lapa, 1987).

Uma das características mais marcantes da produção no Vale do Paraíba era a utilização e defesa da mão de obra escravizada. Tal fato se deu à revelia dos conselhos do estadista abolicionista José Bonifácio de Andrade e Silva e D. Pedro I decidiu pela continuidade do tráfico de escravizados. Dessa forma, o primeiro monarca brasileiro

“passou a ostentar no chapéu imperial um ramo de cafeeiro. O símbolo deixava de ser tão só adorno do escudo nacional e passava a figurar, de certa forma, como um sinete que referendava a hegemonia política dos traficantes e proprietários de escravos” (Martins, 2012: 29).



Figura 4: Bandeira do Brasil Império elaborada pelo artista francês Jean-Baptiste Debret, em 1822. Os ramos da rubiácea desenhados na bandeira revelam a central importância que a economia do café tinha e viria a ter nos anos seguintes da história do país. À direita, podemos observar um ramo da planta do café em sua época de florada, com suas típicas e belas flores brancas. À esquerda, observamos o fruto do café maduro, comumente chamado de café cereja – nome dado devido a cor de cereja que indica seu ponto ideal de maturação. Fonte: <https://www.multirio.rj.gov.br/index.php/historia-do-brasil/rio-de-janeiro/65-o-rio-de-janeiro-novamente-corte-o-imperio/2887-a-forca-dos-cafeicultores-os-baroes-do-cafe>. Último acesso em: 30/01/2025.

De acordo com Delfim Netto (2009)¹², as estruturas da economia cafeeira escravista consolidadas no Vale do Paraíba durante o Império sustentaram-se como base econômica da elite agrária. A lavoura cafeeira foi fundamental para a geração de excedente comercial e para a articulação do mercado interno, com forte concentração de renda e baixa diversificação produtiva.

À guisa de recapitulação, destaco que durante o reinado de D. Pedro I (de 1822 a 1831) se deu a propagação da cultura cafeeira e a ascensão do grão como primeiro colocado na balança comercial brasileira. Entre 1831 a 1840, durante as regências, o café passou a liderar as exportações. Nos anos seguintes, com exceção de 1834, 1835 e 1836, o valor de suas exportações foi crescente e em 1840, liderava a pauta de exportação (Martins, 2012).

Tornou-se assim uma estrutura de poder, dando origem ao que Furtado (2005) classificou como a “nova classe dirigente” (Furtado, 2005: 118). A medida que a economia do café se consolidava, formava-se uma elite política regional com grande influência. Isso aconteceu por meio de diversas frentes: a apropriação de terras, o recrutamento e controle da força de trabalho, a organização e gestão da produção, a logística de transporte interno, a comercialização do café nos portos e a construção de vínculos com instâncias oficiais. A proximidade com a capital do Império representava uma vantagem significativa para esses líderes econômicos, permitindo-lhes exercer influência direta sobre as decisões políticas.

Nas décadas de 1830 a 1840, consolidou-se no Brasil a política conservadora dos liberais moderados, mais conhecidos como os porta-vozes dos cafeicultores do Sudeste brasileiro. Martins (2012) destaca que, ao contrário dos senhores de engenho, que se dedicavam exclusivamente à produção e deixavam com a Coroa a responsabilidade de

¹² Antonio Delfim Netto (1928–2024), economista, professor e político brasileiro, foi autor de obras relevantes sobre o desenvolvimento econômico do Brasil. O intelectual foi uma figura um tanto quanto ambígua, pois foi capaz de transitar por diferentes regimes políticos e ideologias ao longo de sua carreira. Durante a ditadura militar, Delfim Netto atuou como “superministro” da área econômica, implementando políticas que promoveram o chamado “Milagre Econômico Brasileiro”. Após a redemocratização, manteve-se influente nos meios político e econômico, chegando a aconselhar governos de diferentes espectros ideológicos, incluindo o primeiro e segundo mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Doutor pela FEA-USP, destacou-se por sua tese de livre-docência intitulada “O Problema do Café no Brasil”, originalmente publicada em 1959 e republicada em 1974 como projeto da Fundação Getúlio Vargas em convênio com o Ministério da Agricultura. Essa obra se tornou um clássico por conseguir combinar métodos quantitativos e análise histórica para estudar o papel da cafeicultura na economia brasileira. Informações disponíveis em: <https://www.infomoney.com.br/perfil/delfim-netto/>. Último acesso em: 27/03/2025.

encaminhamento e despacho do açúcar, os cafeicultores cuidavam do transporte, do armazenamento e do financiamento do café, pois estavam interessados no grande desenvolvimento desse mercado e no controle de toda a cadeia produtiva. Esses grandes proprietários passaram a ser representados por políticos profissionais, que, por sua vez, defendiam os interesses dos cafeicultores dentro do Executivo e Legislativo brasileiros. Essa política conservadora tinha como uma de suas bases a manutenção da estrutura escravocrata, imprescindível ao sucesso dos “grandes da terra” e barões do café, sendo que

“o não alinhamento ao grupo cafeicultor significava, nessa época, o confinamento político nos quadros do Partido Liberal. Ao ganhar identidade própria, esse mesmo grupo cafeicultor do Vale do Paraíba tornou-se a base social do movimento regressista, um dos germes do conservadorismo no Brasil” (Martins, 2012: 30).



Figura 5: Gravura intitulada “Plantação de café” (1839), de autoria do artista suíço Johann Jacob Steinmann. A paisagem retrata uma grande plantação de café na região serrana do Rio de Janeiro. Fonte: <https://www.brasiliaiconografica.art.br/artigos/23385/os-caminhos-do-cafe-vistos-pelos-artistas-viajantes>. Último acesso em: 18/03/2025

Nesse mesmo período o café seguiu avançando em São Paulo e ofuscou os tropeiros e as economias de subsistência da província. O café adentrou São Paulo pela região do Vale do Paraíba, região fronteiriça ao Rio de Janeiro, e foi subindo até encontrar o Sul de Minas Gerais. Lá, onde a produção havia sido inexpressiva até 1836, surgiram fazendas em 1854 (Martins, 2012).

A fertilidade da famosa terra roxa¹³ – estimulou o plantio do café e levou à ocupação das terras virgens paulistas, resultando na criação de Franca (1821), Batatais (1831), São João da Boa Vista (1859), Caconde (1864) e Mococa (1871). Nessas localidades, as primeiras grandes plantações surgiram na década de 1870, dez anos depois centenas de baianos foram trazidos para a fazenda Guatapar, na margem direita do rio Mogi-Guaçu, para trabalhar no plantio dos ps de café. A implantação dos cafezais em São Paulo, portanto, se deu como prosseguimento das plantações iniciadas na região montanhosa do Rio de Janeiro, continuando pelo chamado “norte”, o Vale do Paraíba paulista, e ganhando a região de Campinas. Ali, no Oeste de São Paulo, o cafezal foi eliminando aos poucos a agricultura tradicional de subsistência e a cana-de-açúcar (Martins, 2012).

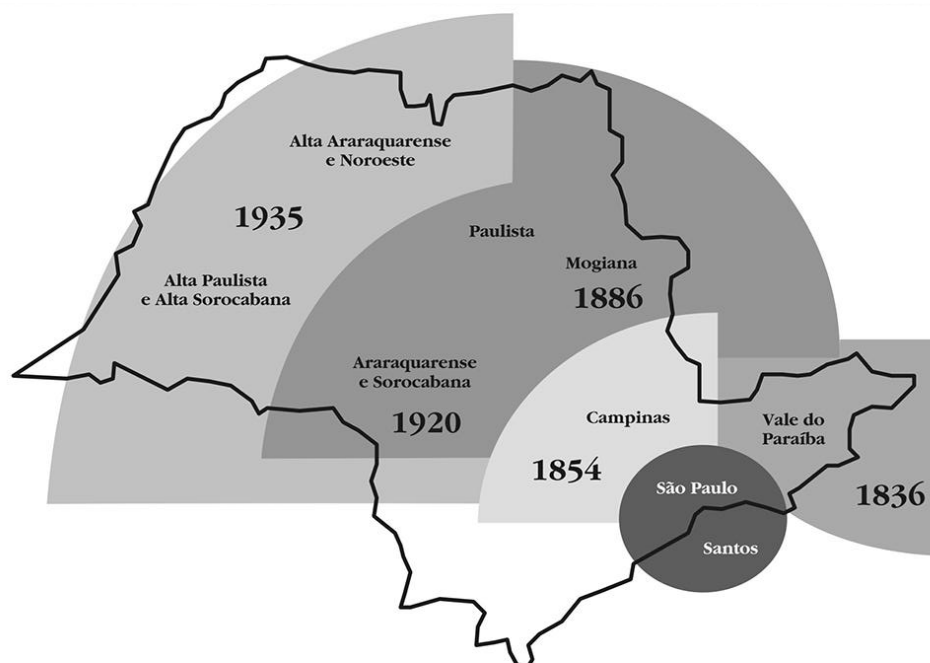


Figura 6: Mapa do percurso do café em São Paulo. Fonte: Martins, 2012: 10.

Em Minas Gerais, o governo incentivou o café a partir do final do século XVIII, após a decadência da economia extrativista. Na década de 1870, ele já respondia por 60% da arrecadação provincial, ocupando o terceiro lugar na produção nacional na primeira metade do século XX. Seguindo os exemplos do Rio de Janeiro e de São Paulo, o café em Minas

¹³ Terra roxa é um tipo de solo muito fértil e avermelhado, que se forma a partir da decomposição de rochas basálticas.  encontrada em várias regiões do Brasil, como o sul de Minas Gerais, o oeste de São Paulo, o Mato Grosso do Sul, o Paraná e o Goiás. O nome terra roxa surgiu por causa de imigrantes italianos que vieram ao Brasil para trabalhar em lavouras de café. Eles chamavam a terra de “rossa”, que significa “vermelha”, em italiano. A palavra foi sendo entendida como “roxa”, e o nome acabou pegando também entre os brasileiros. Informação disponível em: <https://www.canalrural.com.br/agricultura/conheca-caracteristicas-terra-roxa-terra-vermelha-53932/#:~:text=O%20nome%20terra%20roxa%20surgiu,pegando%20tamb%C3%A9m%20entre%20os%20brasileiros.> ltimo acesso em: 11/09/2024.

também foi responsável pelo povoamento, pelo desenvolvimento da infraestrutura de transportes e, posteriormente, pelo surgimento da indústria (Martins, 2012).

O avanço da economia cafeeira pela Zona da Mata se deu, dentre outras razões, pela existência do Caminho Novo (1701-1730), estrada utilizada como passagem das tropas que carregavam o ouro para o porto do Rio de Janeiro e no retorno abasteciam a região. Além disso, na segunda metade do século XIX Minas foi beneficiada pela construção de uma das primeiras rodovias do país, a Rodovia União & Indústria, que colaborou para o crescimento da produção da Zona da Mata até 1920, quando foi superada pela produção do Sul de Minas. O avanço cafeeiro no século XIX levou ao abandono das demais atividades produtivas e o café assumiu característica de monocultura de exportação (Martins, 2012; Taunay, 2013).

No Espírito Santo, onde a produção de café é expressiva até hoje, sua introdução veio na metade do século XIX. As plantações se desenvolveram primeiramente no Sul da província, região limítrofe com o Rio de Janeiro. Como no restante do Sudeste brasileiro, o café substituiu a estrutura canavieira, usou mão de obra escravizada e foi responsável pela construção de estradas e ferrovias, sendo que o escoamento do produto beneficiou-se da existência do porto de Vitória. A província, porém, enfrentou dificuldades após a abolição, pois não foi capaz de substituir rapidamente os trabalhadores das plantações de café. Sendo assim, só a partir de 1892¹⁴, com a chegada de imigrantes estrangeiros e migrantes nacionais as lavouras cafeeiras da região retomaram ritmo crescente (Martins, 2012).

É importante destacar a centralidade da mão de obra escravizada no crescimento da economia cafeeira. Ela viabilizou o lucro dos proprietários de terra, que, por sua vez, formaram uma elite oligárquica privilegiada em torno das exportações. Sendo o Brasil o último país a abolir a escravidão no Ocidente, às vésperas do século XX e da proclamação da República, é impossível falar sobre a história do café sem mencionar a centralidade da escravidão nesse processo que viabilizou a “empresa territorial brasileira”, utilizando as

¹⁴ Nesse mesmo sentido, Castro (2019) destaca que o Espírito Santo teve sua grande expansão cafeeira apenas no último quartel do século XIX, acompanhando o movimento de interiorização da produção e de maior utilização da mão de obra livre. A partir da década de 1890, as áreas montanhosas capixabas se tornaram pólos relevantes da cafeicultura nacional, sobretudo com o cultivo de arábica, atividade que permanece até os dias atuais (CASTRO, 2019).

palavras de Caio Prado Jr. (2011)¹⁵¹⁶. Segundo Benjamin (2009), o autor marxista defendeu a tese de que o Brasil era uma empresa territorial voltada para fora e controlada de fora:

“A empresa-Brasil sempre deu certo: propiciou bons negócios e gerou altíssimo lucro. Nos séculos XVI e XVII foi excelente o negócio do açúcar, a primeira mercadoria de consumo de massas em escala planetária, em torno da qual se formou o moderno mercado mundial. Foi depois magnífico o negócio do ouro; graças a ele, a Inglaterra – que nunca teve minas de ouro – constituiu as enormes reservas que lhe permitiram criar, no século XIX, o primeiro padrão monetário mundial (o padrão libra-ouro), símbolo e suporte de sua hegemonia. A partir de 1840, até bem entrado o século XX, foi maravilhoso o negócio do café, estimulante de baixo custo e fácil distribuição, ofertado à classe trabalhadora da Europa e dos Estados Unidos que precisava ser disciplinada para o trabalho fabril” (Benjamin, 2009: 18).



¹⁵ Caio Prado Júnior (1907-1990), importante jurista, cientista social e intelectual brasileiro, ficou conhecido por ser um dos pioneiros na aplicação do materialismo histórico à interpretação da formação socioeconômica do Brasil. Destacou-se pela sua clássica obra “Formação do Brasil Contemporâneo” (originalmente publicada em 1942), na qual analisou criticamente o período colonial e os ciclos econômicos, incluindo o do café, evidenciando como a economia agroexportadora moldou as estruturas sociais e políticas do país. Sua abordagem marxista inovadora influenciou profundamente a historiografia brasileira, oferecendo uma compreensão crítica das relações de produção e da dependência econômica externa.

¹⁶ “Tudo assenta, pois, neste país, no escravo negro”, observa Debret. Além de idealizar e confeccionar a bandeira do Brasil Império, como já vimos acima, o artista pôde registrar, durante a sua estadia de quinze anos em território brasileiro, a Família Real, os principais eventos políticos que marcaram a nossa história nesse período e cenas cotidianas da época, as quais incluem uma forte presença de pessoas escravizadas. Fonte: https://graocafes.com.br/cafe-com-arte-jean-baptiste-debret/?srsltid=AfmBOoqNq-OwHCI8pSqD8E91KEDsWrAjw_oJUiCtMq63nPudUYVa_U9l. Último acesso em: 24/02/2025.

Figura 7: Gravura intitulada “Recolte du café”, pintada em 1835 pelo artista alemão Johann Moritz Rugendas. A imagem retrata trabalhadores escravizados colhendo café enquanto seus senhores descansam sob uma tenda. Fonte: <https://www.brasiliاناiconografica.art.br/artigos/23385/os-caminhos-do-cafe-vistos-pelos-artistas-viajantes>. Último acesso em: 18/03/2025.



Figura 8: Obra intitulada “Carregadores de café a caminho da cidade” (1826), do artista francês Jean-Baptiste Debret. Fonte: https://www.researchgate.net/figure/Carregadores-de-cafe-a-caminho-da-cidade-Aquarela-sobre-papel-JeanBaptiste-Debret_fig4_332079391. Último acesso em: 18/03/2025.

Antes da abolição da escravização em 1888, já existiam tensões políticas entre grupos a favor e contra esse movimento. Lapa (1987) sistematiza algumas dessas diferenças, destacando que enquanto na região do Vale do Paraíba tinha-se uma mentalidade escravocrata, conservadora e monarquista, no Velho Oeste paulista existia uma aceitação maior do movimento abolicionista, liberal e republicano¹⁷¹⁸.

¹⁷ É importante destacar, no entanto, que São Paulo, em um primeiro momento, também adotou um modelo latifundiário baseado no trabalho escravizado, como já ocorria no Vale do Paraíba. Os cafeicultores da região, muitos dos quais eram novos proprietários de terras recém-adquiridas, estavam comprometidos com a manutenção da mão de obra cativa, uma vez que o sistema escravista representava uma forma de investimento segura e já consolidada. Além disso, a escravização garantia a estabilidade da produção sem custos adicionais relacionados a salários, o que favorecia a acumulação de capital. Dessa forma, o Oeste Paulista, assim como o Vale do Paraíba, foi um dos bastiões da resistência ao movimento abolicionista nas primeiras décadas do século XIX (Moura, 1988).

¹⁸ Fernandes (2006) destaca que os republicanos de São Paulo mantiveram, por anos, uma posição ambígua em relação à escravização, evitando confrontar diretamente o tema devido à forte presença de fazendeiros escravistas no partido. Essa posição visava preservar o apoio dos fazendeiros paulistas, cujo interesse principal não era a escravização em si, mas a viabilização da lavoura e a garantia de mão de obra. Mesmo assim, divergências internas surgiram entre os republicanos: figuras como Bernardino de Campos defendiam que a abolição e a República eram indissociáveis, enquanto outros, especialmente em Campinas, queriam manter o partido afastado dessa discussão. Quando a abolição tornou-se iminente, os republicanos paulistas adaptaram-se, buscando manter sua influência política e fortalecer a transição para a República. A adesão de muitos

Para aprofundamento, é importante entender o contexto do período. Segundo Leite (2016), a mão de obra escravizada utilizada em larga escala provinha do tráfico transatlântico ou do comércio interno, de escravizados originários de engenhos e fazendas em decadência no Nordeste, após desgaste do Ciclo do Açúcar. A abolição do tráfico no Brasil começou a ser fortemente influenciada pelas transformações econômicas globais, a partir da Revolução Industrial, iniciada na Inglaterra no século XVIII.

O surgimento da classe proletária, composta por trabalhadores assalariados, levou a principal defensora do mercado de tráfico de escravos, a Inglaterra, a perceber a necessidade de expandir o mercado consumidor por meio de trabalhadores assalariados. A crescente industrialização também levou o país a depender da produção de matérias-primas em suas colônias na África, exigindo nova organização do trabalho nesses territórios. Os ingleses passaram a pressionar o Brasil e outros países a abolirem o tráfico, com medidas como a Lei Bill Aberdeen (1845), que autorizava a Marinha britânica a prender navios de tráfico. No Brasil, como resposta veio a Lei Eusébio de Queirós em 1850, determinando o fim do tráfico de escravizados para o país e estabelecendo punições. Na prática, a medida impulsionou o comércio interno de cativos, levando ao encarecimento da mão de obra.

A Guerra do Paraguai (1865–1870), o maior conflito armado da América do Sul, também teve um impacto no avanço da causa abolicionista. Diante da escassez de soldados, o governo enviou pessoas escravizadas para o conflito, gerando tensões e dissensos. A convivência dos brasileiros com os exércitos platinos – de perfil republicano e contrários à escravidão – provocou mudança gradual na percepção dos militares brasileiros sobre a escravização. Alguns oficiais de alta patente passaram a se posicionar contra o regime escravista, se recusando a continuar atuando como capitães-do-mato (Leite, 2016). O movimento abolicionista ganhou força com a promulgação de leis como a do Ventre Livre (1871), que concedia liberdade aos filhos de escravos nascidos a partir daquela data¹⁹, e a Lei dos Sexagenários (1885), que garantia a liberdade aos escravizados com mais de 65 anos de idade²⁰.

fazendeiros ao republicanismo após o 13 de Maio de 1888 evidenciou essa mudança de estratégia, consolidando São Paulo como um centro político dominante no novo regime.

¹⁹ Segundo Leite (2016), as crianças deveriam ser sustentadas pelos proprietários de suas mães até atingirem oito anos de idade. Após esse período, deveriam prestar serviços gratuitos, até os 21 anos, para então tornarem-se livres. A maneira como essa lei foi implementada, na realidade, beneficiava mais ao proprietário em detrimento do próprio escravizado.

²⁰ “Na verdade, grande parcela devido ao trabalho forçado e às péssimas condições a que eram expostos, não resistiam e morriam antes que completassem a idade proposta pela lei. Caso atingissem a faixa etária de 65 anos, a lei, na realidade, beneficiava o proprietário que deixava de alimentar e ter, em sua propriedade, um escravizado que já não dava um retorno produtivo como outro mais jovem e saudável. Na realidade, o negro idoso e doente

O Rio Grande do Sul foi a província pioneira na abolição: o movimento começou devido à crise econômica das charqueadas, que enfrentavam a concorrência do charque platino. Com a queda nos lucros desses produtores muitos proprietários preferiram vender ou libertar os trabalhadores escravizados, transferindo-os para fazendas cafeeiras do Sudeste. Segundo Leite (2016), o movimento republicano gaúcho incorporou a luta pela abolição em sua agenda, vendo o fim da escravização como um golpe contra a monarquia e a forte crise econômica que vivenciavam. Discursos inflamados em espaços públicos, como na Câmara de Vereadores e no Teatro São Pedro, denunciaram a escravização como um entrave ao progresso. Em 1884, portanto, Porto Alegre antecipou-se ao restante do país e declarou extinta a escravização na cidade.

Por sua vez, as posições em relação à abolição da escravidão em São Paulo e no Rio de Janeiro refletiam estruturas econômicas e sociais distintas. Segundo Delgado (2009), a opção política de manter a escravização, principalmente no Rio de Janeiro, não apenas retardou as transformações econômicas, como também moldou um padrão racial excludente que se estenderia após a abolição.

Em São Paulo, apesar de resistência inicial, os produtores começaram a mudar em relação à abolição por razões essencialmente econômicas²¹. Diferente do Vale do Paraíba, o

ficava abandonado à sua própria sorte. Este caráter duvidoso da lei acirrou os ânimos já exaltados, acelerando o processo final da escravidão, que, há muito tempo, vinha sendo protelado” (LEITE, 2016: p. [s.n.]).

²¹ É importante observar que as principais razões para a aceitação da abolição da escravização pela sociedade nacional, de maneira geral, estavam relacionadas a fatores econômicos e políticos, especialmente no que diz respeito ao enfraquecimento e decadência das estruturas monárquicas no Brasil. Não à toa, a Proclamação da República ocorreu um ano após a promulgação da Lei Áurea. Nesse sentido, muitas figuras conhecidas por serem pró-abolição e republicanas eram, na realidade, intelectuais e políticos que defendiam ideais racistas. Os chamados abolicionistas racistas não tinham como objetivo a inclusão e emancipação dos negros na sociedade brasileira, mas, pelo contrário, promoviam o racismo científico, sustentando a tese de que o Brasil precisava modernizar-se, desenvolver-se e branquear-se, substituindo a mão de obra negra pela de imigrantes europeus (Goiz, 2016). Joaquim Nabuco, por exemplo, apesar de sua atuação na luta abolicionista, via a escravidão como um obstáculo ao progresso nacional e defendia que o futuro do Brasil deveria ser construído por meio do branqueamento da população, uma visão alinhada às teorias racialistas da época (Maringoni, 2024). Sua abordagem, assim como a de muitos abolicionistas brancos, excluía a necessidade de políticas de integração social para os libertos. Louis Couty, médico francês e professor no Brasil, expressava um pensamento ainda mais explicitamente racista, chegando a argumentar em suas obras que a escravidão deveria ser extinta não por razões humanitárias, mas porque a mão de obra negra era economicamente ineficiente. Para ele, a substituição dos escravizados por trabalhadores europeus era essencial para o progresso nacional, pois via a população negra como um entrave ao desenvolvimento (Goiz, 2016). Nesse mesmo sentido pensava Silvio Romero, crítico literário e historiador, que via a abolição como uma necessidade econômica, além de defender o branqueamento da população brasileira por meio da mestiçagem. Romero atacava abolicionistas negros como José do Patrocínio e André Rebouças, os acusando de promover "teorias negristas" para distorcer a realidade racial do Brasil (Schneider, 2018). João Batista de Lacerda e Nina Rodrigues, grandes defensores do racismo científico da época, também enxergavam a população negra como inferior biologicamente. Por outro lado, destaca-se a importância e relevância social de abolicionistas negros, que, apesar de suas visões políticas diversas, não apenas lutaram pela libertação dos escravizados, mas também pela sua inclusão na sociedade. Luiz Gama, advogado autodidata e ex-escravizado, utilizou sua atuação jurídica para libertar centenas de negros e denunciar a estrutura escravista do país (Schneider, 2018). André Rebouças, engenheiro e intelectual, defendia projetos de reforma agrária para garantir terras aos ex-escravizados, assegurando sua integração econômica e social. José do Patrocínio, jornalista

Oeste Paulista era uma região ainda em expansão, com terras férteis e um potencial de crescimento que dependia de maior produtividade e inovação. Martins (2012), nesse sentido, destaca que desde a década de 1830 havia a necessidade de substituir a mão de obra escravizada pela assalariada. O Oeste Paulista, ainda que de forma muito inicial, começou a experimentar a substituição do trabalho escravizado pelo de imigrantes europeus, incorporados inicialmente pelo sistema de parceria e, posteriormente, pelo regime assalariado.

À guisa de ilustração, destaco que esboçou-se em São Paulo a primeira tentativa concreta de substituir a mão de obra escravizada pela livre e imigrante. O experimento liderado por Nicolau de Campos Vergueiro, jurista e empresário, se destacou por adotar um modelo alternativo baseado no sistema de parceria, implantado em sua fazenda de café em Ibicaba. Por meio de sua Companhia de Colonização, trouxe imigrantes portugueses do Minho para trabalhar com a promessa de divisão dos lucros da produção, arcando com os custos da viagem, instalação e manutenção dos trabalhadores (Martins, 2012).

Esses custos, no entanto, passaram a ser cobrados posteriormente com juros, descontados dos ganhos dos colonos, gerando um sistema de endividamento e revoltas por parte dos trabalhadores. Muitos imigrantes, como os suíços da Colônia Senador Vergueiro fundada em 1847, enfrentaram frustrações, levando inclusive à rebelião e à denúncia das condições de trabalho. Apesar dos conflitos, essa iniciativa abriu caminho para a transição do trabalho escravizado ao livre no setor cafeeiro paulista. Os cafeicultores perceberam que essa transição poderia ser vantajosa, pois eliminava a necessidade de altos investimentos na compra de escravos e transferia parte dos custos da reprodução da força de trabalho para os próprios trabalhadores.

A partir do último quartel do século XIX, ou seja, quando a abolição se torna iminente no país, segundo Furtado (2005), surge “o problema da mão de obra”:

“Ao concluir-se o terceiro quartel do século XIX os termos do problema econômico brasileiro se haviam modificado basicamente. Surgira o produto que permitiria ao país reintegrar-se nas correntes em expansão do comércio mundial; concluída sua etapa de gestação, a economia cafeeira encontrava-se em condições de autofinanciar sua extraordinária expansão subsequente; estavam formados os quadros da nova classe

e um dos maiores nomes do movimento abolicionista, usou a imprensa como instrumento de luta contra a escravidão e o racismo (Maringoni, 2024). Maria Firmina dos Reis, escritora e primeira romancista negra do Brasil, abordou a escravidão de forma crítica em sua literatura, desafiando as narrativas dominantes da época. Além deles, outros intelectuais e escritores como Machado de Assis e Castro Alves contribuíram para a reflexão sobre a escravidão e seus impactos, seja por meio da literatura ou do ativismo político (Schneider, 2018). Dessa forma, enquanto a maior parte dos intelectuais brancos viam a abolição como um meio para reestruturar a sociedade de acordo com os ideais de modernização e branqueamento, os abolicionistas negros compreendiam a luta como uma questão de justiça social e buscavam garantir a plena cidadania da população negra no Brasil pós-abolicionista (Fernandes, 2006).

dirigente que lideraria a grande expansão cafeeira. Restava por resolver, entretanto, o problema da mão de obra.” (Furtado, 2005: 118)

E é a partir desse momento que o apoio estatal à imigração passou a ser essencial e inadiável com o objetivo de continuar a incentivar a produção de café. O governo provincial de São Paulo incentivou fortemente a vinda de imigrantes europeus para substituir o trabalho escravizado, criando políticas de fomento para facilitar essa transição. Diante desse cenário, os cafeicultores do Oeste Paulista passaram a aceitar e apoiar ainda mais a abolição, ao perceberem que o Estado subsidiaria a importação de mão de obra estrangeira, tornando o processo de adaptação mais viável e economicamente seguro (Moura, 1988).

A partir de 1878, o cafeicultor paulista Antônio de Queiroz Telles liderou um esforço articulado entre fazendeiros e governo para incentivar a imigração europeia, identificando a Itália como uma fonte de trabalhadores para os cafezais paulistas. A grave crise econômica e social naquele país o tornou emissor de imigrantes. Em 1886, foi criada a Sociedade Promotora da Imigração, viabilizando a vinda de famílias italianas subsidiadas pelo governo, sem custo de transporte até as fazendas. A Hospedaria dos Imigrantes, instalada no bairro do Brás, passou a funcionar como ponto de acolhimento e triagem, tornando-se uma peça central na organização do fluxo migratório e na redistribuição da mão de obra pelas lavouras (Martins, 2012; Leite, 2016).

Para os fazendeiros, esse sistema de parceria com o governo era altamente vantajoso, ao suprir a escassez de trabalhadores após a queda do tráfico e permitir a expansão sem custos de contratação. Os imigrantes, por outro lado, enfrentaram más condições de trabalho, descumprimento de contratos, violência e dificuldades de adaptação ao clima, à alimentação e à cultura local. Ainda assim, o modelo prosperou, e a partir de 1888 a imigração italiana cresceu de forma acelerada²², consolidando-se como pilar da transição para o trabalho livre. No decorrer das décadas seguintes, os imigrantes – especialmente os italianos – passaram não apenas a dominar a força de trabalho nas lavouras, como a influenciar profundamente a cultura e a organização social nas regiões cafeeiras de São Paulo (Martins, 2012).

Faleiros (1999) nos mostra outra perspectiva e aponta que, ao contrário do que está impregnado no imaginário do senso comum, em 1888, mesmo ano de grande crescimento da imigração italiana, São Paulo ainda contava com mais de 107 mil escravizados, sendo a grande maioria deles – cerca de 89% – empregada na agricultura. Nesse mesmo sentido,

²² Segundo Nagay (1999), essa grande expansão econômica do Oeste Paulista se deu num contexto de alta internacional do café, aumento da demanda nos Estados Unidos e na Europa e queda nas exportações de outros produtos, como açúcar e algodão. A lavoura paulista passou, portanto, a ocupar uma posição estratégica na economia nacional e atraiu, entre 1886 e 1888, o maior volume de imigração europeia do período.

Lamounier (2007) destaca que a ideia de uma substituição automática da mão de obra escravizada por imigrantes europeus é equivocada. Durante anos após a abolição, o trabalho livre nacional, composto por ex-escravizados e trabalhadores pobres brasileiros, continuou a ser amplamente utilizado nas fazendas paulistas. Esses trabalhadores eram submetidos a formas de controle social e econômico – por meio de habitação, crédito e vigilância – que reproduziam dinâmicas do regime escravista, revelando uma transição gradual e profundamente marcada por estratégias de dominação e exploração.

Dessa forma, o que se configura no Brasil pós-1888 não é uma transição plena e orgânica para o trabalho livre, mas sim a institucionalização de um modelo dual: de um lado, o trabalhador imigrante, assistido por políticas públicas e contratos formais; de outro, o ex-escravizado, abandonado à própria sorte. Como sintetiza Delgado (2009), “o novo trabalho livre e assalariado não era para os ex-escravizados. Era para os imigrantes, que já chegavam sob contrato, com terra, casa e proteção institucional” (Delgado, 2009: 238). Essa transição revela que a abolição da escravidão não significou melhores condições para os trabalhadores do campo, mas uma mera mudança na forma jurídica da exploração, agora baseada em contratos, dívidas e políticas estatais de incentivo à imigração.

Assim, a transição da mão de obra nas lavouras de café não foi motivada por razões de ordem econômica, e sim ideológicas e raciais: os imigrantes brancos eram vistos como mais “aptos”²³ ao trabalho livre e à integração no projeto de modernização da lavoura. Os ex-escravizados, embora juridicamente livres, foram sistematicamente excluídos do novo modelo (Delgado, 2009). Furtado (2007), observa que a abolição teve caráter mais político que econômico, não alterando a organização da produção nem promovendo redistribuição de renda:

²³ A análise de Furtado (2005) sobre a economia brasileira, apesar de muito importante e acertada em diversos pontos, também apresenta certas limitações. Um exemplo é quando o autor atribui ao “desenvolvimento mental” dos ex-escravizados parte da dificuldade de sua integração ao mercado de trabalho. Segundo o autor, “o homem formado dentro desse sistema social está totalmente desapeado para responder aos estímulos econômicos” (Furtado, 2005: 144), o que, segundo Delgado (2009), revela uma leitura que negligencia os condicionantes estruturais de exclusão social e racial. A ausência de políticas públicas de acesso à terra, crédito ou educação perpetuou a marginalização da população negra, que passou a ocupar postos de trabalho precários, quando não foi empurrada para a informalidade e o subemprego urbano. Nesse mesmo sentido, Sampaio (2018) revisita criticamente a interpretação de Celso Furtado sobre a transição do trabalho escravo para o trabalho livre no Brasil, argumentando que a substituição dos ex-escravizados por imigrantes europeus no ciclo do café não decorreu de escassez ou baixa qualidade da mão de obra local, mas de uma escolha política e ideológica que privilegiou trabalhadores brancos. Sampaio (2018) aponta contradições na análise de Furtado, especialmente nas passagens em que este atribui aos ex-escravizados uma suposta incapacidade para o trabalho livre, reforçando estigmas raciais e naturalizando a exclusão socioeconômica dos negros no pós-abolição. O autor defende que tais argumentos carecem de base teórica e empírica, e ressalta a importância de desconstruir essas visões à luz de abordagens mais críticas, como as de Roger Bastide e Florestan Fernandes, autores contemporâneos a Furtado, que rejeitam explicações de ordem biológica ou cultural para o subdesenvolvimento e a marginalização da população negra no Brasil.

“Observada a abolição de uma perspectiva ampla, comprova-se que a mesma constitui uma medida de caráter mais político que econômico. [...] Abolido o trabalho escravo, praticamente em nenhuma parte houve modificações de real significação na forma de organização da produção e mesmo na distribuição da renda” (Furtado, 2005: 148).

Durante a República Velha (1889-1930), como veremos na seção a seguir, o café permaneceu como principal atividade econômica do país, consolidando a elite cafeeira, especialmente paulista, como classe dominante. Essa elite, enriquecida pela produção cafeeira, passaria a investir na industrialização da Região Sudeste, financiando a construção de ferrovias, atraindo imigração europeia e transformando São Paulo no centro econômico do país, sendo as mansões da Avenida Paulista os grandes símbolos dessa acumulação de riqueza (Leite, 2016; Moraes, 1989).

Do ponto de vista macroeconômico, Delfim Netto (2009) observa que o segundo e terceiro ciclos do café (1869-1906)²⁴ foram decisivos na consolidação da hegemonia paulista. No novo pólo produtor, a inserção de capitais, a imigração subsidiada e o dinamismo fundiário permitiram ganhos expressivos de produtividade, mas também geraram excedentes que levariam, já nas primeiras décadas do século XX, a ciclos de superprodução. Assim a cafeicultura não se constituiu apenas em atividade econômica dominante, mas em sustentáculo da ordem social e política desde o período imperial até a Primeira República.

5. A República Velha (1889-1930), o coronelismo e os episódios de defesa da economia cafeeira

A Primeira República teve a economia e a política estruturada pela cultura cafeeira não apenas, influenciando os rumos sociais e culturais do país. Conforme Martins, "na nova ordem republicana, política, sociedade e cultura se entrelaçam com os cafezais" (Martins, 2012: 187), pois este atuou econômica e politicamente como principal vetor de construção da nova classe dirigente formada, em sua maioria, nas academias de direito de São Paulo.

A autora sublinha que "há quem diga que a República foi dos bachareis, mas também que ela foi dos fazendeiros. Ambas as afirmações são verdadeiras" (Martins, 2012: 188).

²⁴ Sobre a história da cafeicultura no Brasil, Delfim Netto (2009) divide o “mercado cafeeiro sem intervenção estatal” em três ciclos. O primeiro (1857-1868) é marcado pela alta nos preços internacionais, favorecida pela recuperação europeia e pela praga *Elachista coffeella* nas lavouras caribenhas. Internamente, a Lei Eusébio de Queirós (1850) restringiu o tráfico de escravizados, limitando a oferta de mão de obra no RJ e favorecendo o interior paulista. O segundo ciclo (1869-1885) corresponde à consolidação da cafeicultura em SP (Campinas, Limeira, Ribeirão Preto), com expansão ferroviária, aumento da produção e preços pressionados pela instabilidade da demanda e concorrência externa. O terceiro ciclo (1886-1899) é caracterizado por uma nova queda de preços, resultante da superprodução, que evidencia os limites do modelo primário-exportador e antecipa a necessidade de intervenção estatal no mercado cafeeiro.

Essas figuras, que muitas vezes se confundiam num só agente social, deram origem a um projeto de país centrado nos interesses e visão de mundo desse grupo. Essa simbiose teve como espaço emblemático a Faculdade de Direito de São Paulo, fundada em 1827, que, nas palavras da autora, formou os primeiros legisladores do país (Martins, 2012).

A Faculdade de Direito do Largo de São Francisco tornou-se, no século XIX e início do século XX, o principal espaço de formação da elite política nacional. Consolidou uma cultura jurídica que moldou a estrutura institucional da Primeira República, caracterizada por forte formalismo legal, e visão patrimonialista e excludente do Estado. Muitos bachareis oriundos dessa instituição atuaram simultaneamente como juristas, políticos e proprietários rurais, reforçando a associação entre os interesses da lavoura cafeeira e os mecanismos de poder republicanos. Como centro de difusão ideológica e de construção das redes clientelistas, a Faculdade de Direito contribuiu para a consolidação de um projeto oligárquico de nação, fundado na interdependência entre saber jurídico, propriedade fundiária e poder político.

Esse entrelaçamento entre a formação intelectual dos bachareis e a estrutura agrária do país encontrou na chamada "política do café com leite"²⁵ sua expressão maior. A “aliança” entre São Paulo, principal produtor de café, e Minas Gerais, estado marcado pela pecuária (apesar de ser nessa época o segundo maior produtor de café)²⁶, garantiu a presidência da

²⁵ A política do café com leite foi um arranjo político estabelecido durante a Primeira República, no qual as oligarquias de São Paulo (maior produtor de café e centro econômico do país) e Minas Gerais (estado mais populoso e, por isso, com o maior colégio eleitoral) disputavam constantemente pela presidência da República. Essa prática estava inserida na política dos governadores, criada por Campos Salles, que garantia autonomia estadual em troca de apoio político ao governo federal, numa tentativa de promover mais estabilidade e neutralizar a oposição. Esse sistema consolidou o mandonismo local, em que coroneis controlavam os resultados eleitorais por meio de influência e repressão. Assim, o poder político permaneceu nas mãos das elites agrárias, especialmente aquelas ligadas à produção cafeeira. Essa política favoreceu os interesses do mercado agroexportador, que gerava grandes receitas para a União e permitiu o fortalecimento econômico de São Paulo – inclusive financiando sua industrialização. Embora os estados do Sudeste tenham sido mais diretamente beneficiados, oligarquias de outras regiões também foram favorecidas, perpetuando uma estrutura de poder elitista e excludente. Essa prática marcou e moldou o funcionamento político do Brasil por muito tempo, e apesar de mudanças políticas e sociais terem ocorrido ao longo do tempo, a lógica de concentração de poder nas mãos de grandes proprietários e elites regionais ainda persiste, sobretudo nas disputas por terra e no funcionamento do Congresso Nacional. Para mais informações sobre esse assunto, acesse o link e leia a entrevista realizada com a historiadora Jullyana Lopes Luporini Barbosa: <https://www.fflch.usp.br/170627>. Último acesso em: 15/04/2025.

²⁶ O historiador Eul-Soo Pang (1979) propôs uma releitura crítica da tradicionalmente denominada política do café com leite, sugerindo que o termo mais adequado seria política do "café contra o leite". Segundo ele, ao contrário do que indicam as interpretações mais difundidas, as relações entre o Partido Republicano Paulista (PRP) e o Partido Republicano Mineiro (PRM) eram marcadas por rivalidades e interesses econômicos divergentes, frequentemente conflitantes. Como ele observa: “Contrariamente às interpretações existentes, a aliança ‘café com leite’ entre São Paulo e Minas não foi um bom casamento político. Deveria ser chamada, mais apropriadamente, café contra leite” (PANG, 1979: 100). Viscardi (2012), nesse mesmo sentido, afirma que a ideia de uma aliança sólida e duradoura entre São Paulo e Minas Gerais durante a política do café com leite tem sido cada vez mais questionada pelas pesquisas mais recentes. Essa suposta parceria política, baseada na alternância pacífica de poder entre as elites dos dois estados, revela-se, na prática, como uma construção idealizada que mascara um processo marcado por tensões, rivalidades e acordos circunstanciais. Um exemplo revelador é o fato de que, dos cinco presidentes oriundos de São Paulo ao longo da Primeira República, apenas um foi sucedido por um mineiro, o que enfraquece a tese de uma alternância sistemática e previamente acordada.

República a representantes desses estados e institucionalizou um pacto político que assegurava a hegemonia da elite rural no governo federal. Martins (2012) observa que dos onze presidentes da República Velha, nove eram paulistas ou mineiros e oriundos da Faculdade de Direito do Largo de São Francisco, muitos deles diretamente ligados à produção cafeeira.

A nova organização política do país, nascida sob o comando do café, afastava o povo das decisões. Portanto, "no trato da 'coisa pública', pouco mudou naquela Primeira República" (Martins, 2012: 191), pois as eleições foram marcadas por fraudes, clientelismo e domínio dos "coroneis", senhores de terras com controle absoluto sobre suas regiões. Martins (2012) ilustra essa realidade ao apontar que entre 1894 e 1926, o percentual de votantes nunca ultrapassou 3,4% da população, mesmo em momentos de grande mobilização política como a eleição de Júlio Prestes em 1930, quando o índice chegou a 5,5%.

O coronelismo, expressão do poder oligárquico local, articulava-se à política dos governadores e a do café com leite. Segundo Vianna (2009), a sustentação do poder oligárquico acontecia pela reprodução da ordem econômica excludente, por meio de práticas clientelistas, coerção social e manipulação eleitoral. Delgado (2009) amplia essa interpretação ao destacar a natureza autoritária e excludente do modelo agrário, cujas raízes explicam movimentos de resistência como a Revolução Federalista, Canudos e Contestado²⁷. A centralização política da elite cafeeira, portanto, não se restringia ao plano federal, mas estruturava-se em redes locais de poder coronelista que asseguravam a fidelidade eleitoral ao regime. Taunay (2013) observa, nesse mesmo sentido, que os coroneis mantinham o controle social e político das zonas rurais, exercendo influência decisiva sobre as decisões municipais e estaduais.

Longe de representar uma regra estável, a cooperação entre paulistas e mineiros ocorreu sobretudo em momentos nos quais outras alternativas políticas se mostravam inviáveis, sendo mais uma exceção estratégica do que um pacto duradouro. A estabilidade aparente escondia profundas divergências, especialmente no que diz respeito aos interesses econômicos distintos e ao grau de inserção no comércio exterior. Assim, o mito de uma aliança harmônica é desfeito quando confrontado com os dados empíricos e com a dinâmica real das disputas políticas da Primeira República.

²⁷ A Revolução Federalista (1893-1895), a Revolta de Canudos (1896-1897) e a Guerra do Contestado (1912-1916) refletem as tensões políticas e econômicas da República Velha. A Revolução Federalista surgiu de disputas entre grupos oligárquicos do Sul: de um lado, os republicanos que defendiam um governo centralizado; de outro, os federalistas, que buscavam maior descentralização e autonomia para os estados. A luta envolvia o controle do poder político regional e nacional, num contexto em que a jovem república ainda buscava se consolidar. A Revolta de Canudos e a Guerra do Contestado também tiveram raízes em questões econômicas e políticas. Ambas ocorreram em regiões marcadas por pobreza extrema e abandono do Estado, onde a concentração fundiária e a ausência de políticas públicas agravavam as tensões sociais. Em Canudos, o movimento surgiu como resposta às péssimas condições de vida e à cobrança de impostos. No Contestado, o conflito foi impulsionado pela disputa de terras entre camponeses e grandes empresas, especialmente após a chegada de ferrovias e a concessão de terras a companhias estrangeiras, o que intensificou o processo de expulsão dos pequenos posseiros.

A hegemonia político-econômica das oligarquias estaduais, especialmente da paulista, consolidou-se a partir de um novo arranjo federativo de mais autonomia dos estados. Os poderosos fazendeiros de café demonstraram então o deslocamento real do centro de poder do Nordeste para o Sudeste e executaram políticas compatíveis com os interesses da nova classe dominante, refletidas nas políticas econômicas voltadas à cafeicultura.

Apesar do grande poder de articulação dessa elite, em 1898 aconteceu a primeira grande crise cafeeira, com queda dos preços internos e externos e fragilidade das finanças do Estado. A crise de 1898 foi de natureza fiscal e cambial, com raízes na economia cafeeira. Como destaca Taunay (2013), nessa época o Brasil enfrentava problema grave de superprodução de café, resultante da rápida expansão da lavoura, sobretudo no Oeste Paulista. Esse aumento de oferta não encontrou correspondência na demanda internacional, derrubando preços e comprometendo a renda dos produtores.

Como aponta Lederman (2009), a valorização cambial adotada pelo governo a partir de 1898 contribuiu para reduzir ainda mais os ganhos dos cafeicultores, que passaram a receber menos em moeda nacional pelas exportações. Essa política de valorização da moeda foi impulsionada por uma lógica de ortodoxia monetária e cambial, defendida por figuras como Joaquim Murinho, Ministro da Fazenda do presidente Campos Salles, que buscava restaurar a confiança externa na economia brasileira. Segundo Romero e Romero (1997), a medida do ministro ordenou a queima de papel moeda para controlar a especulação de preços, desapontando muitos cafeicultores.

A crise de 1898, foi apenas o prenúncio de um colapso maior. Nos anos seguintes, apesar da desaceleração momentânea, o setor cafeeiro voltou a crescer com vigor, impulsionado pela ocupação de novas áreas no interior de São Paulo – como o "Novo Oeste", descrito por Holloway (1984) – e por inovações técnicas. A modernização da produção não foi acompanhada por mecanismos eficazes de regulação da oferta, intensificando a superprodução.

O ponto de ruptura veio com a safra recorde de 1906. Foi nesse contexto que se consolidou o Convênio de Taubaté, uma resposta coordenada entre os estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro, inaugurando a intervenção estatal direta para proteger a cafeicultura, rompendo com o modelo anterior de não intervenção. O acordo previa a fixação de preços mínimos, a retenção de excedentes da produção e a obtenção de empréstimos externos para financiar a compra de estoques. Todas essas estratégias dependiam fortemente do apoio do governo federal e de empréstimos externos (Holloway, 1978; Holloway, 1984; Nagay, 1999; Lederman, 2009; Vianna, 2009; Bastos, 2009; Taunay, 2013).

Holloway (1978) analisa o Convênio de Taubaté como um marco institucional de ruptura com o *laissez-faire*²⁸, destacando que, embora a política de valorização tenha inovado em termos de intervenção estatal, ela não alterou os fundamentos do sistema cafeeiro, mantendo sua dependência de capitais externos e sua vulnerabilidade estrutural. O autor também enfatiza o protagonismo do estado de São Paulo na condução da política econômica, em contraste com a relutância do governo federal, bem como o papel decisivo de comerciantes e banqueiros estrangeiros na implementação da medida.

A análise crítica dessa e de outras políticas de valorização do café também é abordada por Felipe e Bertolani (2019), que considera o Estado como um campo de forças disputado por frações da elite e influenciado decisivamente pelo capital financeiro internacional. A política de valorização, longe de representar apenas os interesses da oligarquia cafeeira, refletia uma mediação entre múltiplos atores, inclusive banqueiros estrangeiros que moldavam decisões econômicas por meio de empréstimos e imposições cambiais.

Bastos (2009) afirma que a dependência de empréstimos externos para financiar a valorização do café levou a crises fiscais recorrentes e ao endividamento estrutural, comprometendo a autonomia do Estado brasileiro. Taunay (2013) ressalta a complexidade da política de valorização, que embora tenha evitado a derrocada imediata do setor, gerou desequilíbrios econômicos e incentivou a concorrência internacional. A manutenção de preços elevados, por exemplo, estimulou a expansão da produção cafeeira em outros países, reduzindo a influência brasileira no mercado internacional.

A partir do Convênio de Taubaté, o Brasil inaugurou um novo ciclo de intervenções estatais para conter os efeitos da superprodução e manter a rentabilidade do setor cafeeiro. Os resultados imediatos foram positivos: estabilizaram-se os preços, garantiu-se a renda dos fazendeiros e fortaleceu-se a posição de São Paulo como liderança política e econômica (Holloway, 1978; Taunay, 2013).

Nos anos seguintes, especialmente entre 1917 e 1920, uma nova valorização foi empreendida durante a Primeira Guerra Mundial, financiada por emissões do Tesouro, diante da escassez dos empréstimos externos. Em 1921, veio uma terceira intervenção financiada por novo empréstimo externo, que comprometeu ainda mais a autonomia da política econômica nacional (Lederman, 2009; Bastos, 2009).

Na década de 1920, novas iniciativas buscaram institucionalizar a valorização do café

²⁸ *Laissez-faire* é uma expressão em francês que significa “deixe fazer”. Ela é utilizada no campo da Economia para identificar um modelo político e econômico de não-intervenção estatal e liberalismo econômico. Seus defensores acreditam que o mercado é capaz de se regular sozinho, sem a necessidade de subsídios ou regulamentações criadas pelo Estado.

como política permanente. O Instituto de Defesa Permanente do Café, criado em 1924 pelo estado de São Paulo, assumiu funções de estocagem, financiamento e propaganda. Financiado por taxas sobre as exportações e empréstimos externos, o instituto buscava garantir a estabilidade do setor, mas suas políticas de preços baseadas no valor do café estocado beneficiaram regiões menos produtivas e reduziram a competitividade internacional do café brasileiro (Lederman, 2009).

Delfim Netto (2009) destaca o sucesso das intervenções nos períodos de 1906 a 1918, para conter a superprodução; entre 1917 e 1920, para mitigar os efeitos da Primeira Guerra Mundial; e entre 1921 e 1924, diante da retração das compras internacionais. Essas três operações episódicas de proteção do mercado cafeeiro por meio da valorização do café revelam o caráter recorrente de proteção ao setor, ainda que suas bases se mostrassem cada vez mais frágeis frente à conjuntura econômica internacional. Contudo, Delfim Netto (2009) e Felipe e Bertolani (2019) observam efeitos colaterais negativos das medidas, como o endividamento crescente, a manutenção de um modelo produtivo esgotado e o adiamento de reformas estruturais.

São Paulo tornou-se o centro da modernização técnica da produção cafeeira²⁹, intimamente conectada à industrialização do país. A política de valorização do café contribuiu significativamente para a formação da indústria, pois a desvalorização cambial aumentou a renda dos cafeicultores e parte dos lucros foi direcionada à indústria, sobretudo por fazendeiros influenciados pelas ideias de modernização econômica (Bezerra, 2015). Com as importações mais caras, o mercado interno se fortaleceu, favorecendo a produção nacional em detrimento da importação. Taunay (2013) salienta que as grandes casas comissárias e os bancos ligados ao comércio internacional do café passaram a investir diretamente na modernização produtiva, fomentando a mecanização e o uso de insumos industriais no campo.

Esse avanço técnico e logístico se deu em paralelo ao fortalecimento do controle social sobre o trabalho. A imigração europeia, especialmente italiana, foi central nesse processo. Como observa Holloway (1984), o sistema de colonato implantado nas fazendas do Oeste Paulista estruturou-se em relações de dependência econômica e vigilância cotidiana. O caso da família de Cândido Portinari, por exemplo, retrata essa realidade: filhos de imigrantes italianos que trabalhavam como colonos nas lavouras de café em Brodowski (SP), a experiência da vida nos cafezais marcou profundamente a obra do artista, cujas telas denunciam a exploração, a pobreza e a exclusão social dos trabalhadores do campo.

²⁹ De acordo com Jacob (1998), "in São Paulo, coffee-planting speedily became a science" (JACOB, 1998: 230).



Figura 9: Obra intitulada “Peneirando Café”, do renomado artista brasileiro Candido Portinari, pintada em 1957. Fonte: <https://perfectdailygrind.com/pt/2022/10/05/a-historia-do-café-no-brasil-pelas-obras-de-portinari/>. Último acesso em: 16/04/2025.

No último ano da República Velha, a crise econômica de 1929 foi um ponto de inflexão na trajetória da economia cafeeira e da política brasileira. Com a quebra da Bolsa de Nova York, o mercado internacional colapsou, os preços despencaram, as exportações diminuíram drasticamente e os estoques se acumularam em níveis recordes. Martins (2012) descreve esse momento como de profunda desorganização do setor: "famílias empobrecidas do dia para a noite, fazendas e mansões vendidas de porteiros e portões fechados" tornaram-se cenas comuns (Martins, 2012: 237). O colapso do sistema de valorização do café que sustentou o setor tornou-se inevitável pela falta de crédito externo e saturação do mercado mundial.

Holloway (1984) reforça essa visão ao apontar que a crise revelou os limites estruturais do modelo agroexportador e precipitou a falência da hegemonia cafeeira. A produção de café persistia em níveis elevados, mesmo diante da retração da demanda global, o que intensificou a pressão sobre os preços e tornou inviável a continuidade das políticas de sustentação sem novos aportes massivos de capital. Furtado (2005) afirma que a crise de 1929 foi o ponto culminante de um processo de esgotamento de um sistema produtivo tipicamente colonial, cuja lógica expansionista e rentista levou a uma superprodução estrutural.

Taunay (2013) detalha os efeitos econômicos e sociais da crise, ressaltando o colapso das grandes fazendas, a perda de valor das propriedades e a necessidade de adoção de medidas drásticas, como a incineração de milhões de sacas de café, para tentar conter a

derrocada do mercado. Ao mesmo tempo, houve um processo de reestruturação da produção, com a venda de lotes de terra para pequenos produtores, incentivando o surgimento de uma nova camada de proprietários rurais. Martins (2012) observa que muitos ex-colonos e imigrantes conseguiram adquirir terras a preços baixos, estabelecendo pequenas propriedades e iniciando práticas de diversificação agrícola.

O impacto social também foi profundo. A desestruturação do setor acelerou a urbanização, estimulou a migração interna e abriu espaço para novas formas de organização produtiva no campo. Como observa Hespanhol (2017), autores como Delfim Netto passaram a criticar a manutenção artificial da cafeicultura, defendendo que os lucros desse setor deveriam ter sido canalizados para a industrialização e a diversificação produtiva³⁰.

A falência do pacto oligárquico e a incapacidade do modelo agroexportador em responder aos desafios da crise criaram as condições para a ascensão de Getúlio Vargas e a construção de um novo papel para o Estado brasileiro no processo de desenvolvimento nacional. A transição para a Era Vargas, portanto, não representou apenas uma mudança de governo, mas a tentativa de reconfiguração do papel do Estado diante da falência do pacto oligárquico que sustentava a República Velha. Com a centralização do poder federal, a intervenção econômica e a reorganização das relações entre capital, trabalho e propriedade, o novo regime procurou responder aos desafios impostos pela crise do modelo cafeeiro e inaugurar um novo ciclo de desenvolvimento no Brasil.

6. A Era Vargas e a centralização da economia cafeeira

A Era Vargas teve início com a Revolução de 1930, encerrando a Primeira República e promovendo uma reconfiguração das elites políticas. Conforme Pandolfi e Grynszpan (1987), o processo não foi linear, mas atravessado por confrontos e alianças instáveis, o que revela a complexidade da transição entre regimes e a constante disputa por hegemonia. Fausto (2006) também afirma que essa revolução não significou uma ruptura completa com o passado, mas um realinhamento das forças políticas em torno do poder centralizado do Estado, o qual passou a desempenhar papel mais ativo na mediação dos conflitos sociais e econômicos.

A Revolução de 1930 reuniu setores díspares em torno da Aliança Liberal, uma frente oposicionista criada para romper com o domínio político das oligarquias agrárias de São Paulo e Minas Gerais. Integravam essa aliança líderes regionais e políticos tradicionais

³⁰ Silva (1981) e Boito Jr. (2012) destacam o fato de que existe uma relação muito contraditória entre o café e a indústria no Brasil, pois ao mesmo tempo que a expansão da cafeicultura impulsionou o surgimento da indústria, ela impôs limites ao seu pleno desenvolvimento.

insatisfeitos com a sucessão presidencial, como os governadores da Paraíba e do Rio Grande do Sul; os jovens tenentistas, oficiais militares de média e baixa patente que, desde os anos 1920, se insurgiram contra o sistema político vigente, defendendo reformas como o voto secreto, a moralização administrativa e o fortalecimento do papel do Estado. Enquanto os oligarcas dissidentes buscavam apenas reorganizar o poder dentro da ordem liberal, os tenentes propunham uma transformação estrutural da organização do Estado brasileiro (Pandolfi; Grynszpan, 1987; Fausto, 2006). Portanto, apesar do discurso de unidade, essa frente heterogênea continha projetos políticos distintos, que rapidamente entraram em conflito após a tomada do poder.

Com a deposição do presidente Washington Luís, Getúlio Vargas assumiu no que ficou conhecido como Governo Provisório (1930-1934), fase de suspensão da Constituição de 1891 e da nomeação de interventores federais nos estados, muitos oriundos do Exército e ligados ao tenentismo. Tratava-se de mecanismo centralizador que rompia com o federalismo oligárquico da Primeira República, buscando quebrar o controle eleitoral dos “coroneis”. O governo central passou a nomear interventores diretamente subordinados ao Executivo federal, alterando o equilíbrio de poder local e ampliando o controle estatal sobre as elites regionais (Pandolfi; Grynszpan, 1987; Fausto, 2006). Para Fausto (2006), esse processo de centralização foi um dos traços mais marcantes da nova ordem.

Nesse contexto, medidas inspiradas nos ideais tenentistas foram adotadas, como a criação de uma legislação trabalhista, a federalização das forças policiais estaduais e o fortalecimento da burocracia nacional. Essas reformas provocaram reações das antigas oligarquias, culminando na Revolução Constitucionalista de 1932, liderada por São Paulo. Embora militarmente derrotado, o movimento conseguiu pressionar pela convocação de uma Assembleia Nacional Constituinte. Como observam os autores, “o movimento paulista constituiu-se em um novo marco depurador das antigas elites” (Pandolfi; Grynszpan, 1987: 10), pois resultou na exclusão de importantes figuras da velha política. Fausto (2006) complementa que, apesar do discurso liberal dos paulistas, o movimento refletia o anseio por recuperar o poder político perdido.

A promulgação da Constituição de 1934 e a eleição indireta de Vargas para a Presidência da República marcaram o fim do Governo Provisório de ordem política instável. Durante esse período, emergiram dois polos de mobilização com propostas opostas: a Aliança Nacional Libertadora (ANL), de orientação popular e antifascista, e a Ação Integralista Brasileira (AIB), de inspiração ultranacionalista e conservadora. A radicalização do debate político e o levante comunista de 1935, promovido por setores da ANL, serviram de pretexto

para o fortalecimento do autoritarismo. O Congresso Nacional aprovou sucessivas medidas de exceção, como o estado de guerra, restringindo liberdades civis e ampliando os poderes do Executivo (Pandolfi; Grynszpan, 1987; Fausto, 2006).

Além das dimensões políticas, Boris Fausto (2006) ressalta também a atuação do Estado na economia e nas relações de trabalho. O governo Vargas promoveu uma política trabalhista inédita, com a criação da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), do salário mínimo e dos direitos sociais regulados pelo Estado. A vinculação entre trabalhadores urbanos e o poder público se dava por meio do sindicalismo oficial, controlado e legitimado pelo Ministério do Trabalho. Tal estrutura, ao mesmo tempo em que oferecia benefícios sociais, cerceava a autonomia dos trabalhadores, reforçando o caráter corporativo do regime.

Tendo em mente essa breve contextualização da Era Vargas, podemos entender melhor o que aconteceu com a economia cafeeira. Martins (2012) observa que a ruptura política da Revolução de 1930 não representou a imediata marginalização da elite cafeeira. O Estado, sob comando de Getúlio Vargas, passou a exercer um papel central na economia, assumindo o controle sobre o setor cafeeiro. Furtado (2005) também destaca o esforço do Estado em gerenciar o colapso instaurado após a crise de 1929. O autor observa que o abandono dos cafezais sem compensação significaria transferir integralmente as perdas para os cafeicultores, algo politicamente inviável diante do poder da elite rural. A solução encontrada foi, portanto, fazer com que o ônus recaísse sobre toda a coletividade nacional por meio de políticas cambiais e fiscais.

O governo provisório de Vargas deu início à queima sistemática de sacas estocadas, política que se estendeu até 1944, buscando regular a oferta do produto e sustentar seus preços, evitando o agravamento do déficit externo. Martins (2012: 242) descreve a medida como "uma das mais drásticas já tomadas pelo Estado brasileiro", com a incineração de cerca de 78 milhões de sacas, um marco simbólico do novo intervencionismo estatal. Taunay (2013) complementa essa análise ao evidenciar que, entre 1931 e 1934, cerca de 49 milhões de sacas foram eliminadas, com um custo superior a dois bilhões de réis, numa estratégia que visava evitar que os estoques chegassem a mais de 115 milhões de sacas – cenário considerado catastrófico para a economia nacional. Essa política, definida pelo autor como “destruir para proteger”, sintetiza a lógica do controle de excedentes aplicada pelo Estado varguista.

Apesar das medidas radicais de queima do café, o produto continuou sendo central na economia nacional. O que ocorreu na Era Vargas foi, portanto, a institucionalização dos mecanismos de controle criados nos anos anteriores, culminando com a fundação, em 1933, do Departamento Nacional do Café (DNC). Vinculado ao Ministério da Fazenda, o DNC foi

responsável por sistematizar a política cafeeira: controlava os estoques, regulava o comércio exterior, organizava campanhas de propaganda e supervisionava a arrecadação das taxas sobre as exportações (Nagay, 1999; Martins, 2012). A centralização da política cafeeira nas mãos do governo federal limitou a antiga autonomia dos estados, notadamente de São Paulo, redefinindo o equilíbrio federativo. Taunay (2013) ressalta que a criação do DNC substituiu o Conselho Nacional do Café, atribuindo ao novo órgão poderes amplos de fiscalização, classificação, normatização e coordenação das políticas públicas relativas ao setor. Além disso, o autor aponta que o DNC atuou para disciplinar o mercado interno e também aperfeiçoar a imagem do café brasileiro no exterior.

A propaganda do café, organizada pelo DNC, também foi uma frente estratégica de atuação estatal. Segundo Martins (2012), tratava-se de uma tentativa deliberada de reforçar a imagem do café brasileiro no mercado internacional e ampliar sua presença junto aos consumidores estrangeiros. A promoção do produto tornou-se parte essencial da política de valorização, integrando uma abordagem mais abrangente de regulação econômica que buscava garantir a competitividade do setor e preservar sua relevância na balança comercial. De modo convergente, Taunay (2013) destaca a ênfase dada pelo DNC à melhoria da qualidade do café exportado, com o objetivo de combater a presença de grãos impuros e elevar o padrão do produto brasileiro, diante da crescente concorrência externa.

Nesse sentido, a atuação do governo Vargas foi valorizada por seu caráter centralizador e tecnocrático. A criação do DNC foi um passo decisivo para a consolidação da política federal sobre o setor, substituindo os conselhos estaduais e integrando ações de regulação, propaganda e controle de estoques (Taunay, 2013). Ainda assim, a elite paulista manteve sua influência nos rumos da política econômica, como observa Oliveira (2009), apontando a permanência de paulistas nos ministérios estratégicos, especialmente na Fazenda e no Banco do Brasil.

As políticas públicas voltadas à cafeicultura foram integradas a uma estratégia mais ampla de nacional-desenvolvimentismo, na qual o café, embora apresentasse sinais de declínio relativo, continuava sendo fundamental para a obtenção de divisas e o equilíbrio da balança de pagamentos.

Em suma, todas essas transformações políticas que ocorreram na passagem da República Velha para a Era Vargas evidenciam o esforço do governo para conciliar o controle do setor com a implementação de um projeto de modernização econômica. Segundo Furtado (2005), a política cafeeira permaneceu no centro da agenda econômica, mas passou a ser conduzida sob novas diretrizes. Essas medidas representaram, segundo o autor, o início de

uma nova etapa na história econômica do Brasil: a transição de uma economia agroexportadora para um projeto de industrialização voltado para o mercado interno. Hespanhol (2017) afirma que a transição política ocorrida no ano de 1930 se deu juntamente com uma racionalização forçada da economia, destacando que Vargas teria conseguido libertar fatores produtivos da cafeicultura estagnada e direcioná-los para outras áreas, promovendo maior eficiência alocativa.

Por outro lado, Martins (2012) destaca que a atuação estatal sobre o café durante esse período foi ambígua: garantiu a sobrevivência do setor, mas retardou sua reestruturação mais profunda, mantendo a dependência de um modelo agroexportador em crise. Delfim Netto (2009), distingue as diferentes fases dessa política de defesa: a defesa episódica, iniciada com o Convênio de Taubaté, foi sucedida por uma defesa permanente do setor, inicialmente liderada pelo Estado de São Paulo por meio do Instituto de Defesa Permanente do Café³¹ e, posteriormente, retomada pelo governo federal com o DNC.

Getúlio Vargas acreditava que o Brasil poderia desempenhar o papel de “aliado especial” dos Estados Unidos na América do Sul, com a expectativa de que esse status fosse acompanhado de respaldo econômico norte-americano. Conforme observa Corsi (2008: 71), “na visão do governo Vargas, isso significava que caberia ao Brasil ajuda econômica e financeira dos Estados Unidos e o papel de potência associada e não de país subordinado no pós-guerra”. Mesmo com o alinhamento aos interesses estadunidenses, o governo Vargas também adotou uma série de medidas de cunho nacionalista, que buscavam proteger a economia nacional e fortalecer sua base de apoio interna, especialmente junto à classe trabalhadora.

O término da Era Vargas representou uma ruptura significativa na condução da política econômica e social brasileira, com impactos diretos sobre o setor cafeeiro. O fim do Estado Novo ocorreu em 29 de outubro de 1945, quando as Forças Armadas brasileiras depuseram Getúlio Vargas e assumiram o controle da transição política, marcando o retorno ao regime democrático. A vitória dos aliados na Segunda Guerra Mundial e a derrota das

³¹ De acordo com Cabral e Sá (2018), em 1921, o presidente Epitácio Pessoa propôs a criação de um conselho para a defesa permanente do café, resultando na instituição do Instituto de Defesa Permanente do Café (IDPC) em 19 de junho de 1922, por meio do Decreto nº 4.548. Presidido pelo ministro da Fazenda e composto por membros nomeados pela presidência, o IDPC atuava na contratação de empréstimos garantidos por estoques de café, na compra de excedentes para regulação do mercado e na promoção do produto por meio de propaganda e combate a falsificações. Contudo, sua atuação foi considerada limitada, especialmente frente às grandes safras previstas. Em resposta, o governo de São Paulo, buscando preservar sua influência sobre o setor, criou em 1924 o Instituto Paulista de Defesa Permanente do Café (IPDPC), após negociar com o governo federal a compra dos armazéns reguladores e extinguir o IDPC pelo Decreto nº 4.868. O IPDPC, administrado por representantes do governo estadual e da lavoura, visava regular a oferta no porto de Santos, facilitar crédito aos produtores e intervir no mercado sempre que necessário para estabilizar os preços.

forças do Eixo repercutiram diretamente sobre os regimes autoritários da América Latina, favorecendo a difusão de ideais democráticos e provocando desdobramentos políticos significativos no Brasil (Bezerra, 2006). O autor acrescenta que “a Segunda Guerra Mundial, que simbolizava o triunfo da democracia sobre a ditadura nazi-fascista, resultou também em consequências políticas imprevistas para a América Latina” (Bezerra, 2006: 14), evidenciando o impacto do contexto externo na reconfiguração do sistema político brasileiro.

Do ponto de vista da cafeicultura, essa transição marcou o declínio da política de forte intervenção estatal implementada desde os anos 1930. Conforme indicam Pandolfi e Grynspan (1987), o fim do Estado Novo levou à reconfiguração das instituições ligadas ao setor, especialmente do DNC, que passou a perder protagonismo. A lógica de valorização artificial e de queima de estoques foi substituída por uma tentativa de inserção mais competitiva do Brasil no mercado internacional de café, o que exigia mudanças estruturais e tecnológicas na produção, além de maior racionalização econômica. As consequências desse processo seriam sentidas nas décadas seguintes – com o aumento da diversificação agrícola e industrial do país, o café deixaria progressivamente de ocupar o centro da economia nacional.

O Brasil entrou em uma nova fase de transformação econômica e política, marcada por sucessivos regimes democráticos e autoritários. A cafeicultura, embora ainda relevante, cedeu espaço às dinâmicas da industrialização acelerada, da urbanização e da modernização dos sistemas produtivos. No período da ditadura militar (1964-1985), as políticas agrícola e cafeeira foram reorientadas dentro de um novo paradigma desenvolvimentista, que priorizava a integração nacional, os grandes projetos de infraestrutura e a inserção competitiva do país nos mercados globais.

7. O papel do café no período Pós-Era Vargas (1946-1963) e Ditadura Militar (1964-1985)

Num contexto pós-Segunda Guerra Mundial, o momento era de recuperação econômica, valorização cambial, aumento da capacidade de consumo e maior circulação de capitais no país, o que beneficiava o setor industrial nascente. Segundo Fausto (2006), durante o governo Dutra (1946–1951), iniciou-se uma política econômica liberalizante, com a abertura ao capital estrangeiro e a retração da intervenção estatal na economia. Saretta (1995) destaca que Gastão Vidigal, o primeiro ministro da Fazenda de Dutra, propunha controle dos gastos públicos e a diminuição do papel do Estado.

Furtado (2005) afirma que uma das medidas econômicas presentes no pós-guerra foi a manutenção da taxa de câmbio relativamente valorizada, o que gerou efeitos contraditórios:

por um lado, barateou a importação de bens de capital e matérias-primas, favorecendo o setor industrial; por outro, prejudicou os exportadores. Numa tentativa de fortalecer o mercado interno, foram adotadas nesse período políticas cambiais e comerciais específicas, com destaque para o controle seletivo de importações e estímulos à industrialização. Sendo assim, o governo limitou a entrada de bens de consumo supérfluos, liberando divisas apenas para a aquisição de bens de capital e matérias-primas essenciais para o crescimento da indústria nacional, protegendo, dessa forma, o mercado interno sem prejudicar o setor industrial (Saretta, 1995). Segundo Furtado (2005), entre 1945 e 1951, observou-se um crescimento expressivo das importações industriais – com destaque para um aumento de 338% nas compras de equipamentos. Esse dado reflete a intensificação da industrialização como novo eixo dinâmico da economia brasileira.

Apesar disso, o setor agroexportador foi beneficiado pela alta internacional dos preços do café, mesmo com a taxa cambial artificialmente valorizada entre 1945 e 1954. Furtado (2005) destaca que o café, ao experimentar valorização no mercado internacional, sobretudo entre 1949 e 1953, teve os preços do produto elevados em cerca de 20%, o que resultou na elevação da renda dos produtores agrícolas. Além disso, o aumento no preço do café foi um dos fatores que impediram a desvalorização do cruzeiro e melhoraram a balança comercial brasileira (Saretta, 1995). Fausto (2006) afirma que o auge do café no pós-guerra ocorreu em 1950, quando o produto representava 63,9% do valor das exportações brasileiras, superando os 34,9% de 1945.

Martins (2012) destaca que no contexto pós-Segunda Guerra Mundial os preços do café foram liberados nos Estados Unidos e a Europa retomou as compras, registrando-se a alta do valor do grão. Juntamente a isso, no Brasil, as condições impróprias naquele imediato pós-guerra – devido a brocas e geadas – reduziram os estoques do DNC e, conseqüentemente, os estoques mundiais, aliviando, assim, a crise de super oferta. Logo, entre 1944 e 1954, houve uma certa escassez de grãos nos mercados mundiais, conjuntura que voltou a favorecer o café brasileiro.

Na década de 1950, o Paraná ultrapassou a produção de São Paulo, Minas Gerais, Espírito Santo e Rio de Janeiro, assumindo a liderança por vários anos até meados da década de 1970 (Siqueira, 2005). A extinção do DNC e criação, ao final de 1952, do Instituto Brasileiro do Café (IBC) – mais uma instituição destinada a pensar os problemas do setor (Nagay, 1999; Martins, 2012). Como destaca Fraga (1963) e Delfim Netto (2020), nos anos 1950 e 1960 o café ainda era responsável por mais de 50% das exportações brasileiras, e qualquer oscilação de preço no mercado internacional tinha efeitos dramáticos sobre o câmbio

e o crescimento econômico. Delfim Netto (2020) lembra que, à época, café era sinônimo de câmbio. Como a demanda internacional por café era inelástica³² e o Brasil controlava mais de 80% da produção mundial, variações de oferta tinham impactos amplificados sobre a balança comercial e a taxa de câmbio.

Durante a gestão de Juscelino Kubitschek (1956-1961), essa política intensificou-se: por um lado, manteve-se o confisco cambial e criaram-se taxas sobre a exportação³³; por outro, o governo passou a utilizar receitas da exportação cafeeira para fomentar a industrialização. O café, portanto, forneceu o lastro para o financiamento das metas do Plano Quinquenal do governo JK, que passou a incentivar a entrada de capital estrangeiro e adotou um projeto desenvolvimentista de industrialização. Segundo Puliti (2013), esse período foi caracterizado por uma política de substituição de importações e incentivo à instalação de multinacionais, com vistas à criação de um parque industrial nacional capaz de atender ao mercado interno e gerar excedente exportável. Nesse contexto, Puliti (2013: 43) observa que se tentou “aliar desenvolvimento com abertura do país às multinacionais, detentoras de tecnologia e geradoras de emprego”.

Além disso, durante o governo de JK, campanhas de propaganda e incentivo ao consumo interno foram implementadas, resultando no aumento do mercado doméstico de dois milhões para sete milhões de sacas entre 1958 e 1965. Ainda assim, a safra recorde de 1959 levou à necessidade de destruição de dez milhões de sacas de café entre 1959 e 1962 para conter a superoferta e valorizar os preços internacionais (Martins, 2012). Sendo assim, a política cafeeira voltou a enfrentar, nos anos 60, o desafio da superprodução. A política adotada pelo governo da época, além da destituição das sacas de café, consistiu num intenso programa de erradicação de cafezais, visando à ampla reconversão produtiva, com sucateamento de cafezais velhos e improdutivos de várias regiões e sustentação do desenvolvimento de atividades alternativas nessas áreas. Segundo Nagay (1999), essa erradicação afetou principalmente os pequenos e médios estabelecimentos das regiões cafeeiras.

Dentre outras formas encontradas de controlar a oferta e diminuir a forte concorrência no setor se destacam: o Convênio da Organização Central do Café, assinado em 1958,

³² A demanda inelástica refere-se à situação em que a quantidade demandada de um bem ou serviço não muda muito, mesmo que o preço varie. Isso ocorre porque os consumidores não têm muitas alternativas viáveis ou porque o bem é considerado uma necessidade básica, que é o caso do café.

³³ Outro marco foi o uso do chamado confisco cambial, medida pela qual o governo fixava um valor mais baixo para o dólar recebido pelos exportadores de café, convertendo-o em cruzeiros e utilizando a diferença para financiar setores prioritários, como a indústria. Essa política gerou forte reação dos cafeicultores, incluindo manifestações conhecidas como “marchas da produção”, que chegaram a ser reprimidas pelo Exército durante o governo de Juscelino Kubitschek (FAUSTO, 2006).

resultando no Acordo Internacional do Café de 1962, que estabelecia cotas de exportação por país; e a emergência do café solúvel como novidade tecnológica. Em 1953, foi construída em Araras (SP) a primeira fábrica brasileira do Nescafé. O produto ajudou a escoar os estoques excedentes e abriu novos mercados, como o Japão e a União Soviética. Ao longo da década de 1960, o consumo interno aumentou, e a industrialização da bebida passou a simbolizar a modernidade dos novos hábitos urbanos, além de possibilitar o escoamento de cafés de baixa qualidade e da espécie *Coffea canephora*, um grão mais resistente e com maior concentração de cafeína, com gosto mais forte e amargo, conhecido como conilon ou robusta (Martins, 2012).

Durante o regime militar (1964-1985), a política de industrialização foi acelerada, e a partir de 1978 os produtos industrializados ultrapassaram em valor os produtos primários exportados. O crescimento da indústria reduziu a importância relativa da agricultura no Produto Interno Bruto (PIB): enquanto o setor primário representava 24,28% do PIB em 1950, essa participação caiu para 9,81% em 1985 (Fausto, 2006). Segundo Delgado (2009a), o projeto de reforma agrária foi derrotado com o golpe de 1964 e substituído por uma estratégia de “modernização conservadora” da agricultura. Essa modernização visava atender à necessidade de diversificação e elevação das exportações agroindustriais, buscando maior integração com o setor industrial e com o mercado externo.

O novo regime autoritário exerceu forte censura sobre o noticiário político, mas promoveu, de modo paradoxal, o fortalecimento do jornalismo econômico: “o grande impulso ao jornalismo econômico foi o próprio regime militar, iniciado em 1964 por meio de um golpe de estado” (Puliti, 2013: 42). A censura imposta ao conteúdo político contribuiu para que os temas econômicos ocupassem mais espaço nos jornais, sobretudo com o surgimento de um mercado de capitais especulativo na década de 1970. Puliti (2013: 43) esclarece que “os militares tiraram os temas políticos do noticiário por meio de uma impiedosa censura [...] ao mesmo tempo em que surgia com força um mercado de capitais especulativo”.

Nos anos seguintes, entre 1967 e 1974, sob a condução do ministro Delfim Netto na Fazenda, o Brasil vivenciou o chamado “milagre econômico”, caracterizado por elevadas taxas de crescimento do PIB. Nesse período, a imprensa passou a exaltar o desempenho da economia, legitimando o modelo de crescimento com endividamento externo e concentração de renda. Como destaca a autora, “no período Delfim, que durou até 1974, a imprensa convencional dedicou-se a exaltar o PIB, que cresceria a taxas anuais médias superiores a 10%” (Puliti, 2013: 44).

Diante da nova política econômica da ditadura durante a década de 1970, o setor cafeeiro brasileiro enfrentou sua fase mais crítica em termos de participação no mercado mundial. Em 1976, o Brasil registrou a menor participação relativa na produção global de café, com apenas 10,67% (Siqueira, 2005). A geada de 1975, que atingiu fortemente o Paraná, também foi decisiva para essa mudança. Além disso, os impactos da crise do petróleo nos anos 1970 provocaram o redirecionamento de incentivos governamentais, que passaram a favorecer a cana-de-açúcar por meio do Programa Pró-Álcool. Diversas lavouras de café foram inclusive substituídas por canaviais em São Paulo. A implantação das usinas de açúcar e de álcool introduziu no estado outra força de trabalho, na sua maioria composta de migrantes nordestinos, os chamados trabalhadores boias-frias³⁴. Da mesma forma, a agronomia moderna levou o café a novas regiões, como Espírito Santo, Goiás, Rondônia e Bahia, acompanhadas por nova estrutura produtiva, mão de obra migrante e crescente mecanização (Martins, 2012).

Sabemos que essa perda de protagonismo do café na economia brasileira refletiu não apenas a crescente concorrência de países como a Colômbia, mas também as dificuldades estruturais internas, como baixa produtividade, volatilidade de preços e dependência excessiva do café verde como principal produto de exportação. Apesar dessa grande crise do café nos anos 70, os produtores brasileiros conseguiram elevar a competitividade do produto e mantiveram o país na liderança mundial do setor, deslocando o pólo produtivo do Paraná para Minas Gerais, estado que passou a liderar, a partir da década de 1970, a produção de café, tornando-se seu maior produtor nacional, posição que ocupa até os dias de hoje (Siqueira, 2005). Em resposta ao cenário adverso, produtores e órgãos públicos implementaram, a partir do final dos anos 1970, uma série de programas voltados à recuperação da competitividade. Essas medidas incluíram a introdução de novas tecnologias agrícolas, a melhoria dos processos de beneficiamento e a expansão para novas fronteiras produtivas, como o Cerrado Mineiro, o Oeste da Bahia e Rondônia. Os resultados começaram a aparecer gradualmente, com uma tendência de recuperação e crescimento da produção até o final da década de 1980 (Siqueira, 2005).

³⁴ Segundo Fausto (2006), “uma das principais consequências da substituição do café por outras culturas e o avanço das pastagens foi a queda do número de trabalhadores necessários à produção. Além disso, a racionalização das atividades agrícolas, buscando-se maior produtividade e maior lucro, provocou a crise do velho sistema de colonato no Centro-Sul, ou do morador no Nordeste. Colonos ou moradores desapareceram, surgindo em seu lugar os boias-frias. Os boias-frias são trabalhadores assalariados e contratados para fazer serviços em épocas específicas nas fazendas, como, por exemplo, por ocasião do corte da cana ou da colheita da laranja. Ao contrário dos colonos, eles só em parte integram a vida rural. Moram em cidades próximas às grandes fazendas onde são recrutados para trabalhar, diretamente pela agroindústria ou por intermediários chamados no Centro-Sul de ‘gatos’”. (FAUSTO, 2006: 537).

Entretanto, num contexto econômico geral do país, a partir dos anos 1980, segundo Delgado (2009a), a crise da dívida externa e o esgotamento do modelo de industrialização por substituição de importações levaram o governo brasileiro a adotar políticas econômicas voltadas para a obtenção de saldos comerciais, favorecendo a exportação de produtos básicos e agroindustriais, o que impactou diretamente a agricultura. Nesse contexto, houve um impulso à chamada “modernização conservadora”, que substituiu o antigo modelo agroexportador por um setor agroindustrial tecnificado, integrando o campo à indústria e ao mercado internacional. Ainda na década de 1980, o Instituto Brasileiro do Café (IBC) manteve-se como ator relevante na gestão da política cafeeira, embora com menor protagonismo frente ao surgimento de novos centros dinâmicos na agricultura brasileira, como a soja e a cana.

Como destaca Siqueira (2005), o Brasil continuou sendo o maior produtor e exportador mundial de café, mesmo diante do avanço de concorrentes como Colômbia, Vietnã e Indonésia. A participação brasileira na produção mundial caiu de 49,23% em 1961 para apenas 10,67% em 1976, mas começou a se recuperar no final da década de 1970, chegando a 31,8% em 2004. Contudo, a concorrência internacional e a demanda crescente por cafés de maior qualidade impuseram pressões para a modernização técnica da produção, sobretudo no que se refere à colheita, secagem e beneficiamento dos grãos (Siqueira, 2005).

Em suma, nesta seção vimos que, entre 1945 e 1985, a cafeicultura brasileira passou de principal motor econômico do país para uma posição secundária, em um contexto de transição estrutural marcado pela industrialização e pela diversificação da pauta de exportações. Essas transformações indicam que, durante esse período, o setor cafeeiro brasileiro vivenciou um processo de deslocamento geográfico, perda relativa de protagonismo internacional e necessidade de adaptação às novas exigências do mercado global, que passou a valorizar cada vez mais a agregação de valor e a diversificação dos produtos derivados do café.

Com o fim da ditadura militar, em 1985, o início de uma nova etapa política no Brasil se inicia, caracterizada pela redemocratização e pela busca de reconstrução das instituições democráticas. A eleição indireta de Tancredo Neves, seguida pela posse de José Sarney após a morte do presidente eleito, simbolizou a complexa transição entre um regime autoritário e um novo pacto democrático. Segundo Fausto (2006), esse período foi marcado por tensões entre as heranças autoritárias e as expectativas de renovação institucional, econômica e social, com destaque para a promulgação da Constituição de 1988 e o fortalecimento da sociedade civil. No plano econômico, a Nova República herdou um quadro de elevada inflação, dívida externa

e desorganização do setor público, exigindo reformas estruturais e redefinição das políticas setoriais, inclusive no campo agrícola e cafeeiro.

8. Café, redemocratização e século XXI: o fenômeno da gourmetização dos cafés e a ascensão dos cafés especiais

Devido a enorme crise herdada do período militar, a política econômica do início da Nova República buscou gerar superávits comerciais por meio da ampliação das exportações de *commodities*, que favoreceu a agricultura empresarial e incentivou a modernização das culturas tradicionais, como o café:

“Em resposta à relativa desorganização provocada pela recessão de 1982-1983, a política econômica do governo militar, coordenada pelo ministro Delfim Netto, lança uma estratégia de geração de saldos comerciais expressivos. Estes estão ancorados basicamente na expansão das exportações de produtos básicos e agroprocessados, que se expandem pela nova fronteira agrícola da região Centro-Oeste. Os saldos comerciais externos, que praticamente haviam desaparecido da nossa balança comercial no período da liquidez internacional folgada, comparecem agora como variável chave do ajustamento externo” (Delgado, 2009a: 63).

Na década de 1990, a adoção da política econômica neoliberal no Brasil, sobretudo com o Plano Real, levou a uma ruptura estrutural entre a política agrícola e a macroeconômica. O câmbio valorizado e os juros altos favoreceram o controle da inflação, mas encareceram as exportações, enfraqueceram a produção interna e aprofundaram a seletividade do crédito rural, concentrando-o nas mãos da agricultura empresarial de exportação.

Neste cenário, ocorreu uma significativa desvalorização do preço da terra, o que teve duplo efeito sobre os movimentos de reforma agrária: por um lado, barateou o custo da incorporação fundiária, facilitando sua aquisição pelo Estado; por outro, revelou-se uma forma indireta de desvalorização do poder econômico dos grandes proprietários fundiários, enfraquecendo a base do latifúndio tradicional e alterando a dinâmica de poder no campo (Delgado, 2009a).

Foi nesse novo contexto da política econômica do país que ocorreu a dissolução do IBC, instituição que havia centralizado a política cafeeira desde os anos 1950. O setor cafeeiro passou por um processo de liberalização com o fim da política de preços mínimos e da compra governamental de estoques, obrigando a uma adaptação às novas exigências de mercado. A competitividade cresceu, especialmente diante do avanço de países como Vietnã e diversas nações africanas, e o Brasil viu-se compelido a qualificar sua produção e diversificar

seus nichos de consumo (Martins, 2012). Saes e Nakazone (2004) também destacam que a produção mundial de café aumentou vertiginosamente nos anos 1990, mas o consumo não acompanhou esse ritmo, levando à queda nas cotações da *commodity* e à busca por diferenciação como estratégia de sobrevivência e valorização.

A extinção do IBC em 1990 gerou consequências jurídicas e financeiras, obrigando o governo a responder a ações movidas por credores internacionais e a negociar uma dívida estimada em 500 milhões de dólares. Dessa forma, a gestão da cafeicultura passou a ser descentralizada e a cargo dos estados e interesses regionais. Apesar disso, o setor manteve dinamismo: entre julho e outubro de 1998, por exemplo, as exportações cresceram 56% em relação ao ano anterior, alcançando 7,3 milhões de sacas, enquanto a safra projetada para o ano foi de 35 milhões de sacas – a maior da década (Cabral; Sá, 2018).

Após a crise de 1998 e a mudança do regime cambial em 1999, o Brasil passou a adotar uma política econômica voltada para a geração de superávits comerciais, com forte apoio em produtos primários e agroindustriais. Como analisa Delgado (2009a), esse movimento marcou o relançamento do agronegócio como estratégia central da política macroeconômica externa. O setor agrícola empresarial, favorecido pela desvalorização do real, retomou sua capacidade de exportação com apoio em novos investimentos logísticos e na reorganização institucional de órgãos como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), aproximando-os do setor privado. Ao mesmo tempo, a flexibilização das normas fundiárias e a omissão do Estado quanto ao controle de terras devolutas e improdutivas facilitaram a apropriação fundiária por grandes grupos econômicos, estimulando a expansão da fronteira agrícola nas regiões Centro-Oeste, Norte e Nordeste.

Ao longo da primeira década dos anos 2000, o Brasil intensificou esse processo de transformação de qualidade na cadeia produtiva, com investimentos crescentes em cafés especiais. O Cerrado Mineiro destacou-se como pólo pioneiro de produção, favorecido por suas condições climáticas e ambientais adequadas e pelo alto investimento em tecnologias de mecanização, certificação e rastreabilidade (Martins, 2012; Dulci, 2021; Leão, 2010). A região, antes marginal na geografia cafeeira, foi integrada ao mapa da produção por meio de políticas públicas como o PRRC (Plano de Renovação e Revigoração dos Cafezais), fomentado pelo IBC a partir dos anos 1970.

De acordo com Ortega e Jesus (2011), o território foi escolhido por apresentar condições climáticas ideais (altitudes entre 850 e 1.250 metros, clima seco na colheita, baixa propensão a geadas), topografia plana e potencial para mecanização. Tais fatores possibilitaram a introdução de sistemas altamente tecnificados de cultivo, manejo e colheita,

transformando a região em uma referência nacional em produtividade e qualidade do café arábica. O modelo de produção adotado no Cerrado Mineiro, portanto, caracteriza-se por alto grau de mecanização, uso intensivo de insumos químicos e biotecnologia, e estrutura fundiária de médias e grandes propriedades. Em 2006, conforme os dados dos censos agropecuários analisados por Ortega e Jesus (2011), os estabelecimentos do Cerrado representavam 4,65% dos produtores mineiros, mas respondiam por mais de 20% da produção estadual de café arábica. A produtividade média superava o índice médio estadual e o tamanho médio das propriedades era de cerca de 30 hectares, o que favorecia a adoção de máquinas e implementos modernos.

A organização coletiva também teve papel decisivo no protagonismo mineiro. A fundação do Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (CACCECER) consolidou um modelo de governança regional baseada na certificação de origem, padronização da produção e *marketing* territorial. Seus associados têm direito ao selo de origem controlada, conferindo prestígio e autenticidade à marca “Café do Cerrado”, hoje reconhecida nacional e internacionalmente (Ortega; Jesus, 2011). Este processo articulou ciência, técnica e território, reunindo instituições como a Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (Epamig), Embrapa, Instituto Agrônomo de Campinas (IAC) e universidades na promoção de um sistema produtivo sinônimo de qualidade e inovação.

Paralelamente, o Sul de Minas ganhou notoriedade não apenas pela sua expressiva produção quantitativa – responsável por cerca de 30% da safra nacional – mas também pela densidade de suas redes produtivas, que envolvem cooperativas, torrefadoras e exportadores de diferentes escalas. Essa transformação está diretamente ligada à emergência de novos padrões de competitividade, em que o valor agregado do produto depende de sua história, origem, método de preparo e identidade territorial (Silva; Silva, 2020).

A cafeicultura mineira simboliza o caminho adotado pela cafeicultura brasileira no século XXI: intensiva em capital e tecnologia, ancorada em instituições locais, mas globalmente conectada. O modelo local tornou-se exemplo de como políticas públicas articuladas à inovação e à governança coletiva podem transformar regiões agrícolas periféricas em centros de excelência agroindustrial.

No mercado internacional, o produto brasileiro passou a competir com vantagem no segmento de cafés especiais, especialmente nos Estados Unidos e Europa. As exportações de cafés *gourmet*, especiais e orgânicos, segundo relatório do SEBRAE (2008), seguiram tendência de alta desde o início dos anos 2000, com abertura de novos mercados e maior

valorização de selos como *Fairtrade* e *Rainforest Alliance*³⁵. Essa internacionalização, contudo, impôs novos desafios aos produtores, exigindo conformidade com padrões de qualidade, sustentabilidade e rastreabilidade em toda a cadeia de suprimentos.

A segunda década do século XXI tem sido marcada por transformações significativas na cadeia produtiva e no mercado consumidor brasileiro. Os dados divulgados anualmente pela Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC) revelam não apenas a resiliência do setor frente às crises econômicas e sanitárias, mas também a crescente sofisticação do consumo interno e das práticas industriais. Em 2020³⁶, ano da pandemia de COVID-19, o Brasil manteve sua posição como segundo maior consumidor mundial de café em termos absolutos, representando um crescimento de 1,34% em relação ao ano anterior. Apesar da crise econômica, o consumo per capita foi de 5,99 kg de café cru por habitante, com destaque para o café torrado e moído, que respondeu por 81,4% do faturamento das empresas. A concentração regional da produção manteve-se no Sudeste (76,6%), enquanto a inovação ganhou destaque com o lançamento do aplicativo “ABICAFÉ”, voltado à verificação da qualidade e à certificação dos produtos.

Em 2021³⁷, o consumo nacional atingiu 21,5 milhões de sacas, com crescimento de 1,71%. A indústria associada à ABIC registrou expansão de 2,77%, enquanto o consumo per capita subiu para 6,06 kg por habitante/ano de café cru. O Índice de Oferta de Café para a Indústria (IOCI), no entanto, indicou dificuldade no abastecimento regular do grão, especialmente para cafês arábicas. A elevação de custos de insumos e da matéria-prima foi severa: entre dezembro de 2020 e dezembro de 2021, o preço da matéria-prima aumentou 155%, enquanto o café nas gôndolas³⁸ sofreu reajuste médio de 52%. Ainda assim, a adesão

³⁵ Os selos *Fairtrade* e *Rainforest Alliance* são certificações que visam garantir práticas sustentáveis e justas ao longo da cadeia produtiva, desde a produção até o consumo. O *Fairtrade* foca em condições de trabalho justas e preços mínimos para os produtores, enquanto a *Rainforest Alliance* enfatiza a preservação ambiental e a sustentabilidade das florestas. Saiba mais em: <https://www.rainforest-alliance.org/business/marketing-sustainability/how-to-talk-about-your-work-with-the-rainforest-alliance/> e <https://www.gov.br/siscomex/pt-br/servicos/aprendendo-a-exportar-old-pasta/aprendendo-a-exportar-v2/conteudo-complementar/fairtrade-comercio-justo>. Último acesso em: 30/04/2025.

³⁶ Para essas e mais informações sobre o café ano de 2020, acesse as estatísticas da ABIC pelo link: <https://estatisticas.abic.com.br/estatisticas/indicadores-da-industria/indicadores-da-industria-de-cafe-2020/>. Último acesso em: 01/05/2025.

³⁷ Para essas e mais informações sobre o café ano de 2021, acesse as estatísticas da ABIC pelo link: <https://estatisticas.abic.com.br/estatisticas/indicadores-da-industria/indicadores-da-industria-de-cafe-2021/>. Último acesso em: 01/05/2025.

³⁸ O termo "café nas gôndolas" refere-se à forma como o café é apresentado e vendido nos supermercados e outros estabelecimentos que vendem produtos alimentícios. As gôndolas são os móveis onde os produtos são expostos e, no caso do café, essa exibição pode ser organizada de diversas maneiras, como por tipo de café (tradicional, gourmet, especial), por marca ou por formato (grãos, moído, cápsulas).

aos selos de certificação da ABIC aumentou, refletindo o esforço das indústrias em manter padrões de qualidade frente à alta dos custos.

Em 2022³⁹, a ABIC celebrou seus 50 anos com uma reformulação profunda nos seus Programas de Certificação, unificando os selos de Pureza e Qualidade. O consumo apresentou leve retração de 1,01% com o consumo per capita mantendo-se estável em 5,96 kg de café cru, e as vendas em alta de 54,6% sobre 2021. A elevação de preços ao consumidor foi notável, com reajuste médio de 35,4% ao longo do ano. A adesão aos cafés certificados continuou a crescer, sobretudo nas categorias Gourmet (+20%), Superior (+26%) e cápsulas (+5,5%), revelando uma valorização crescente da qualidade no consumo doméstico.

No ano de 2023⁴⁰, o cenário voltou a ser de expansão: o consumo cresceu 1,64%, atingindo 21,67 milhões de sacas com per capita 7,47% maior, alcançando 6,40 kg de café cru por habitante. Este aumento, segundo a ABIC, foi impulsionado pelo crescimento populacional e por uma maior penetração dos cafés de qualidade no mercado. O Brasil manteve sua posição como segundo maior consumidor de café do mundo, com diferença de 5,2 milhões de sacas em relação aos Estados Unidos.

A matéria publicada pelo Observatório do Café⁴¹, coordenado pela Embrapa Café e com base em dados da ABIC, reforça esses números, destacando que, do total consumido no período, 95,1% correspondem a café torrado e moído, e 4,9% a café solúvel. A análise também aponta a distribuição regional do consumo, liderada pelo Sudeste (41,76%), seguido por Nordeste (26,9%), Sul (14,7%), Norte (8,6%) e Centro-Oeste (8%). As variações de preço entre as categorias foram significativas: cafés tradicionais, extrafortes, *gourmet*, superiores e cápsulas apresentaram quedas, enquanto os cafés especiais tiveram aumento médio de 3,15% no período.

³⁹ Para essas e mais informações sobre o café ano de 2022, acesse as estatísticas da ABIC pelo link: <https://estatisticas.abic.com.br/estatisticas/indicadores-da-industria/indicadores-da-industria-de-cafe-2022/>. Último acesso em: 01/05/2025.

⁴⁰ Para essas e mais informações sobre o café ano de 2023, acesse as estatísticas da ABIC pelo link: <https://estatisticas.abic.com.br/estatisticas/indicadores-da-industria/indicadores-da-industria-de-cafe-2023/>. Último acesso em: 01/05/2025.

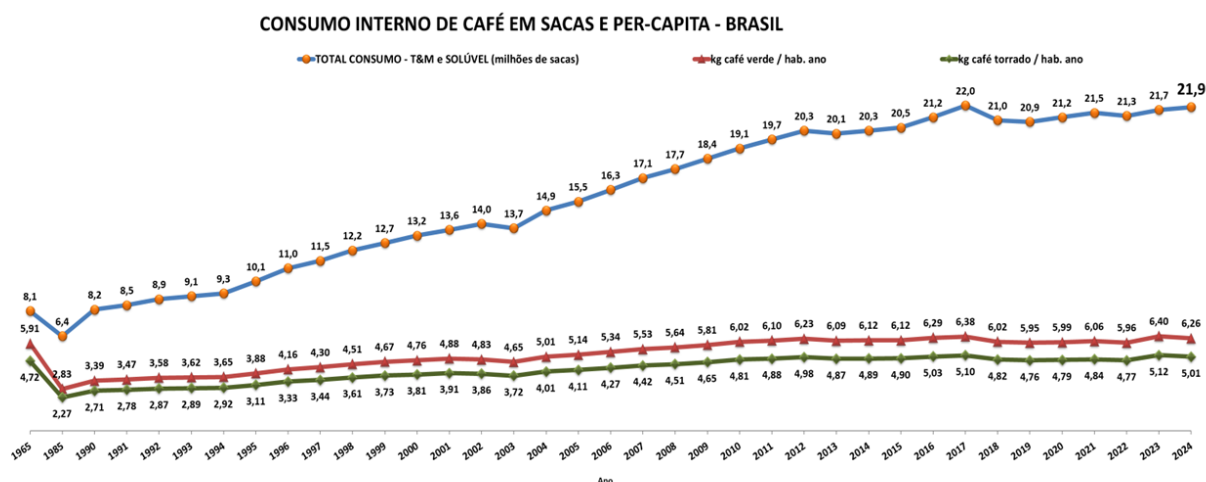
⁴¹ Matéria completa disponível no link: [https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/86893403/artigo---consumo-interno-dos-cafes-do-brasil-atinge-217-milhoes-de-sacas-no-periodo-acumulado-de-doze-meses#:~:text=08%2F02%2F24-,Artigo%20%2D%20Consumo%20interno%20dos%20Caf%C3%A9s%20do%20Brasil%20atinge%2021%2C7,per%C3%ADodo%20acumulado%20de%20doze%20meses&text=sacas%20de%2060kg-,O%20consumo%20interno%20dos%20Caf%C3%A9s%20do%20Brasil%2C%20no%20acumulado%20de,milh%C3%B5es%20de%20sacas%20de%2060kg](https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/86893403/artigo---consumo-interno-dos-cafes-do-brasil-atinge-217-milhoes-de-sacas-no-periodo-acumulado-de-doze-meses#:~:text=08%2F02%2F24-,Artigo%20%2D%20Consumo%20interno%20dos%20Caf%C3%A9s%20do%20Brasil%20atinge%2021%2C7,per%C3%ADodo%20acumulado%20de%20doze%20meses&text=sacas%20de%2060kg-,O%20consumo%20interno%20dos%20Caf%C3%A9s%20do%20Brasil%2C%20no%20acumulado%20de,milh%C3%B5es%20de%20sacas%20de%2060kg.). Último acesso em: 01/05/2025.

Por fim, os dados de 2024⁴² consolidam a tendência de crescimento contínuo do consumo interno, que chegou a 21,916 milhões de sacas. O consumo per capita foi de 6,26 kg de café cru e 5,01 kg de torrado e moído, ainda que com leve retração percentual devido ao aumento populacional. Apesar disso, o faturamento da indústria saltou para R\$36,82 bilhões, um crescimento expressivo de 60,85% em relação ao ano anterior, impulsionado pelo aumento dos preços médios em todas as categorias: cafés Tradicionais e Extrafortes (+39,36%), Superiores (+34,38%), Gourmets (+16,17%), Especiais (+9,80%) e Cápsulas (+2,07%). A valorização da matéria-prima e os reajustes no varejo superaram os índices da cesta básica, revelando a força da *commodity* café no mercado nacional. O ticket médio de café em grãos, por exemplo, quase dobrou, subindo de R\$20,94 para R\$48,48.

Complementando as estatísticas positivas para mercado interno, o ano-cafeeiro de 2024 também foi histórico para as exportações brasileiras, conforme o Observatório do Café, coordenado pela Embrapa Café, com base nos dados do Cecafé⁴³. O volume exportado atingiu um recorde de 50,44 milhões de sacas de 60 kg, distribuídas entre 116 países, gerando uma receita cambial de US\$12,51 bilhões, equivalente a R\$68,06 bilhões. O desempenho foi majoritariamente puxado pelo café verde: a espécie *Coffea arabica* respondeu por 36,94 milhões de sacas (73,24%) e o *Coffea canephora* (robusta e conilon) por 9,35 milhões de sacas (18,54%), totalizando 91,78% do total exportado. Os cafés industrializados somaram 4,14 milhões de sacas, sendo 4,09 milhões de sacas de café solúvel (8,11%) e apenas 48,68 mil sacas de café torrado e moído (0,11%).

⁴² Para essas e mais informações sobre o café ano de 2024, acesse as estatísticas da ABIC pelo link: <https://estatisticas.abic.com.br/estatisticas/indicadores-da-industria/indicadores-da-industria-de-cafe-2024/>. Último acesso em: 01/05/2025.

⁴³ Acesse a matéria completa pelo link: https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/97519261/artigo---exportacoes-dos-cafes-do-brasil-totalizam-5044-milhoes-de-sacas-de-60kg-e-batem-recorde-historico-no-ano-cafeeiro-2024?p_auth=l55zS0MK. Último acesso em: 01/05/2025.



ABIC

INDICADORES DA INDÚSTRIA DE CAFÉ

2024

Figura 10: Gráfico da evolução do consumo interno de café em sacas e per-capita no Brasil, de 1965 a 2024.

Fonte:

<https://estatisticas.abic.com.br/estatisticas/indicadores-da-industria/indicadores-da-industria-de-cafe-2024/>.

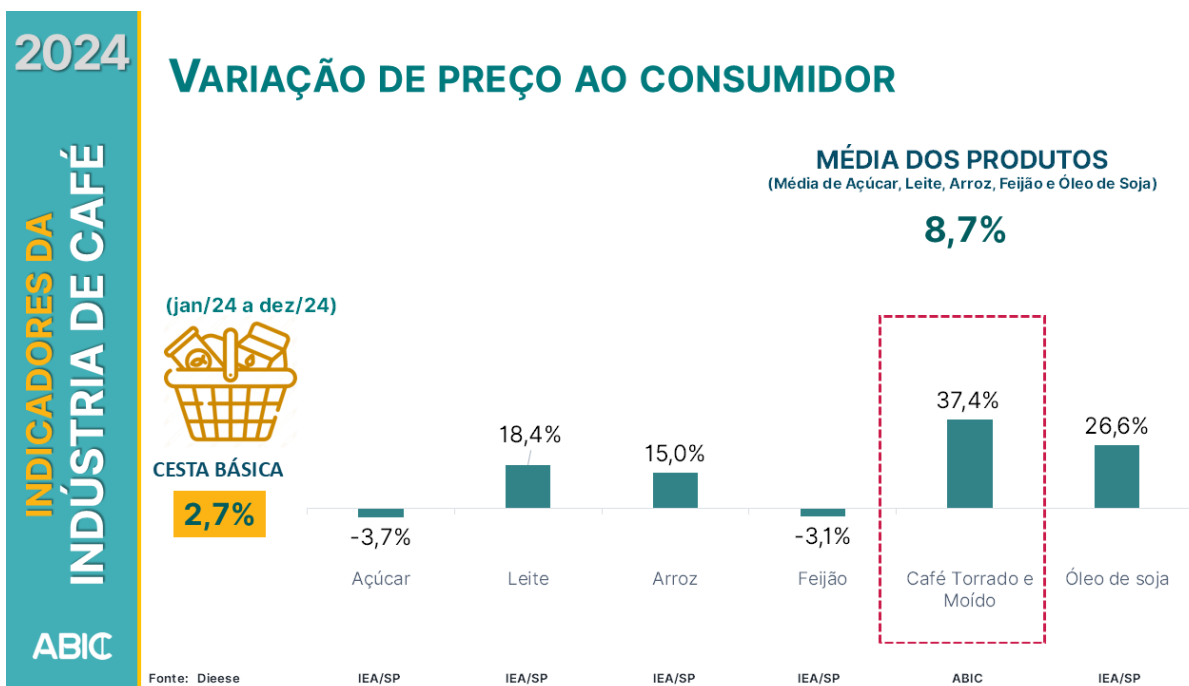


Figura 11: Gráfico da variação de preço do café ao consumidor no ano de 2024, comparado a outros produtos da cesta básica. Percebe-se que o café foi o produto da cesta que mais sofreu com aumento. Fonte: <https://estatisticas.abic.com.br/estatisticas/indicadores-da-industria/indicadores-da-industria-de-cafe-2024/>.



Figura 12: Gráfico da variação de preço do café matéria-prima e do café no varejo no ano de 2024. Fonte: <https://estatisticas.abic.com.br/estatisticas/indicadores-da-industria/indicadores-da-industria-de-cafe-2024/>.

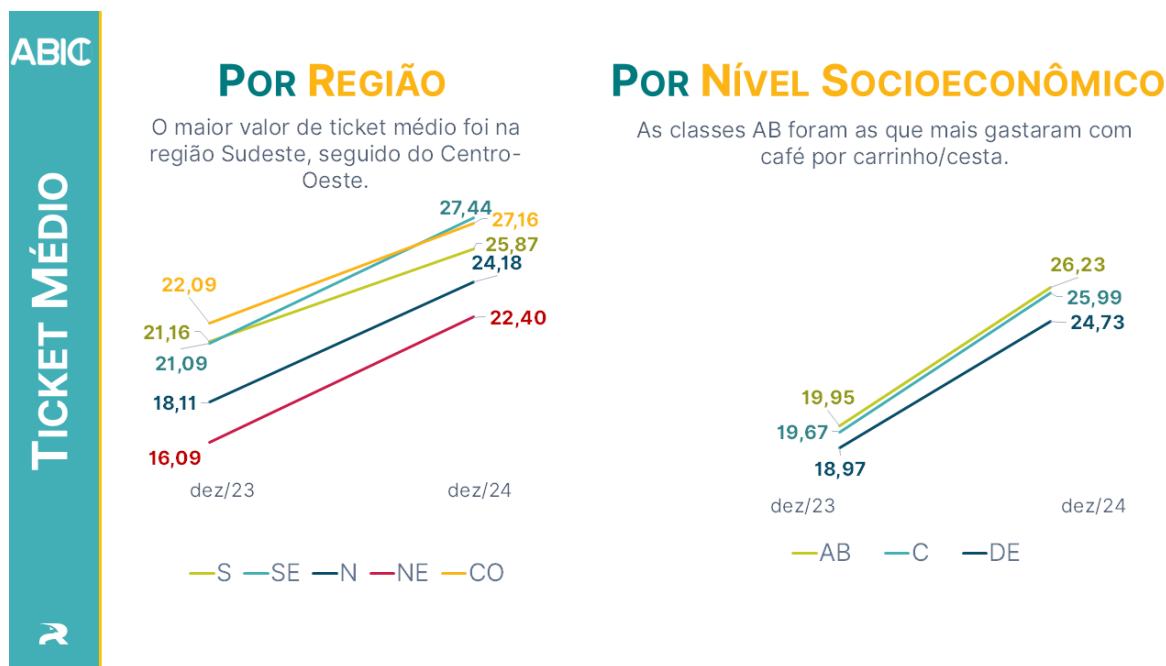


Figura 13: Gráfico comparativo do ticket médio do consumidor de café analisado por região e por nível socioeconômico no ano de 2024. Fonte: <https://estatisticas.abic.com.br/estatisticas/indicadores-da-industria/indicadores-da-industria-de-cafe-2024/>.

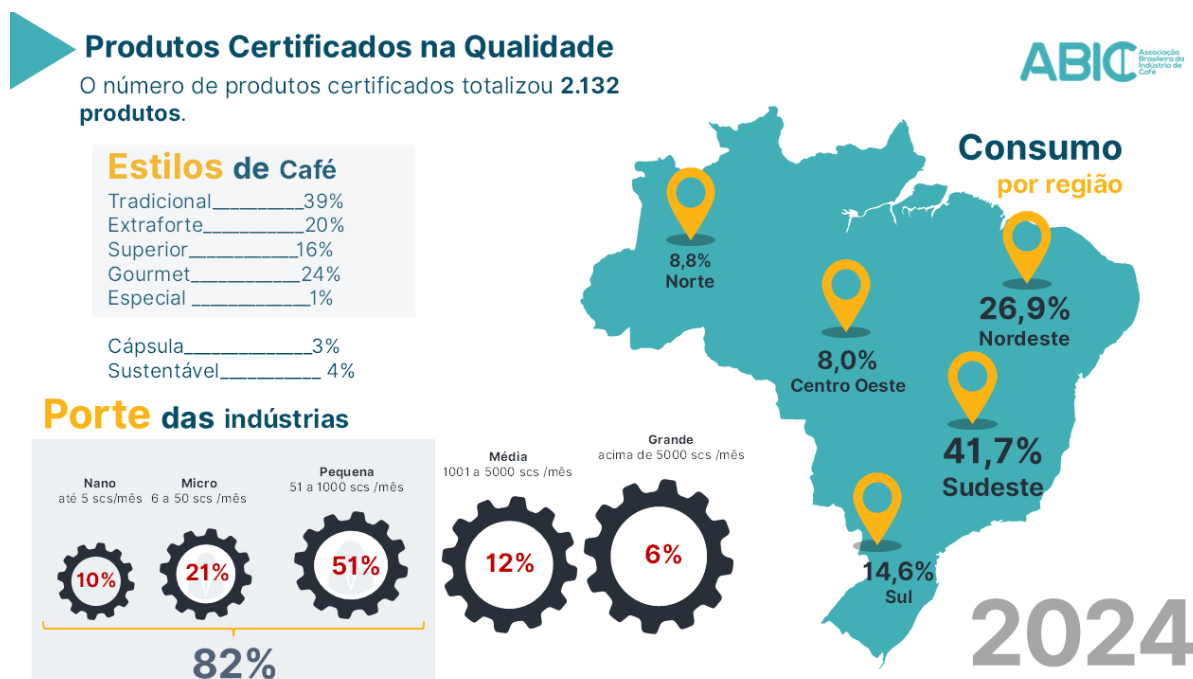


Figura 14: Infográfico sobre os produtos certificados de acordo com sua qualidade, sobre os diferentes portes de indústrias de café e consumo por região no ano de 2024. Fonte: <https://estatisticas.abic.com.br/estatisticas/indicadores-da-industria/indicadores-da-industria-de-cafe-2024/>.

Nos últimos meses de 2024 e no primeiro semestre de 2025, um acontecimento sacudiu a rotina dos brasileiros: a disparada nos preços do café, especialmente do tipo arábica, cuja saca ultrapassou R\$2.700, marcando o ápice de uma crise de oferta. O que poderia parecer apenas mais um ciclo de alta no mercado de *commodities*, na realidade, revelou as

fragilidades estruturais e geopolíticas da cadeia global do café. Como detalhado por Costa (2024), fatores como o agravamento das mudanças climáticas, com secas prolongadas nas principais regiões produtoras brasileiras – sobretudo Minas Gerais, Espírito Santo e São Paulo –, somaram-se à expansão da demanda internacional e à iminente aplicação da Lei Antidesmatamento da União Europeia, prevista para entrar em vigor em dezembro de 2025. Essa legislação promete restringir a entrada de produtos oriundos de áreas desmatadas, o que colocou o Brasil, maior exportador mundial, sob pressão de adaptação imediata.

Além do estresse climático e regulatório, há o componente estrutural: o chamado “paradoxo do café”, termo que descreve a assimetria entre os países produtores, como o Brasil, Vietnã e Colômbia, e os países industrializadores, como Suíça, Alemanha e Itália. Isso ocorre porque o Brasil, apesar de ser responsável por cerca de 40% da produção mundial de café, participa no comércio internacional do produto final – torrado, moído ou em cápsulas – com apenas 16%. As etapas de maior valor agregado da cadeia, como torrefação, empacotamento e comercialização internacional, permanecem concentradas nas mãos de grandes conglomerados estrangeiros.

Costa (2024) aponta que empresas como Nestlé, JDE e Starbucks dominam a cadeia global, enquanto as marcas brasileiras foram absorvidas ou marginalizadas. Um exemplo simbólico dessa concentração é o domínio crescente da Três Corações, que, em parceria com o conglomerado israelense Strauss, consolidou um império de mais de 30 marcas regionais. A quebra ou aquisição de pequenas e médias torrefadoras brasileiras ao longo das últimas décadas reduziu significativamente a capacidade do Brasil de influenciar a cadeia de valor do café – um cenário muito diferente das décadas do Acordo Internacional do Café, que vigorou até 1989.

A elevação dos preços, portanto, não resultou em ganhos diretos para os pequenos produtores, que seguem sendo a ponta mais vulnerável da cadeia. Enquanto indústrias de torrefação europeias estocam grãos diante das incertezas climáticas e regulatórias, o produtor brasileiro enfrenta custos elevados, instabilidade climática e dificuldade de acesso às novas exigências de rastreabilidade e sustentabilidade. No mercado interno, o impacto também foi sentido: o preço médio do café moído ultrapassou R\$50 nos supermercados em janeiro de 2025, alimentando uma sensação de perda de controle sobre um dos hábitos mais enraizados na cultura alimentar brasileira: o de tomar um cafézinho. Ainda que o valor bruto de produção do café tenha disparado – com estimativas do Ministério da Agricultura projetando um salto de R\$ 53 bilhões em 2023 para R\$ 125 bilhões até o final de 2025 –, essa valorização reflete

mais o comportamento especulativo e os gargalos da cadeia do que a efetiva redistribuição de renda ou poder entre seus agentes.

Mundo. Evolução e Estimativa do Consumo, Estoque e Preço do Café – 1983/2004

(Em Mil Sacas de 60 kg)

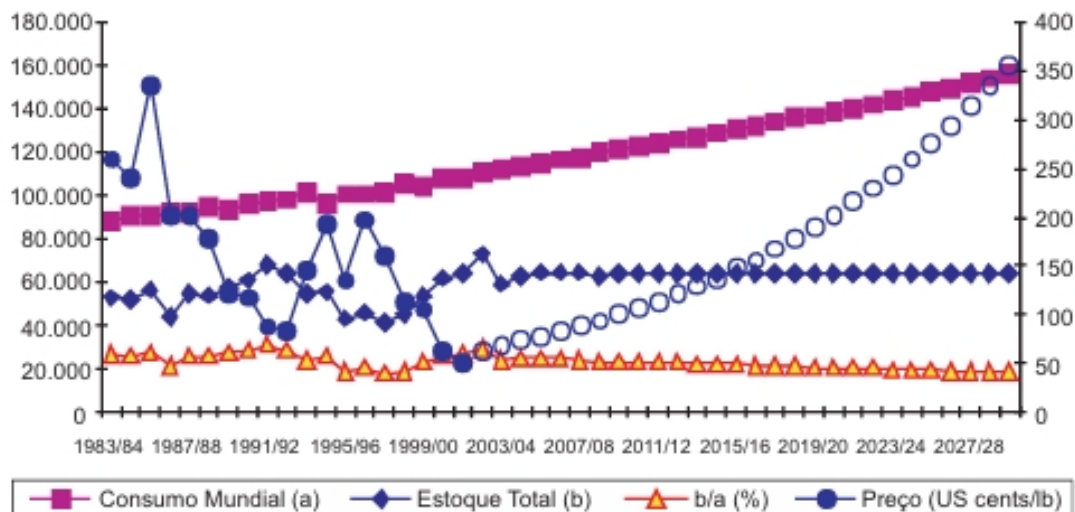


Figura 15: Neste gráfico presente no texto de Siqueira (2005), podemos observar que o autor já conseguiu prever esse crescente aumento de preços do café a partir de 2003. Fonte: SIQUEIRA, “A cultura do café: 1961–2005”, 2005.

Preço médio da saca de café no Brasil

Por 60kg e tipo de grão, corrigido pela inflação

Arábica Robusta



Figura 16: Preço médio da saca de café no Brasil de 1997 a Janeiro de 2025. Fonte: <https://www.nexojornal.com.br/grafico/2025/02/06/por-que-o-cafe-esta-tao-caro-no-brasil-preco>.

Durante este primeiro capítulo vimos como o grão se transformou de iguaria a uma das mais importantes *commodities* agrícolas comercializadas. A importância e centralidade que o café viria a ter a partir do século XIX no Brasil impressiona: nosso país se tornou seu maior produtor mundial neste século e permanece assim até os dias de hoje. Ao longo deste capítulo, priorizou-se uma abordagem cronológica e macroestrutural, com ênfase nos desdobramentos econômicos, políticos e institucionais do ciclo do café. Essa perspectiva foi fundamental para compreender como o café moldou não apenas o desenvolvimento econômico nacional, mas também o aparato institucional e o papel do Estado brasileiro. No entanto, a trajetória do café no Brasil não se esgota nessas dimensões. O grão foi, e continua sendo, um elemento profundamente enraizado na cultura material, nos hábitos (cotidianos ou excepcionais) e nas representações simbólicas que compõem a identidade brasileira.

Levando isso em consideração, o segundo capítulo desta dissertação será dedicado a uma análise teórica do conceito de “gosto” e de sua centralidade na formação de um nicho de mercado que, embora ancorado na experiência sensorial do paladar – um sentido à primeira vista estritamente biológico –, revela-se profundamente social e cultural. O objetivo é compreender como a criação de gostos no universo dos cafés especiais funciona como marcador simbólico de distinção, delimitando fronteiras entre grupos sociais a partir de diferentes níveis de capital cultural e material (Bourdieu, 2007, 2009).

CAPÍTULO II - SENTIDOS EM DISPUTA E HIERARQUIAS DO PALADAR: A PRODUÇÃO DO GOSTO E DO CONSUMO DISTINTIVO NO UNIVERSO DOS CAFÉS ESPECIAIS

Ao iniciar este capítulo, será necessário apresentar ao leitor parte do universo técnico e da linguagem especializada do campo dos cafés especiais. Portanto, na primeira seção, explicarei algumas das etapas pertinentes à produção e consumação do café, como o cultivo, a colheita, a secagem, o beneficiamento, a torra, os métodos de extração e as formas de avaliação sensorial, categorias que estão presentes no cotidiano de quem empreende, trabalha e se insere como consumidor nesse universo. Esse conjunto de práticas e saberes não apenas organiza a produção e o consumo da bebida, como também opera como um regime de qualificação que exige familiaridade com códigos específicos – domínio acessado preferencialmente por aqueles que detêm capital cultural específico (Bourdieu, 2007). Todo esse léxico acaba por criar um filtro simbólico de pertencimento dentro do próprio nicho.

Na segunda seção, aprofundarei o conceito de *terroir*, que expressa o significado do “sabor do lugar” (Paxson, 2013). Serão discutidas as condições ambientais, sociais e técnicas que moldam os sabores do café e como essas especificidades são transformadas em atributos de valor. O *terroir*, nesse contexto, torna-se um dispositivo que conecta território, cultura e mercado – e que viabiliza a fetichização da origem como estratégia de diferenciação. O gosto, aqui, deixa de ser apenas uma percepção sensorial e passa a ser um vetor de significação, diretamente associado à ideia de autenticidade, qualidade e pertencimento geográfico e simbólico.

A terceira seção propõe uma reflexão sobre como o gosto é socialmente cultivado e convertido em instrumento de distinção social. A partir da perspectiva de Bourdieu (2009), entenderemos o gosto como uma forma de expressão e reprodução das estruturas sociais, que se manifesta nas práticas de consumo e nos modos de apreciação legitimados por certos grupos. O café especial, nesse sentido, não é apenas mais bem preparado – ele representa uma escolha culturalmente codificada, capaz de demarcar diferenças de classe e estilos de vida. O acesso aos cafés especiais exige não apenas recursos econômicos (capital material), mas também competências culturais e disposições sensoriais socialmente adquiridas e aprendidas.

Na quarta seção, passaremos à análise das dinâmicas de mercado, consumo e *status*, examinando como o gosto se insere nas estratégias do capitalismo contemporâneo. O café especial torna-se, nesse cenário, um produto simbólico de alto valor agregado, cuja

qualificação passa por certificações, *storytelling*⁴⁴, ambientação e performance. O que eu chamo de “economia do gosto” opera não apenas pelo valor de troca da bebida, mas principalmente pelo seu valor simbólico e social, que permite aos consumidores pertencerem a estilos de vida específicos. A gourmetização, portanto, não é apenas uma prática cultural: ela é uma lógica de mercado que mercantiliza o sensível, reconfigurando afetos, hierarquias e pertencimentos.

Por fim, a quinta seção propõe deslocar o olhar para o próprio café como ator, ou melhor, como um operador sociotécnico de distinção. Inspirando-se na teoria ator-rede (Latour, 2012), pensaremos o café não apenas como um objeto passivo, mas como uma entidade que participa ativamente da produção de redes sociais, identidades e valores. O grão de café, ao atravessar os diferentes elos da cadeia produtiva – da fazenda à xícara –, carrega e transforma significados, articula saberes técnicos e sensibilidades e materializa relações entre humanos e não-humanos. Ele se torna, assim, um operador de mediações múltiplas: entre produtores e consumidores, entre o local e o global, entre natureza e cultura, entre técnica e gosto.

Este capítulo, portanto, mobiliza uma abordagem teórica interdisciplinar – com ênfase em uma Antropologia do Gosto e na teoria sociotécnica para compreender como o café especial adquire valor, circula como signo e agencia relações. Ao final, os conceitos aqui discutidos servirão de lente para a análise dos dados etnográficos do Capítulo III, permitindo que possamos situar as práticas observadas em cafeterias, feiras e plantações dentro das estruturas sociais, econômicas e simbólicas mais amplas que compõem o mundo dos cafés especiais no Brasil contemporâneo.

1. O universo dos cafés especiais: conhecendo técnicas, ritualidades e linguagem

Como já visto, a cafeicultura brasileira, a partir da década de 1990, lidou com a crise de competitividade do mercado focando na expansão territorial, ganho de produtividade e adoção de práticas voltadas à melhoria da qualidade, preparando terreno para o surgimento dos cafés especiais (Siqueira, 2005). A criação do selo de pureza pela Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), em 1989, por exemplo, reflete o nascimento desse novo ciclo. A análise de amostras feita pela ABIC nos anos 1990 revelou que 38% das marcas apresentaram impurezas e que após a implementação do selo e de ações de fiscalização, esse número caiu para menos de 5% (Nagay, 1999; Martins, 2012).

⁴⁴ *Storytelling* é um termo do *marketing* que utiliza da técnica de usar histórias para engajar o público, transmitir valores e criar conexões emocionais.

De acordo com Martins (2012), Dulci (2021), Leão (2010), SEBRAE (2008) e Silva; Silva (2020), a ascensão dos cafés *gourmet*, especiais, orgânicos e de origem controlada constituiu uma estratégia crucial de reposicionamento no mercado internacional, em resposta a um cenário de crise econômica e desregulamentação. O fenômeno da gourmetização surgiu articulado à ascensão da nova classe média e foi impulsionado por uma reconfiguração cultural do consumo, caracterizada por uma busca por experiências sensoriais, estéticas e simbólicas que ultrapassam a lógica da funcionalidade da bebida.

As definições institucionais sobre café *gourmet* e café especial ganharam corpo nesse período, com a implantação de programas como o PQC (Programa de Qualidade do Café) da ABIC e o fortalecimento da BSCA (Brazil Specialty Coffee Association), que passou a atuar como agente certificador de cafés de alta qualidade no país. O consumo do café nos centros urbanos, portanto, passou a ser mediado por experiências complexas, integrando elementos como ambiente, atendimento e performance – especialmente nas cafeterias especializadas. O barista⁴⁵ surge nesse processo e torna-se um agente central de mediação entre o campo e o consumidor final, responsável não apenas pela preparação da bebida, mas também por sua apresentação, narrativa e diferenciação (Martins, 2012; Silva; Silva, 2020).

É nesse sentido que os estudiosos do café consideram a existência de três ondas na comercialização e consumo do produto, originalmente proposto pela barista Trish Skeie em 2002, e que sintetiza transformações nas formas de produção, comercialização e consumo da bebida ao longo do tempo (Guimarães et al., 2016). A primeira onda é geralmente associada à massificação do consumo no pós-Segunda Guerra Mundial, marcada por um modelo de produção voltado para o volume, com ênfase na conveniência, durabilidade e padronização do sabor. O café era considerado um produto essencial do cotidiano, e sua principal função era oferecer uma dose de energia de maneira prática, principalmente através de métodos industrializados e *blends* genéricos (Boaventura et al., 2018; Guimarães et al., 2016; Chang; McGonigle, 2020; Teles; Behrens, 2020; Zambalde; Santana; Montandon, 2022).

A segunda onda emergiu como resposta à crítica generalizada sobre a baixa qualidade do café da primeira onda. Seu marco simbólico está na ascensão de redes como a Starbucks, que passaram a oferecer cafés de origem controlada, maior variedade de bebidas à base de espresso, além de uma experiência de consumo em ambientes acolhedores e personalizados. O café passa a ser vendido como um estilo de vida e compreendido como um produto com

⁴⁵ Um barista é um profissional especializado no preparo e apresentação de bebidas à base de café. Além de saberem operar as máquinas de uma cafeteria, esses profissionais também conhecem (ou deveriam conhecer) o mundo do café, sabendo das suas diferentes origens, torras, moagens e métodos de extração. O barista também é responsável por entender as preferências dos clientes e oferecer recomendações personalizadas.

valor simbólico e relacional, incorporando preocupações com práticas mais éticas de produção e comércio justo, embora ainda haja pouca transparência sobre o produtor e os métodos de cultivo (Quintão; Brito, 2016; Chang; McGonigle, 2020; Teles; Behrens, 2020; Zambalde; Santana; Montandon, 2022). Como apontam Boaventura et al. (2018), a segunda onda também inaugura uma nova forma de articulação na cadeia de valor do café, com maior atenção à qualidade do grão e ao serviço prestado.

A terceira onda representa uma reconfiguração mais radical na percepção do café como bem de consumo: o café é reconfigurado como produto artesanal, carregado de singularidade e autenticidade. Diferente da segunda onda, que ainda operava dentro da lógica da padronização de mercado, a terceira onda propõe a valorização do café como produto artesanal, comparável ao vinho em termos de complexidade sensorial e cultural. Essa fase se caracteriza pelo foco na singularidade de microlotes, no *terroir*, na rastreabilidade do produto e em uma relação mais direta entre produtores e consumidores (Boaventura et al., 2018; Guimarães et al., 2016; Zambalde; Santana; Montandon, 2022). De acordo com Chang e McGonigle (2020), essa valorização artesanal está associada a um *ethos* cosmopolita e performativo do consumo entre jovens urbanos, como observado em Singapura.

Do ponto de vista do mercado, essa mudança está relacionada ao surgimento de um consumidor mais informado, que valoriza a experiência sensorial e estética da bebida e deseja conhecer a origem, os processos e os significados simbólicos do que consome (Zambalde; Santana; Montandon, 2022). Quintão e Brito (2016) analisam essa transformação sob a perspectiva da teoria institucional, apontando que a legitimação do consumo de cafés especiais nos Estados Unidos está relacionada à ascensão do que chamam de "consumo de *connoisseurship*"⁴⁶, isto é, práticas de consumo altamente qualificadas que demandam conhecimento técnico, vocabulário específico e capital cultural elevado. Esse tipo de consumo reforça processos de distinção social e cria nichos especializados dentro de um mercado anteriormente voltado para a massa indistinta.

No Brasil, como mostram Guimarães et al. (2016) e Boaventura et al. (2018), a terceira onda ainda ocupa uma parcela reduzida do mercado, mas tem avançado de forma significativa nos últimos anos, especialmente em centros urbanos e regiões produtoras como Minas Gerais. Ela tem impulsionado transformações na cadeia produtiva, promovendo uma

⁴⁶ Connoisseurship (ou “conhecimento especializado”, em português) refere-se a uma apreciação profunda e a um grau elevado de expertise em uma determinada área, frequentemente associada às artes, à gastronomia ou às bebidas, mas que também pode abranger outros campos. Esse conceito implica uma compreensão apurada da qualidade, da identificação de distinções sutis e da capacidade de fazer julgamentos embasados. O conhecimento especializado é caracterizado por um amor pelo tema, por um conhecimento extenso e pela habilidade de perceber nuances que muitas vezes passam despercebidas por outros.

lógica de criação de valor entre produtores, torrefadores, baristas e consumidores, com base em experiências sensoriais e narrativas que transcendem o valor de uso imediato do café. A articulação direta entre esses agentes também tende a reduzir a dependência de intermediários e das flutuações do mercado de *commodities*, permitindo novas formas de sustentabilidade econômica e simbólica.

Assim, as três ondas do café não representam apenas fases cronológicas ou modas passageiras, mas diferentes regimes de valor atribuídos à bebida. Como ressaltam Chang e McGonigle (2020), a coexistência dessas ondas em contextos urbanos evidencia tanto tensões entre tradição e cosmopolitismo quanto disputas simbólicas em torno do que é considerado um “bom café”.

Nos últimos anos, o Brasil reforçou sua posição internacional como líder na exportação de café e, simultaneamente, passou a ser mais amplamente reconhecido como produtor de cafés especiais. A nova fase da cafeicultura brasileira, portanto, caracteriza-se por um movimento de qualificação e ressignificação da bebida. Se no passado o café brasileiro era visto apenas como uma *commodity* de exportação, hoje ele passa a ocupar, mesmo que aos poucos, um espaço de destaque entre os produtos simbólicos de alto valor agregado. Ainda que a maioria da população brasileira consuma café de qualidade considerada inferior por hábito ou limitação financeira, cresce o número de consumidores que buscam produtos diferenciados, valorizam a sustentabilidade e reconhecem o papel do barista na experiência de consumo (Leão, 2010; Dulci, 2021; Silva; Silva, 2020).

Atualmente, também não pode-se deixar de destacar a participação de micro e pequenas empresas no processo de gourmetização e valorização da identidade regional dos cafés. Por meio do apoio de políticas de fomento, como os APLs (Arranjos Produtivos Locais), muitos pequenos produtores conseguiram acesso a capacitações técnicas, mercados diferenciados e canais de comercialização direta (SEBRAE, 2008). Assim, a nova fase da cafeicultura brasileira não apenas diversifica e sofisticada o consumo, como amplia a base de inclusão produtiva, desde que acompanhada por redes de apoio técnico, financiamento e qualificação. Os cafés *gourmet*, especiais e orgânicos tendem a deixar de ser apenas nichos “exóticos” e passarão a representar uma transformação estrutural na lógica do agronegócio do café – menos dependente da exportação de granel e mais ancorado em estratégias de diferenciação, certificação e valorização de ativos imateriais.

A seguir, apresento uma seleção das principais instituições e organizações diretamente relacionadas ao café que exercem papel estratégico na estruturação da cadeia produtiva do

café no Brasil, contribuindo para o aprimoramento da qualidade, a valorização dos produtores e a inserção competitiva do café brasileiro nos mercados nacional e internacional:

- Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC): Representa as indústrias de torrefação de café no Brasil, promovendo o consumo interno e garantindo padrões de qualidade do café torrado.
- Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel (ABICS): Atua na representação das empresas do setor de café solúvel, promovendo a imagem do produto nacional e certificações sensoriais.
- Associação Brasileira dos Exportadores de Café (ABECAFÉ): Representava os exportadores de café brasileiros, promovendo a presença internacional e defendendo os interesses comerciais do setor.
- Brazil Specialty Coffee Association (BSCA): entidade de referência na promoção dos cafés especiais brasileiros, organiza concursos, certificações de qualidade e ações de *marketing* internacional.
- Centro de Comércio do Café de Minas Gerais (CCC-MG): promove a comercialização e exportação de café em Minas Gerais, com foco em eventos, capacitações e infraestrutura para negócios.
- Clube Illy do Café (Illy Café Club): programa criado pela Illycaffè para premiar e fidelizar produtores brasileiros de cafés de alta qualidade, com bonificações e assistência técnica.
- Cooperativa Central de Cafeicultores e Agropecuaristas de Minas Gerais (COCCAMIG): congrega cooperativas de produtores de café de Minas Gerais, fortalecendo a comercialização conjunta e a representação política.
- Cooperativa de Cafeicultores e Agropecuaristas (COCAPEC): atende produtores da região da Alta Mogiana, oferecendo suporte técnico, insumos e apoio à comercialização.
- Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (CACCER): coordena ações das associações do Cerrado Mineiro, promovendo a marca de origem e a certificação de cafés especiais da região.
- Conselho Deliberativo da Política do Café (CDPC): instância responsável pela formulação e coordenação das políticas públicas nacionais para o setor cafeeiro.
- Conselho Nacional do Café (CNC): representa cafeicultores e cooperativas em nível nacional, articulando políticas setoriais, programas de crédito e estratégias de comercialização.

- Conselho Nacional dos Exportadores de Café (CECAFÉ): representa os interesses dos exportadores brasileiros de café, promovendo ações de sustentabilidade e imagem internacional do produto.
- Federação Brasileira dos Exportadores de Café (FEBEC): atuação histórica na representação dos exportadores, atualmente integrada ao CECAFÉ.
- Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ): fundo oficial vinculado ao MAPA que financia a produção, comercialização, armazenagem e pesquisa do café no Brasil.
- Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia do Café (INCT-Café): coordena pesquisas avançadas e multidisciplinares voltadas à sustentabilidade e inovação na cadeia cafeeira.
- International Coffee Council (ICC): órgão deliberativo da Organização Internacional do Café, composto por representantes de países membros para decisões sobre acordos e políticas.
- International Coffee Organization (ICO/OIC): principal organização intergovernamental do setor cafeeiro, promove o diálogo entre países exportadores e importadores.
- International Women's Coffee Alliance (IWCA): rede global com capítulos nacionais, dedicada ao empoderamento de mulheres que atuam em todos os elos da cadeia do café.
- Universidade do Café (Unilly): programa educacional e de capacitação da Illycaffè em parceria com instituições brasileiras, voltado à formação de cafeicultores em qualidade e sustentabilidade.

David Lucena, autor da coluna *Café na Prensa*, da Folha de S. Paulo, destaca em matéria⁴⁷ que, no ano de 2023, o consumo de cafés *gourmet* no Brasil cresceu de forma acelerada, superando amplamente o desempenho das linhas tradicionais. Esse movimento levou a grandes empresas, tradicionalmente focadas em cafés mais acessíveis, a lançarem novas linhas superiores, preenchendo as prateleiras dos supermercados com uma maior diversidade de rótulos. Marcas tradicionais como Melitta passaram a investir em cafés *premium*. Contudo, segundo Lucena, o mercado *gourmet* ainda é complementar: mais de 90% dos brasileiros continuam consumindo cafés tradicionais. As categorias de qualidade variam

⁴⁷ Matéria disponível no link: <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/cafe-na-prensa/2023/07/consumo-de-cafe-gourmet-dispara-e-marcas-enchem-supermercados-com-novos-rotulos.shtml>. Último acesso em: 01/04/2025.

entre tradicional, superior, *gourmet* (avaliadas pela ABIC) e especial, esta última certificada pela BSCA, com base em critérios rigorosos de pontuação, pureza, rastreabilidade e sustentabilidade.

Em 2024, segundo análise do Observatório do Café, coordenado pela Embrapa Café, com base nos dados do Cecafé⁴⁸, destaca-se o avanço expressivo das exportações de cafés diferenciados – que incluem produtos de qualidade superior e práticas sustentáveis certificadas. Em 2024, esse segmento representou 18,1% do total exportado, crescimento de 31,2% em relação a 2023. Outro aspecto que ilustra o crescimento desse segmento é o aumento de certificações pela ABIC, com destaque para a expansão das categorias Gourmet (+17%) e Especial (+85%), o que revela um amadurecimento industrial ancorado na busca por qualidade, rastreabilidade e sustentabilidade.

De acordo com matéria publicada na coluna *Café na Prensa* sobre os jogos olímpicos de 2024⁴⁹, o Brasil, embora seja o maior produtor mundial de café, sendo responsável por cerca de 40% do cultivo global, ainda tem participação modesta no mercado internacional de café industrializado, representando apenas 16% do comércio global do produto final. A maior parte das exportações brasileiras ainda se concentra no grão verde, que é processado por indústrias no exterior – como a alemã, que adquire grãos brasileiros, os industrializa e os revende a outros países. Diante desse cenário, a ABIC tem articulado, junto a outras entidades como o Cecafé, uma estratégia de promoção internacional do café brasileiro pronto para consumo, buscando reverter a imagem histórica do país como produtor apenas de café *commodity*.

Entre as ações planejadas estão campanhas publicitárias internacionais, inclusive durante os Jogos Olímpicos de Paris, e a intensificação de projetos como o Mês do Café Brasileiro na China, em parceria com a embaixada brasileira em Pequim e redes locais. O objetivo é seguir exemplos como o da Colômbia, que, mesmo com produção menor, consolidou sua reputação internacional com foco na qualidade sensorial do produto. Atualmente, o Brasil vem expandindo sua produção de cafés especiais, com elevada pontuação nos critérios da Specialty Coffee Association (SCA), sinalizando uma mudança de

⁴⁸ Acesse a matéria completa pelo link: https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/97519261/artigo---exportacoes-dos-cafes-do-brasil-totalizam-5044-milhoes-de-sacas-de-60kg-e-batem-recorde-historico-no-ano-cafeeiro-2024?p_auth=I55zS0MK. Último acesso em: 01/05/2025.

⁴⁹ Para acessar a matéria completa acesse o link: <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/cafe-na-prensa/2023/12/cafe-do-brasil-tenta-se-internacionalizar-e-planeja-marketing-ate-nos-jogos-de-paris.shtml>. Último acesso em: 01/05/2025.

posicionamento no mercado externo. Essa nova fase da cafeicultura nacional busca afirmar que o país não oferece apenas volume, mas também qualidade e diversidade sensorial.



Figura 17: Imagem que ilustra as diferenças de qualidade entre os cinco tipos de café disponíveis em mercados no Brasil. Fonte: Gesha Cafés de Origem. Disponível no link: <https://blog.gesha.com.br/cafe-gourmet/>. Último acesso em: 27/05/2025.

As categorias de café – tradicional/extraforte, superior, *gourmet* e especial – diferenciam-se principalmente pela qualidade do grão, método de torra, presença de impurezas e número de defeitos permitidos. O café tradicional (ou extraforte) é feito com grãos considerados de menor qualidade, pois muitas vezes inclui fragmentos, impurezas e defeitos severos como grãos pretos, verdes e ardidos. Para mascarar essas imperfeições, é submetido a uma torra muito escura, resultando em um sabor mais amargo e intenso. O café superior apresenta uma redução significativa de impurezas e defeitos, contendo grãos mais uniformes e torra mais controlada, oferecendo uma bebida menos agressiva. O café *gourmet* utiliza grãos mais selecionados, sem possuir defeitos severos, o que permite uma torra mais clara e a preservação de notas sensoriais como doçura, corpo e acidez equilibrada. Já o café especial segue padrões internacionais da SCA, orientados no Brasil pela BSCA, devendo apresentar zero defeitos primários e no máximo 5 defeitos secundários em 350g, além de alcançar pontuação mínima de 80 pontos em avaliações sensoriais, evidenciando complexidade aromática, equilíbrio e finalização limpa.

Para avaliar cada tipo de café, a ABIC criou, em 2004, uma metodologia de análise sensorial para cafés torrados: o Protocolo Brasileiro de Avaliação Sensorial de Cafés Torrados. Em 2024, esse protocolo foi atualizado, com o objetivo de trazer um novo entendimento sobre os estilos e perfis sensoriais dos cafés consumidos no Brasil, respeitando os diferentes métodos de preparo – como coado ou espresso – e, sobretudo, a realidade da bebida que chega à mesa dos brasileiros. O protocolo avalia cafés torrados, em grãos ou moídos, com base em atributos como odor, aroma e sabor da bebida, doçura, corpo, acidez-intensidade, acidez-qualidade, amargor, adstringência, intensidade, equilíbrio e ausência de defeitos, resultando em uma pontuação de Qualidade Global (QG), que vai de 0 a 10. Com base nessa pontuação, são definidos cinco estilos sensoriais: Extraforte ($QG \geq 4,5$ e $< 6,0$), Tradicional (com perfil semelhante), Superior ($QG \geq 6,0$ e $< 7,3$), Gourmet ($QG \geq 7,3$ até 10) e Especial (também com $QG \geq 7,3$, mas com complexidade sensorial e atributos mais intensos).

Além dos estilos, a ABIC mantém selos de qualidade para cada categoria – como o Selo de Pureza, Selo de Qualidade e o Selo de Certificação Sustentável de Cafés Especiais, que atesta não apenas atributos sensoriais superiores, mas também compromissos sociais, ambientais e éticos da cadeia produtiva. Embora a indicação do estilo sensorial ainda não seja obrigatória por lei, a ABIC recomenda fortemente que seja incluída no rótulo, pois ajuda o consumidor a identificar as características da bebida de forma clara e acessível. O protocolo é descrito como dinâmico e está aberto a contribuições da sociedade para ajustes e futuras atualizações, incentivando o engajamento direto do público na evolução da cultura do café no país⁵⁰.

Para avaliação dos cafés especiais, a BSCA segue os parâmetros da SCA, utilizando o protocolo internacional de *cupping*, ou prova de café. Esse processo padronizado visa garantir consistência e precisão na análise da bebida e é estruturado em três etapas: análise física do grão cru, avaliação do grão torrado e, por fim, avaliação sensorial da bebida preparada. Na etapa sensorial, são considerados onze atributos específicos, avaliados em uma escala de 6,00 a 10,00 pontos. Os atributos avaliados são: fragrância/aroma (*fragrance/aroma*), sabor (*flavor*), retrogosto (*aftertaste*), acidez (*acidity*), corpo (*body*), uniformidade (*uniformity*), ausência de defeitos (*clean cup*), doçura (*sweetness*), balanço (*balance*), conceito final (*overall*) e nota final (*final score*).

⁵⁰ Para mais informações sobre a avaliação sensorial da ABIC, acesse o link: <https://www.abic.com.br/semana-do-protocolo-brasileiro-asct/#estilos>. Último acesso em: 20/05/2025.

Esses elementos são analisados de maneira técnica e sensorial, permitindo que o café seja classificado com rigor de acordo com sua qualidade. Cada atributo recebe uma nota conforme a seguinte escala qualitativa: de 6,00 a 6,75 o café é considerado bom (*good*), de 7,00 a 7,75 muito bom (*very good*), de 8,00 a 8,75 excelente (*excellent*), de 9,00 a 9,75 excepcional (*outstanding*), e 10,00 representa um café perfeito (*perfect*), sem falhas perceptíveis⁵¹. A nota final do café é a soma dos pontos dos atributos sensoriais, descontadas eventuais penalizações por defeitos físicos. Também é exigida a ausência de grãos imaturos no café torrado, os chamados *quakers*. Esse protocolo, adotado internacionalmente, orienta concursos, compras e exportações de cafés especiais, e é uma referência para produtores e degustadores em busca de bebidas de alta qualidade e valor agregado (SENAR, 2017).

Dentro dos critérios de avaliação sensorial do café especial, além dos protocolos técnicos e da ficha de *cupping* da SCA, um instrumento amplamente utilizado por provadores é a chamada roda de sabores do café (*Coffee Taster's Flavor Wheel*), desenvolvida pela SCA em parceria com o World Coffee Research. Essa roda é uma representação gráfica que organiza de maneira sistemática os diferentes sabores e aromas percebidos na bebida, oferecendo uma linguagem comum e estruturada para descrever as sensações experimentadas durante a prova. A roda é composta por camadas concêntricas: no centro estão categorias mais amplas, que se desdobram em descritores mais específicos.

Embora a avaliação sensorial busque ser objetiva, o gosto ainda é uma experiência cultural e subjetiva. Por isso, a roda funciona como uma ferramenta de orientação, auxiliando os degustadores a identificar, nomear e comunicar os atributos sensoriais do café com mais precisão e consistência. Seu uso não é obrigatório, mas é altamente valorizado nos ambientes de formação profissional, concursos e certificações, pois ajuda a reduzir ambiguidades e estabelece uma referência compartilhada entre os provadores. Ao mesmo tempo, a roda de sabores contribui para a construção de um vocabulário comum no universo dos cafés especiais, reforçando o caráter técnico e especializado da prática de prova e da linguagem do gosto no setor cafeeiro.

⁵¹ Para conhecer mais sobre o processo e para visualizar a ficha de avaliação sensorial da SCA, acesse o site: <https://www.tostati.com.br/blog/entenda-o-protocolo-sca-e-seus-11-atributos/>. Último acesso em: 20/05/2025.



Figura 18: Roda de sabores do café. Fonte: <https://blog.coffeemais.com/roda-dos-sabores/>. Último acesso em: 20/05/2025.

Além da SCA, existem outras instituições importantes que contribuem para a valorização e certificação da qualidade dos cafés especiais. Uma das mais renomadas é a *Alliance for Coffee Excellence* (ACE), responsável pela organização do concurso internacional *Cup of Excellence* (CoE)⁵², criado em 1999. Esse programa é amplamente reconhecido como o mais rigoroso e prestigiado sistema de avaliação e premiação de cafés de alta qualidade do mundo. O CoE realiza etapas nacionais de seleção em diversos países produtores, incluindo o Brasil, e conta com um painel de juízes nacionais e internacionais altamente qualificados.

O processo de avaliação do Cup of Excellence também adota protocolos inspirados na metodologia da SCA, mas é ainda mais exigente em seus critérios. Para que um café seja

⁵² Saiba mais sobre o Cup of Excellence em: <https://cupofexcellence.org/>. Último acesso em: 20/05/2025.

selecionado para as etapas finais do concurso, ele precisa passar por múltiplas rodadas de provas (*cuppings*), nas quais atributos como doçura, acidez, corpo, complexidade, equilíbrio, finalização e uniformidade são cuidadosamente pontuados. Apenas os cafés que atingem uma nota mínima de 87 pontos (em uma escala de 100) são classificados como vencedores do CoE. Esses cafés são então vendidos em leilões internacionais organizados pela ACE, com preços significativamente acima da média de mercado, o que proporciona visibilidade e retorno financeiro direto ao produtor.

A existência de programas como o *Cup of Excellence* reforça a ideia de que o mercado de cafés especiais é sustentado por padrões técnicos rigorosos e por uma rede institucional internacional que reconhece e premia a excelência sensorial. Além da ACE, outras organizações, como a CQI (*Coffee Quality Institute*), também atuam na certificação da qualidade, com destaque para a formação de profissionais como os *Q-Graders*, avaliadores sensoriais licenciados que operam com base em protocolos padronizados globalmente.

Os processos e técnicas em relação ao café se estendem também aos momentos antes de sua apresentação final. Portanto, é fundamental compreender um pouco dos processos que antecedem essa etapa e que influenciam diretamente no perfil da bebida. Como já vimos brevemente no Capítulo I, o café é um fruto originado de um arbusto pertencente à família das rubiáceas, desenvolvido em regiões tropicais e subtropicais. Existem mais de sessenta espécies naturais desse arbusto, todas denominadas com o nome genérico *Coffea*. A planta produz flores brancas perfumadas, com aroma semelhante ao jasmim, e frutos conhecidos como cerejas, que abrigam dois grãos de café protegidos por uma polpa e um pergaminho. Os pés de café costumam medir entre 2 e 2,5 metros, mas podem atingir até 10 metros de altura (SENAR, 2017).

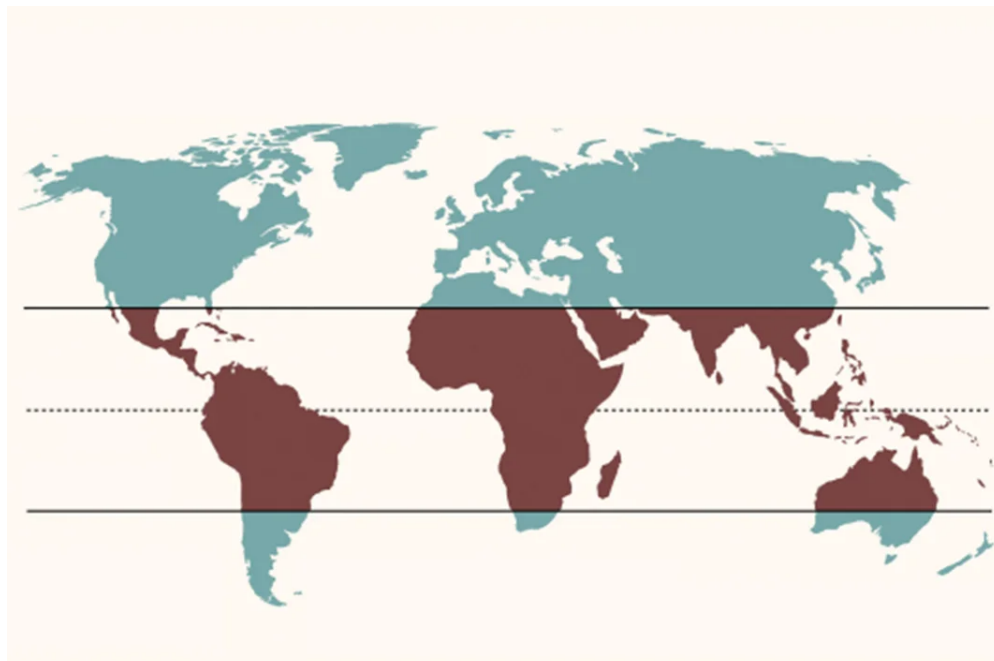


Figura 19: Imagem que representa o cinturão do café (*bean belt*): área geográfica onde o café é cultivado, abrangendo regiões com condições climáticas e geográficas adequadas para o desenvolvimento das plantas de café. Fonte: <https://www.nescafe.com/br/cultura-do-cafe/conhecimento-do-cafe/coffee-origins>. Último acesso: 20/05/2025.

Das diversas espécies existentes, cerca de 25 são consideradas importantes, originárias sobretudo da África e de algumas ilhas do Oceano Índico. No entanto, apenas duas dominam a produção comercial: *Coffea arabica* e *Coffea canephora* (mais conhecida como robusta ou conillon). O *Coffea arabica* é valorizado por seu sabor suave, aromático e levemente achocolatado, sendo a única espécie vendida pura, sem mistura (*blend*). Já o *Coffea canephora*, embora mais resistente a pragas e variações climáticas, produz um café de sabor mais adstringente e amargo, com qualidade sensorial inferior, sendo comumente usada em misturas e cafés solúveis. Além das diferenças sensoriais, há também distinções genéticas: o café arábica possui 44 cromossomos, fato que é associado por alguns especialistas do café como fator de complexidade genética e menos suscetibilidade a cruzamentos indesejados, além de exigir altitudes entre 600 e 2.000 metros e temperaturas entre 15 °C e 22 °C. O café *canephora*, por sua vez, tem 22 cromossomos, desenvolve-se em altitudes mais baixas (200 a 800 metros), com temperaturas entre 24 °C e 29 °C, sendo mais rústica e produtiva (SEBRAE, 2008).

No mercado de cafés especiais, predomina o arábica, devido à sua complexidade de aromas e sabores, além do menor teor de cafeína em comparação ao robusta, o qual é mais utilizado para reduzir custos e conferir corpo aos *blends*. Outras espécies menos conhecidas, como *Coffea liberica* e *Coffea excelsa*, representam uma fração mínima da produção mundial,

mas podem apresentar características distintas que influenciam o perfil sensorial da bebida final (SENAR, 2017).

Dentro da espécie arábica, há também diversas variedades botânicas cultivadas no Brasil, como o Mundo Novo, o Catuaí, o Bourbon e o Icatu, cada uma com propriedades agronômicas e sensoriais específicas. O Mundo Novo, por exemplo, é uma variedade vigorosa e produtiva, bem adaptada a diferentes altitudes. Já o Catuaí tem porte baixo, o que facilita a colheita manual, sendo muito utilizado em plantações de café especial (SEBRAE, 2008).

O desenvolvimento do fruto do cafeeiro passa por diferentes fases de maturação: inicia-se com o fruto verde (imaturo), seguido da fase cereja (ideal para colheita), depois passa à fase passa (sobremaduro) e, por fim, à fase seca (desidratado ainda na planta). A colheita no estágio cereja é crucial para garantir complexidade e qualidade sensorial. A colheita pode ser manual seletiva, mais comum em lavouras de cafés especiais, ou mecânica, que exige posterior separação dos frutos por densidade ou flutuação (SENAR, 2017).

Após a colheita, o café passa pelo beneficiamento, que pode ser feito por via seca (processo natural), onde os frutos inteiros são secos ao sol com casca, o que favorece notas mais doces e encorpadas; ou por via úmida, que remove a casca e a mucilagem, resultando em cafés lavados ou cereja descascado, com perfis mais limpos, acidez brilhante e notas florais. No beneficiamento por via seca, há também o chamado café boia, que corresponde aos frutos secos ainda no pé da planta e, por isso, flutuam nos tanques de separação. Embora possam ser aproveitados em alguns processos, geralmente apresentam fermentações indesejadas e menor qualidade, sendo mais comuns em cafés de menor valor agregado (SENAR, 2017).

O próximo passo é a torra, que desenvolve os compostos aromáticos do café. A torra pode ser clara, média ou escura, cada uma destacando atributos diferentes da bebida, como acidez, doçura ou corpo. Um processo de torra bem conduzido é essencial para preservar e realçar os sabores complexos de cafés especiais. A curva de torra – que controla temperatura e tempo – deve ser ajustada conforme a origem, o método de beneficiamento e o tipo de preparo final, garantindo que as qualidades do grão sejam maximizadas (SEBRAE, 2008).

Por fim, os últimos passos são a moagem e a extração da bebida, etapa em que o café revela todo o seu potencial sensorial. A moagem deve ser ajustada conforme o método de preparo: moagens grossas são ideais para prensa francesa, médias para métodos filtrados, e finas para espresso. A extração do café, portanto, pode ocorrer por diferentes métodos, como o coado tradicional, que oferece uma bebida limpa e suave; a prensa francesa, que resulta em uma bebida encorpada e oleosa; o Aeropress, que combina pressão e infusão para extrair um café intenso e versátil; a moka italiana, que usa pressão de vapor no fogão para criar um café

denso e marcante; o espresso, que utiliza alta pressão para gerar uma bebida concentrada e com crema; ou ainda o *cold brew*, que extrai o café com água fria em longas horas de infusão, produzindo uma bebida delicada, adocicada e refrescante. Cada método oferece uma experiência distinta, e a escolha depende do perfil sensorial desejado, das preferências pessoais e das características do grão utilizado⁵³.

Assim, os processos que antecedem a xícara – desde a botânica da planta, a escolha da variedade, a condução da lavoura, o ponto de colheita, o método de beneficiamento, o tipo de torra, de moagem e a escolha do método de extração – são decisivos para que o café expresse todo o seu potencial sensorial e atenda tanto aos critérios de qualidade, quanto aos gostos pessoais de cada um. Nesse percurso, o convívio em ambientes especializados, como cafeterias, desempenha um papel importante na formação do paladar e na construção do gosto individual. Ao frequentar esses espaços, o consumidor tem a oportunidade de experimentar diferentes perfis de bebida, comparar aromas, intensidades e texturas, além de dialogar com baristas e outros profissionais do café, que orientam sobre métodos, origens e combinações. Esse contato cotidiano favorece o aprendizado sensorial e amplia o repertório gustativo, permitindo que cada pessoa descubra, aos poucos, o que mais aprecia na complexidade do café.

2. *Terroir*: o conceito de gosto do local

O termo *terroir* tem origem francesa e remonta ao século XIII, sendo usado inicialmente para descrever como as condições ambientais de um vinhedo – especialmente o solo e a exposição solar – influenciavam o caráter sensorial do vinho. Tal como destaca Paxson (2013) em sua etnografia sobre queijos artesanais nos Estados Unidos, o termo refere-se à articulação entre sabor, território e modos de produção. No entanto, a autora expande a noção do “gosto do local”, nos mostrando que este não é um atributo estritamente produzido pelo meio, mas um efeito produzido deliberadamente por produtores que buscam expressar uma identidade territorial, ética e estética por meio do alimento que fabricam.

A autora nos mostra, portanto, que o *terroir* pode ser fabricado “ao contrário” (*reverse-engineered*), isto é, não como uma herança passiva do meio, mas como um projeto sensorial orientado por valores como autenticidade, qualidade e responsabilidade. O sabor que

⁵³ Conheça mais sobre os métodos de extração do café acessando o link: https://uniquecafes.com.br/14-metodos-que-todo-apaixonado-por-cafe-deveria-conhecer/?srsltid=AfmBOooVqwWHCdTX5mhnoSEzWAu9aafbJd-2O-_M2BZ8hg2UBhk2l8Sd. Último acesso em 20/05/2025.

remete a um lugar específico não é apenas percebido, mas também narrado, educado e performado nas interações entre produtores, consumidores e reguladores.

Paxson (2013) argumenta que o *terroir* é deliberadamente fabricado como resistência simbólica ao alimento industrial e como expressão de um modo de vida ético e localizado. Os queijos artesanais, nesses contextos, não são apenas alimentos, mas veículos de identidade, engajamento e diferenciação. O valor simbólico do *terroir* está justamente em sua capacidade de converter um produto perecível em um bem cultural dotado de densidade histórica e afetiva – uma “mercadoria inacabada”, segundo a autora, que permite múltiplas formas de valorização.

Essa perspectiva encontra ressonância na análise desenvolvida por Muccillo (2024) sobre a valorização da carne do porco Moura, uma raça nativa da região Sul do país. Em sua pesquisa, a autora demonstra como a noção de *terroir* é mobilizada para associar o sabor da carne às condições bioculturais de criação, incluindo a alimentação com cultivares locais, o sistema de criação ao ar livre e os vínculos históricos com a paisagem local. A construção do gosto do lugar envolve, nesse caso, tanto os atributos físicos da carne – como marmoreio, coloração e textura – quanto os modos de vida dos criadores e as práticas alimentares tradicionais que moldam o cotidiano das criações. A autora destaca como essa conexão entre sabor e lugar não é algo dado, mas constantemente produzido. O gosto torna-se, assim, um veículo para comunicar o pertencimento territorial, a ética de criação e a resistência frente à homogeneização da suinocultura industrial.

Podemos perceber que tanto em Paxson (2013) quanto em Muccillo (2024), o *terroir* opera como um dispositivo simbólico que transforma alimentos em expressões materiais de histórias, afetos e formas situadas de vida. Em mercados saturados por produtos despersonalizados, ele oferece ao consumidor a possibilidade de engajar-se em uma prática de distinção sensível e ética, reafirmando sua relevância como operador central na política contemporânea do gosto.

Um exemplo de *terroir* é descrito pela matéria da coluna *Café na Prensa*⁵⁴ sobre a produção em região montanhosa do Espírito Santo. A matéria destaca que os microagricultores das montanhas do estado vêm se destacando no mercado brasileiro de cafés especiais por produzirem bebidas sensorialmente complexas, com notas exóticas e frutadas. No caso das montanhas capixabas, essas condições são bastante singulares, pois a região está

⁵⁴ Para ler a matéria completa acesse o link: <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/cafe-na-prensa/2023/08/microagricultores-se-destacam-com-cafes-exoticos-e-frutados-nas-montanhas-do-es.shtml>. Último acesso em: 01/05/2025.

localizada a cerca de 50 km de Vitória, o que a torna muito próxima do oceano e faz com que receba uma carga de umidade mais elevada do que outras regiões produtoras de café, como São Paulo e Minas Gerais.

Essa combinação de fatores microclimáticos – como relevo, altitude, radiação solar e umidade relativa – soma-se aos aspectos sociais e produtivos, que incluem o cultivo em minúsculas propriedades e a diversificação agrícola. O sistema de produção também se destaca por sua colheita manual e altamente seletiva. Os produtores passam várias vezes nos mesmos pés de café durante a safra, colhendo apenas os frutos no ponto ideal de maturação. Em pequenas propriedades, essa seletividade é ainda mais rigorosa. Esse cuidado se estende ao processamento pós-colheita: os frutos são secados em terreiros por ao menos 15 dias, sendo revirados manualmente mais de dez vezes por dia.

Toda essa atenção ao detalhe, somada às condições ambientais únicas, resulta em cafés com notas de limão, de rapadura e açúcar mascavo, considerados de alta complexidade sensorial. Esse conjunto de características fez com que, em 2021, o café das montanhas capixabas recebesse o reconhecimento oficial do INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial) com a denominação de origem. Esse selo atesta que a qualidade do produto está diretamente relacionada ao seu meio geográfico. Apesar de o volume de produção ser significativamente menor do que o de regiões como o Sul e o Centro-Oeste de Minas Gerais, é pela qualidade que os cafés da região têm ganhado prestígio entre especialistas.

O Brasil possui atualmente 35 regiões produtoras de café, das quais 14 têm registros oficiais de Indicação Geográfica (IG). Minas Gerais lidera com nove áreas reconhecidas, seguida por estados como São Paulo, Bahia, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Paraná e Rondônia. As IGs se dividem entre nove Indicações de Procedência e cinco Denominações de Origem, como Caparaó, Cerrado Mineiro, Mantiqueira de Minas e Matas de Rondônia. Esse mapeamento, reconhecido pelo INPI, destaca a diversidade geográfica e sensorial dos cafés brasileiros e posiciona o país como líder mundial em número de IGs no setor agrícola. Essa pluralidade de diferentes regiões valoriza as origens e contribui para a promoção internacional dos cafés, em sintonia com as crescentes exigências de consumidores por produtos com identidade territorial.

Origens do café no Brasil

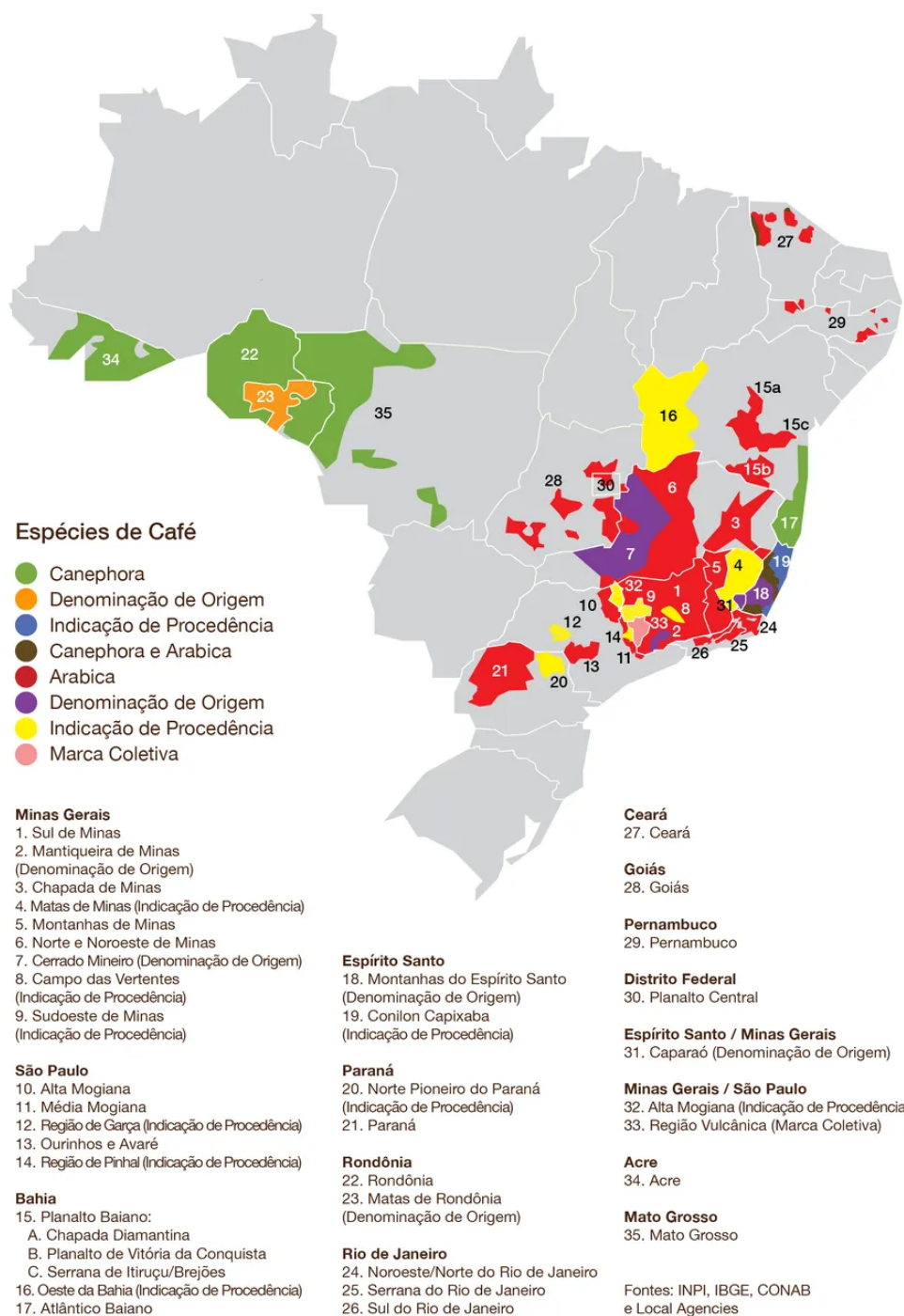


Figura 20: Mapa das regiões de origem do café no Brasil. Fonte: <https://globorural.globo.com/agricultura/cafe/noticia/2023/08/brasil-tem-35-regioes-produtoras-de-cafe-mostra-mapa-de-origem.ghtml>. Último acesso em: 20/05/2025.

Outro exemplo abordado na coluna de Lucena⁵⁵ é o do Jacu Bird Coffee, um dos cafés mais exóticos e caros do Brasil, produzido na Fazenda Camocim, localizada no Espírito Santo. O diferencial desse café está no processo único de produção: os grãos são ingeridos e excretados pelo jacu, uma ave nativa da Mata Atlântica, que seleciona os frutos mais maduros e doces. Após a digestão, os grãos são coletados manualmente das fezes da ave, sem lavagem, para preservar os sabores conferidos pelo processo digestivo. Posteriormente, passam por secagem, armazenamento em câmara fria e torrefação. Esse método resulta em uma bebida com perfil sensorial distinto, apresentando notas de avelã, melão e especiarias suaves, além de baixa acidez e amargor reduzido. O preço elevado, que pode chegar a R\$1.800 o quilo no mercado nacional e até R\$7.000 no exterior, reflete a raridade e a complexidade do processo produtivo, que depende do comportamento natural do jacu e de práticas sustentáveis de cultivo. Embora o café seja reconhecido por sua qualidade e exclusividade, estudos indicam que seu sabor não é necessariamente superior ao de cafés especiais produzidos por métodos tradicionais.

A singularidade do Jacu Bird Coffee exemplifica de modo emblemático como determinados cafés especiais ganham valor não apenas por suas qualidades sensoriais intrínsecas, mas sobretudo por meio de narrativas que enredam natureza, técnica e mercado. Neste caso, o processo digestivo da ave jacu – que consome os frutos maduros do cafezal e defeca os grãos inteiros – é reinterpretado pelos produtores como um diferencial simbólico, transformando um problema ecológico inicial em um ativo de mercado. A ave é convertida em coautora do café, funcionando como uma espécie de “despolpadora natural” que realiza uma coleta seletiva baseada no grau de maturação dos frutos. A história de origem do produto, aliada ao método agroflorestal e à presença da biodiversidade nativa, contribui para construir um café percebido como raro, exótico e autenticamente vinculado ao seu lugar de produção.

Esse processo de valorização remete diretamente à noção de *terroir* tal como discutida por Paxson (2013). No caso do café do jacu, o *terroir* é performado por meio da mediação de um agente não humano – a ave – cuja ação é incorporada à narrativa do produto como elemento de autenticidade. A floresta, os animais e os humanos formam, assim, uma rede que fabrica um gosto específico e lhe atribui um valor socialmente reconhecido. A digestão do fruto pela ave, ainda que provoque alterações químicas perceptíveis, não garante

⁵⁵ Matéria completa disponível no link: <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/cafe-na-prensa/2023/08/cafe-mais-exotico-do-brasil-e-catado-de-fezes-de-ave-e-custa-r-1180-o-quilo.shtml#:~:text=Caf%C3%A9%20catado%20das%20fezes%20do,R%24%201.180%2000%20o%20quilo&text=E%20assim%20%C3%A9%20feito%20o,Unidos%2C%20Austr%C3%A1lia%20e%20Ar%C3%A1bia%20Saudita.Último acesso em: 20/05/2025.>

superioridade sensorial comprovada, como demonstram estudos. O que está em jogo, portanto, não é a supremacia do sabor, mas a legitimidade da história que o envolve – uma história que ativa um *terroir* expandido, no qual a natureza não apenas condiciona, mas participa ativamente da criação do gosto.

Ao falar especificamente sobre o conceito de *terroir* no mundo dos cafés, Smith (2018) investiga como agricultores da região de Tarrazú, na Costa Rica, compreendem o gosto do local e a rastreabilidade na produção de cafés especiais. No mesmo sentido de Paxson (2013) e Muccillo (2024), Smith apresenta o conceito de *terroir* como uma construção cultural e dinâmica, formada a partir da percepção e engajamento dos produtores com a paisagem agrícola. Ao enfatizar o gosto como expressão do lugar, a autora afirma que o mercado de cafés especiais incentiva a valorização de diferenças sutis dentro de uma mesma propriedade, levando agricultores a identificar, nomear e manejar parcelas específicas segundo suas características microclimáticas e varietais.

A rastreabilidade, nesse contexto, deixa de ser apenas uma exigência burocrática ligada à segurança alimentar e passa a operar como uma ferramenta central para assegurar a autenticidade dos cafés. Cada microlote de uma fazenda é associado a informações precisas sobre local de cultivo, variedade da planta, método de processamento e data da colheita. Isso possibilita a separação de cafés com perfis sensoriais distintos e permite aos compradores e consumidores associar esses sabores a lugares específicos e produtores identificáveis.

Smith (2018) afirma que o mercado de cafés especiais produziu novas formas de perceber, organizar e comunicar a paisagem cafeeira. O sucesso dos produtores está associado à capacidade de transformar essas paisagens em categorias significativas para compradores e consumidores – categorias que expressam não apenas o local, mas também o cuidado técnico e o conhecimento incorporado à produção. Nesse sentido, *terroir* e rastreabilidade não são apenas estratégias comerciais, mas componentes centrais de um sistema de qualidade que redefine o valor do café no cenário global.

Dessa forma, o conceito de *terroir*, ao articular natureza, técnica e cultura, desloca o foco da qualidade intrínseca do produto para os modos pelos quais essa qualidade é construída, narrada e legitimada socialmente. Mais do que descrever atributos naturais de um território, o *terroir* opera como uma linguagem sensorial e moral, que codifica valores como autenticidade, tradição e engajamento ecológico. Ao integrar humanos e não humanos, práticas agrícolas e discursos de *marketing*, o *terroir* se consolida como um instrumento de diferenciação no mercado global, sendo mobilizado para sustentar reivindicações de excelência, originalidade e pertencimento. É justamente nesse ponto que ele se conecta às

dinâmicas de gosto e distinção, pois o valor atribuído ao café especial não depende apenas de sua origem, mas também das disposições sociais e culturais dos consumidores capazes de reconhecer, apreciar e legitimar essas qualidades como superiores.

3. Gosto e distinção: como o café especial marca diferenças sociais

Como vimos, a terceira onda do mercado do café ainda ocupa uma parcela reduzida do mercado brasileiro, mas tem avançado de forma significativa nos últimos anos, especialmente em centros urbanos e regiões produtoras como Minas Gerais (Guimarães et al., 2016; Boaventura et al., 2018). Essa nova configuração tem impulsionado transformações relevantes na cadeia produtiva, promovendo uma lógica de criação de valor que se ancora na articulação entre experiências sensoriais, narrativas de origem e formas de engajamento direto entre produtores, torrefadores, baristas e consumidores.

Nesse contexto, as chamadas três ondas do café não devem ser compreendidas apenas como fases cronológicas ou tendências de mercado, mas como regimes de valoração que operam segundo princípios distintos. A terceira onda, segundo Chang e McGonigle (2020), desloca o foco para o gosto como experiência singular, marcada pela transparência na cadeia, rastreabilidade da origem, modos específicos de preparo e valorização de microlotes. A coexistência desses três momentos nos contextos urbanos contemporâneos revela não apenas um mercado em transformação, mas também tensões entre tradição e novas tendências, além de disputas simbólicas em torno da definição do que constitui um “bom café”.

Esse deslocamento entre práticas comunitárias e experiências mais individualizadas pode ser compreendido a partir das reflexões de Elias (1994). O autor mostra como, ao longo da modernidade ocidental, há uma intensificação dos processos de individuação, em que os sujeitos passam a se perceber como entidades autônomas, autorreflexivas e responsáveis pela gestão de si mesmos. Nesse contexto, práticas coletivas, como o ato de comer ou beber café, passam a ser vividas também sob a ótica da autorrealização e do desempenho individual. Assim, a cafeteria especializada não é apenas um espaço de consumo, mas um dispositivo social que organiza modos de estar no mundo: ali, o sujeito pode escolher o método, a origem e o perfil sensorial da bebida que mais lhe representa, produzindo uma experiência marcada pela singularidade e pelo controle.

É na esfera do gosto, portanto, que essas qualidades sensoriais adquirem sentido social. O que distingue um café especial de um café tradicional não está apenas em seu perfil sensorial, mas na capacidade do consumidor de reconhecer tais atributos e atribuir-lhes valor – processo profundamente condicionado por trajetórias sociais, repertórios culturais e formas

de capital simbólico. As tendências do que é considerado um “bom café”, portanto, variam histórica e culturalmente, evidenciando que o gosto não é uma qualidade intrínseca aos alimentos, mas algo socialmente construído e situado.

Essa reflexão encontra eco nas contribuições de Howes (2013) e Le Breton (2016), que propõem abordagens sensoriais que desafiam concepções puramente biológicas ou individualistas da percepção. Para ambos, os sentidos não operam isoladamente, mas são moldados pelas experiências sociais, práticas culturais e estruturas simbólicas que os envolvem.

Howes (2013) retoma a noção de "vida social dos sentidos", mostrando como a valorização ou marginalização de determinados sentidos está ligada a contextos históricos, sociais e culturais específicos. Ele destaca que a modernidade ocidental promoveu uma hierarquização sensorial, em que a visão e a audição passaram a ocupar posições superiores em relação ao tato, ao olfato e ao paladar – sentidos frequentemente associados ao corpo, à natureza e à animalidade. A construção de um gosto refinado para o café, por exemplo, é, nesse sentido, um processo cultural que reposiciona o paladar dentro de novas estruturas de prestígio e conhecimento técnico. É também por isso que a imagem que envolve o café – suas embalagens cuidadosamente desenhadas, o ambiente em que é servido, as louças utilizadas, os utensílios e equipamentos da cozinha – desempenha um papel central na sua valorização. Nesse universo, o olhar é constantemente convocado a legitimar o bom gosto: da escolha do grão à curadoria estética da cafeteria, tudo passa por uma visualidade que comunica *status* e autenticidade sensorial.

Le Breton (2016) afirma que o gosto aponta para dimensões simbólicas e afetivas, observando como certos sabores podem evocar pertencimentos, exclusões e até mesmo julgamentos éticos. O gosto “civilizado”, “refinado” ou “educado” se contrapõe a gostos considerados “populares”, “vulgares” ou “primitivos”, reforçando fronteiras sociais. O autor observa, ainda, que o paladar raramente atua de maneira isolada: ele é sinestésico, mobilizando simultaneamente o olfato, o tato (textura), a visão (aparência dos alimentos) e até mesmo a audição (sons da mastigação), o que evidencia seu caráter integrado e performático nas práticas sociais. Desse modo, compreender as preferências gustativas – como o apreço por certos tipos de café – exige uma abordagem que leve em conta a articulação entre corpo, cultura e sociedade.

Quando eu era criança, lembro-me de ouvir os adultos dizerem com convicção que café de verdade tinha que ser forte, escuro e amargo. Cafés mais claros, suaves ou aromáticos, especialmente aqueles consumidos no exterior, eram frequentemente ridicularizados com o

termo “chafé”, usado de maneira pejorativa para indicar algo fraco, diluído e sem personalidade. Essa visão ainda é amplamente compartilhada pelas classes populares no Brasil, onde o sabor intenso e amargo está associado tanto à tradição quanto à eficácia funcional da bebida – algo que “acorda”, que “tem sustância”. Esse imaginário sobre o bom café revela como o gosto se ancora em experiências coletivas e na reprodução de disposições culturais específicas, desafiando a ideia de que preferências sensoriais seriam apenas fruto de escolhas individuais ou juízos universais de qualidade.

Woortmann (1978) nos fala sobre como grupos sociais constroem ideologias alimentares baseadas não apenas na disponibilidade material dos alimentos, mas também em um sistema simbólico que define suas qualidades, funções e adequação a contextos específicos. Nesse sentido, o autor destaca que “o alimento é algo ‘representado’, isto é, apreendido cognitivamente e ideologicamente. [...] o comer não satisfaz apenas as necessidades biológicas, mas preenche também funções simbólicas e sociais” (Woortmann, 1978: 4). Essa representação simbólica está ligada à percepção de certos alimentos como dotados de qualidades essenciais, como ser “forte”, “reimoso”, “quente” ou “fraco”, e tais categorias são organizadas de forma coletiva e hierárquica dentro de sistemas populares de conhecimento.

A valorização do café forte, escuro e amargo no senso comum brasileiro encontra eco nessa lógica. O café é percebido como um alimento que “acorda”, que “sustenta” e que, por isso mesmo, deve ter características sensoriais intensas. Esse entendimento reflete uma ideologia alimentar que associa força sensorial (e intensidade de sabor) à eficácia funcional – ou seja, o café bom é o que “faz efeito”, que atua no corpo de forma perceptível e rápida, muitas vezes em oposição a bebidas mais suaves, que seriam, simbolicamente, “fracas” ou mesmo “inúteis”.

Signoreli (2010) oferece dados etnográficos sobre a centralidade do café na cozinha goiana, revelando seu papel como elemento fundamental das práticas de hospitalidade e sociabilidade. Servido à visita, presente nas conversas ao redor do fogão ou no alpendre, o café é mais do que uma bebida: ele atua como mediador das relações sociais e símbolo de afeto e pertencimento. Tal função remete diretamente às reflexões de DaMatta (1984), para quem os alimentos operam como linguagem social, portadores de valores e classificações morais que organizam o mundo cultural. No caso do café, trata-se de um produto que atravessa diferentes contextos sociais, mantendo-se como signo relacional nos domínios da intimidade e da tradição.

Para DaMatta (1984), o sistema alimentar brasileiro é estruturado por uma tensão entre dois pólos simbólicos: o da “casa”, espaço do afeto, da moralidade e da familiaridade, e o da

“rua”, esfera das relações formais, impessoais e mercantis. O café, inserido nessa lógica, ocupa um lugar liminar, sendo capaz de transitar entre esses mundos. Ainda assim, há uma clara valorização cultural da comida e das práticas alimentares associadas ao universo doméstico, que são entendidas como mais autênticas e legítimas. Essa valorização aparece também em Signoreli (2010), especialmente na exaltação dos modos de preparo da roça, na crítica à alimentação industrializada e na resistência à perda de saberes culinários considerados tradicionais.

Contudo, com a ascensão da terceira onda, houve uma reconfiguração significativa das referências de qualidade que historicamente moldaram o paladar brasileiro. O que antes era valorizado – o amargor intenso, o corpo espesso, a torra escura – passou a ser relativizado em nome de uma apreciação mais técnica, sensorial e informada da bebida. Hoje, o foco desloca-se para atributos como acidez equilibrada, doçura natural, complexidade aromática e finalização limpa, aspectos antes ignorados ou mesmo rejeitados por consumidores acostumados ao “café forte”, o que nos mostra que o paladar é constantemente educado e transformado, como nos mostra Gomensoro (2012), em seu estudo sobre a degustação de vinhos.

Essa transformação não se restringe aos critérios gustativos, mas incide diretamente sobre os espaços sociais em que o café é consumido e os significados que ele adquire em cada contexto. A cozinha de casa, lugar privilegiado de sociabilidade afetiva e partilha cotidiana, onde o café é oferecido como gesto de hospitalidade e aproximação, contrasta fortemente com o ambiente das cafeterias especializadas, onde a bebida passa a ser interpretada sob a ótica da técnica, da expertise da performance sensorial e da distinção de gosto.

Nesse contraste, é possível aplicar a leitura simbólica sobre as categorias de “pureza” e “perigo” propostas por Douglas (1991). A autora argumenta que a pureza não está ligada apenas à higiene física, mas a sistemas simbólicos que organizam o mundo social. Nesse sentido, o café da casa – feito de forma simples, compartilhado em copo de vidro ou xícara lascada, acompanhado de um pedaço bolo ou conversa – pertence a um sistema de significados onde a mistura, a informalidade e a afetividade são bem-vindas. Já nas cafeterias especializadas, observa-se um esforço de purificação simbólica: o café precisa ser “limpo” sensorialmente, o ambiente deve ser neutro e controlado, o preparo deve seguir protocolos técnicos, e qualquer interferência externa pode ser percebida como uma “contaminação” do sabor legítimo.

Assim, no universo dos cafés especiais há uma estrutura classificatória que distingue o “puro” do “impuro”, o “aceitável” do “inadequado”. Essa lógica se manifesta, por exemplo,

na rejeição explícita a práticas comuns em outros contextos – como requeijar o café ou tomá-lo com açúcar – que são interpretadas como formas de desvalorização da bebida. Tal como Douglas (1991) propõe, essas classificações são formas de manutenção de uma ordem simbólica, onde o valor não está apenas no produto em si, mas em seu alinhamento com um sistema cultural mais amplo que define o que pode ser legitimado como “café de qualidade”.

Essa diferenciação entre modos de se tomar café também evidencia a mudança nas funções sociais atribuídas a ele: antes, reunir-se para um “cafezinho” era estar entre próximos, reforçar laços de vizinhança, fazer fofoca ou celebrar um encontro familiar; hoje, a ida à cafeteria pode significar um momento de introspecção individual, produtividade ou mesmo reuniões profissionais – ou seja, ela se insere em outras esferas da vida urbana contemporânea. É claro que esses ambientes também são palco para a criação de afetos e vínculos sociais – amizades se iniciam, encontros se repetem e histórias são compartilhadas em torno de uma xícara –, mas toda a experiência é distinta da vivida na cozinha doméstica. Desde o cardápio, que privilegia termos técnicos e cafés específicos, até a decoração dos espaços, tudo colabora para comunicar que se trata de um consumo diferenciado. Beber café nesses contextos transforma a experiência em uma prática codificada, técnica e muitas vezes performativa.

Como propõe Woortmann (2006), a comida pode e deve ser entendida como uma linguagem, ou seja, como um sistema de signos estruturado e carregado de significados. Como já mencionei, o ato de comer está impregnado de códigos que expressam e organizam a vida social: o que se come, como se come, com quem se come e onde se come são dimensões que revelam pertencimentos, exclusões, hierarquias e distinções. A autora enfatiza que, ao observar práticas alimentares, é possível captar valores culturais centrais de uma sociedade. Por exemplo, o compartilhamento de alimentos, o jejum, os rituais festivos e os hábitos cotidianos de cozinhar carregam sentidos profundos sobre identidade, alteridade e ordem social. No contexto do café, isso se torna evidente: a forma como se prepara/consome a bebida e os espaços em que isso ocorre operam como marcadores sociais. O café, nesse sentido, não apenas “fala” sobre os sujeitos, mas ensina a falar, disciplinando gostos, produzindo distinções e naturalizando desigualdades. Assim, compreender o café como linguagem é reconhecer sua capacidade de dizer coisas sobre o mundo social ao mesmo tempo em que ajuda a construí-lo simbolicamente.

Se no mundo das classes populares a alimentação está envolta em categorias simbólicas, no mundo das cafeterias especializadas também. A diferença, conforme propõe Bourdieu (2007; 2009), está no tipo de simbolismo mobilizado por cada fração de classe e na

forma como esses significados se organizam em torno das disposições de gosto. Enquanto o café tradicional carrega símbolos de afeto, acolhimento, familiaridade e pertencimento local, o universo do café especial mobiliza outro tipo de codificação simbólica, mais próxima da estética da distinção e da consagração cultural. O ato de escolher um café específico, extraído de uma maneira específica, com notas sensoriais reconhecidas por meio de uma linguagem técnica, não é apenas uma escolha de consumo, mas uma prática que expressa e reproduz um *habitus* afinado com as exigências simbólicas do gosto legítimo.

O conceito de *habitus*, conforme proposto por Bourdieu (2009), é fundamental para compreender como os indivíduos internalizam e reproduzem práticas sociais dentro de um determinado contexto cultural e social. Trata-se de um conjunto de disposições duráveis e estruturadas, adquiridas inconscientemente ao longo da socialização, que orientam o comportamento de maneira coerente com as condições sociais em que o agente está inserido. O *habitus* atua como um filtro perceptivo, que influencia a maneira como os sujeitos interpretam e se relacionam com o mundo, naturalizando escolhas e preferências que, na realidade, são profundamente moldadas pelas trajetórias sociais. Assim, o café especial, longe de ser apenas uma bebida, se converte em marcador de posição social, uma vez que sua apreciação demanda um saber tácito incorporado e legitimado por instituições e grupos sociais específicos.

Essa lógica está diretamente relacionada ao conceito de distinção, também formulado por Bourdieu (2007), que se refere ao processo pelo qual os grupos sociais buscam se diferenciar uns dos outros através de gostos, estilos de vida e formas de consumo. A distinção não é simplesmente uma questão de preferência pessoal: ela é uma forma de construir e reforçar fronteiras simbólicas entre classes e grupos sociais, operando com base em critérios culturalmente construídos e historicamente situados. No caso do café, o gosto por uma bebida forte, doce e passada no coador – amplamente consumida pelas classes populares – expressa um tipo de “gosto de necessidade”, vinculado à funcionalidade. Já o gosto por cafés especiais, com precisão técnica e acompanhados por uma narrativa de origem, representa o “gosto de liberdade” – mais afastado da necessidade material e mais próximo da apreciação simbólica e estética. Essa diferença, embora pareça apenas sensorial, é uma forma sofisticada de distinção social: ela comunica pertencimento e capital cultural.

Importa ressaltar que tanto o *habitus* quanto os mecanismos de distinção operam de forma naturalizada, o que os torna especialmente eficazes na reprodução das estruturas sociais. Os indivíduos com *habitus* semelhantes compartilham valores, preferências e comportamentos que reforçam os limites entre grupos, muitas vezes sem consciência explícita

disso. Ainda que esse conceito não seja completamente determinista – pois pode ser transformado por meio de reflexividade –, ele contribui fortemente para a manutenção das desigualdades simbólicas. No campo dos cafés especiais, isso se traduz em um consumo que parece espontâneo para quem já está habituado, mas que é, na verdade, resultado de um longo processo de incorporação de códigos, práticas e disposições. Assim, a experiência do café nas cafeterias de terceira onda não é apenas uma nova maneira de consumir a bebida, mas a materialização de um campo de disputas simbólicas, no qual o paladar se torna um vetor de classificação social.

Esse processo de reconfiguração dos saberes e práticas cotidianas se conecta, de forma direta, a disputas mais amplas em torno das classificações de valor no mundo dos cafés especiais – especialmente no que se refere aos critérios de qualidade e aos modos de legitimação simbólica dos produtos. Ao abordar essas questões, é possível ampliar a análise para além das técnicas da feitura do café, considerando também as lutas sociais e institucionais que definem o que é um “bom café”.

O conceito de qualidade, amplamente mobilizado no universo dos produtos *gourmet*, é historicamente construído e está fortemente atrelado a disputas simbólicas e institucionais. No campo dos vinhos, por exemplo, Laferté (2008) mostra como a revalorização dos vinhos da Borgonha, no período entre as guerras, não se baseou em propriedades naturais ou gustativas intrínsecas. Em vez disso, foi resultado de uma estratégia articulada por elites locais e nacionais que passaram a promover uma imagem social da Borgonha centrada na autenticidade territorial, garantindo sua reputação por meio das apelações de origem. Nesse processo, saberes acadêmicos, dispositivos publicitários e ações políticas se aliaram para produzir uma nova identidade regional, convertendo o vinho em símbolo patrimonial. Esse caso permite entender a qualidade como uma construção histórica, social e relacional, enraizada em lutas por legitimidade no interior de um campo cultural e econômico.

Analogamente, no campo dos cafés especiais, também se observam tensões em torno dos critérios de qualidade e das identidades atribuídas às variedades e modos de produção. Um exemplo emblemático é a valorização do rótulo “100% arábica”, que, embora não garanta um café de alta pontuação segundo os protocolos da SCA, ganhou centralidade simbólica no mercado. A preferência pela espécie arábica é muitas vezes justificada por sua maior complexidade genética e, supostamente, maior potencial de expressão sensorial. No entanto, essa valorização oculta controvérsias relevantes.

Em um *podcast*⁵⁶ que ouvi recentemente, um engenheiro agrônomo defendeu que cafés conilon/robusta não poderiam ser considerados especiais, refletindo uma visão ainda predominante no setor. Por outro lado, produtores e estudiosos têm questionado essa exclusão, reivindicando uma identidade própria para o conilon/robusta, com base em práticas de manejo cuidadosas, *terroirs* diferenciados e inovação tecnológica. Através de melhoramentos genéticos e novas técnicas de pós-colheita, surgiram cafés com atributos sensoriais apreciáveis – como corpo licoroso, baixa adstringência e notas doces –, o que vem ampliando sua aceitação em mercados exigentes e abrindo espaço para a categoria de cafés especiais robusta no Brasil (Ferrão et al., 2017).

Nesse mesmo sentido, há quem diga que as notas de café fermentado são um defeito de qualidade no gosto. Por outro lado, há quem veja nessas notas fermentadas uma expressão singular de inovação e autenticidade, entendendo-as não como falhas, mas como resultado de técnicas intencionais que revelam novas possibilidades gustativas. Esse grupo não só legitima a fermentação como qualidade, mas também constroi um nicho de mercado voltado a consumidores curiosos e dispostos a explorar sabores mais ousados, muitas vezes em sintonia com discursos de vanguarda, experimentação sensorial e diferenciação de marca. Assim, o que para uns é um erro, para outros é um ativo.

Esses e outros exemplos indicam que o gosto segue sendo um terreno de disputa, em que fronteiras entre o que é considerado legítimo ou inferior, especial ou comum, continuam sendo traçadas e contestadas. Assim, mesmo dentro do universo dos cafés especiais, as categorias de valor não são fixas nem consensuais: elas são constantemente negociadas, sustentadas por argumentos técnicos, científicos e simbólicos, que buscam estabilizar preferências e formar novos públicos de consumo.

4. O mercado do gosto: consumo, status e capitalismo

Vimos na seção anterior como o gosto cria diferenças e barreiras sociais. Nesta seção, trataremos dos desdobramentos econômicos e materiais dessa estratificação, examinando como o café, enquanto mercadoria, se insere nas dinâmicas mais amplas do capitalismo contemporâneo. Abordaremos temas que explicam como mercadorias como o café especial adquirem valor simbólico ao circular em mercados pautados por narrativas de autenticidade, origem e sofisticação. A gourmetização, embora seja um fenômeno profundamente cultural,

⁵⁶ Episódio completo disponível no link: <https://portalcoffea.com/episodes/ep-04-o-cafe-de-antes-e-o-cafe-de-agora-por-dr-aldir-teixeira-parte-1/>. Último acesso em: 20/05/2025.

está ancorada em estruturas materiais e econômicas – envolve relações de produção, estratégias de diferenciação no mercado e disputas em torno da criação e apropriação de valor. Nesse sentido, é pertinente refletir sobre como o capitalismo se reinventa por meio da incorporação de estilos de vida e experiências sensoriais ao circuito de consumo, transformando práticas cotidianas como tomar um café em oportunidades de acumulação de capital. Com isso, pretendemos mostrar como o universo dos cafés especiais é atravessado por lógicas de classe e exploração, que revelam sua inserção em um sistema econômico mais amplo.

Silva e Silva (2020) chamam atenção para os efeitos contraditórios da gourmetização: ao mesmo tempo que ela representa oportunidades de qualificação, geração de renda e empreendedorismo, também reforça desigualdades sociais e simbólicas ao segmentar o mercado e tornar o acesso aos cafés de qualidade um marcador de classe. Segundo matéria publicada na coluna *Café na Prensa*⁵⁷, a gourmetização do café permanece, majoritariamente, um fenômeno urbano e elitizado, concentrado nos grandes centros e em nichos consumidores altamente escolarizados e com poder aquisitivo elevado. Em uma expedição de mais de 2.500 km por cidades do sertão de Alagoas, Pernambuco, Bahia e Piauí, a coluna observou que o consumo de cafés especiais é praticamente inexistente. Nessas localidades, o café tradicional ainda predomina em padarias e cafeterias. O repertório sensorial e técnico, segundo o colunista, é "algo que sequer passa pela cabeça dos comerciantes e consumidores da região".

Ainda segundo a matéria, esse retrato revela que a gourmetização do café, embora acelerada em termos de crescimento percentual, ainda responde por menos de 10% do consumo nacional. A dificuldade de acesso ao café especial vai além do preço elevado: está enraizada em fatores estruturais, geográficos e simbólicos, revelando a distância entre a narrativa de um consumo consciente e sua efetiva implementação em um país de contrastes socioeconômicos profundos.

Dessa forma, ao se discutir gosto e consumo de café especial no Brasil, é preciso considerar quem tem acesso a esse mercado, quem o constitui e quem se beneficia dele. A ideia de consumo consciente e autêntico não pode ser desvinculada de um olhar crítico para as desigualdades de classe, raça e gênero que estruturam o campo dos cafés especiais no país. A gourmetização do café, portanto, envolve não apenas preferências de consumo, mas também desigualdades estruturais na distribuição de conhecimento, reconhecimento e capital ao longo

⁵⁷ Matéria completa disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/cafe-na-prensa/2024/02/rincoes-do-brasil-mostram-que-gourmetizacao-do-cafe-ainda-e-urbana-e-restrita.shtml#:~:text=A%20realidade%20nos%20rinc%C3%B5es%20do,mostrou%20o%20Caf%C3%A9%20na%20Prensa.Último acesso em: 30/05/2025.>

da cadeia produtiva. Nesse contexto, é fundamental recuperar o conceito marxista de luta de classes, entendido como o motor da história nas sociedades divididas entre detentores dos meios de produção e trabalhadores. Para Marx (2011), os conflitos sociais não são acidentes, mas expressões inevitáveis de antagonismos estruturais entre classes sociais com interesses opostos. No universo dos cafés especiais, a valorização simbólica e econômica do produto diferenciado e os saberes técnicos envolvidos em todo o processo esconde relações de exploração e desigualdade – seja entre pequenos produtores e grandes torrefadoras, entre baristas precarizados e donos de cafeterias prestigiadas, ou entre consumidores e trabalhadores.

Essa crítica se aprofunda quando analisamos como o capitalismo contemporâneo opera por meio da apropriação de estilos de vida e significados culturais. Harvey (1992) argumenta que o capitalismo, diante de suas crises internas de superacumulação, encontra novas formas de expansão ao transformar tudo em mercadoria – inclusive a cultura, a estética e o cotidiano. O café especial é exemplar nesse processo: não se trata apenas de uma bebida, mas de uma experiência estetizada, uma narrativa de origem, uma promessa de autenticidade. É o que Harvey chama de "acumulação flexível", um regime que responde às crises do capital por meio da diversificação de nichos de consumo e da incorporação de símbolos culturais ao circuito de valorização econômica.

Foi o que aconteceu com o açúcar, como nos mostra Mintz (1985) ao traçar a trajetória dessa mercadoria desde seu uso como raro condimento aristocrático até seu papel central nas dietas das classes trabalhadoras da Inglaterra industrial. O autor demonstra como o açúcar se tornou um bem essencial não apenas por razões nutricionais, mas sobretudo por seu valor simbólico e social, à medida que passou a significar conforto e civilidade. Sua difusão esteve atrelada à consolidação de um mercado capitalista global, que operava com base na exploração colonial, na escravidão e no trabalho servil nas plantações do Novo Mundo.

Assim, o açúcar não foi apenas um produto de consumo, mas um instrumento de organização do trabalho, do tempo e das práticas sociais modernas. Mintz (1985) revela como os significados culturais do açúcar foram moldados por dinâmicas econômicas e políticas globais, articulando produção e consumo em uma única lógica histórica. No caso do café *commodity*, vemos uma lógica semelhante: uma mercadoria transformada em signo cultural, que organiza práticas, subjetividades e distinções de classe, mas que se ancora em assimetrias históricas de poder e trabalho ao longo de sua cadeia de produção. Tal como o açúcar, o café sempre carregou consigo uma história de violência e exploração – ainda que essa história

esteja, muitas vezes, encoberta por uma visão romantizada, símbolo de sociabilidade entre intelectuais da Europa moderna.

A grande diferença e virada do mercado de cafés foi a da criação do conceito e das práticas dos cafés especiais no mercado. Como nos mostra Roseberry (1996), o consumo de cafés especiais nos Estados Unidos deve ser compreendido no contexto de uma reorganização das estratégias de mercado voltadas para a segmentação por classe e geração. A emergência dos chamados *yuppie coffees*⁵⁸ reflete a tentativa da indústria cafeeira de responder à queda no consumo a partir da identificação de nichos específicos – como o “casal Gray”, símbolo de consumidores urbanos, profissionais, de renda mais alta, interessados em qualidade, variedade e imagem. Nessa lógica, o café passa a ser promovido não apenas por seu sabor ou qualidade intrínseca, mas por sua capacidade de comunicar estilo de vida, refinamento e pertencimento a um grupo social específico. A proliferação dos cafés especiais, vendidos em lojas *gourmet* ou mesmo em supermercados, reconfigura o ato de consumir café como uma prática de distinção simbólica, permitindo que o consumidor se veja como um conhecedor, ainda que muitas vezes esteja apenas escolhendo entre variedades estilizadas e controladas pela própria indústria. Como sugere Roseberry (1996), trata-se de um exemplo paradigmático de como a segmentação de mercado transforma práticas de consumo em marcadores de identidade social, ao mesmo tempo em que obscurece as relações concretas de produção nas quais tais bens estão enredados.

Nesse ponto, é essencial falar sobre o que Marx (2008) compreende como a relação dialética e recíproca entre produção e consumo. Para ele, produção e consumo não são momentos isolados, mas aspectos interdependentes de um mesmo processo. A produção cria os objetos que serão consumidos, ao passo que o consumo realiza e completa o ato da produção, conferindo-lhe sentido. Marx observa que produção e consumo aparecem, portanto, como momentos de um processo, no qual a produção é, simultaneamente, consumo; e o consumo, simultaneamente, produção. O consumo não apenas é o fim da cadeia, ele também se constitui como momento de produção: de necessidades, de objetos e da própria subjetividade. Ao mesmo tempo, a produção antecede e determina o consumo, pois gera não só o objeto, mas também a forma do consumo, as necessidades e os modos pelos quais se

⁵⁸ O termo *yuppie coffee* foi utilizado por Roseberry (1996) para se referir aos cafés comercializados nos Estados Unidos a partir dos anos 1980, voltados a um público específico: os chamados *yuppies*, acrônimo para *young urban professionals* (jovens profissionais urbanos). Trata-se de uma categoria sociocultural que emergiu nos centros urbanos estadunidenses no contexto do neoliberalismo, composta por indivíduos de classe média alta, geralmente com formação universitária, carreira consolidada em setores como finanças, tecnologia ou publicidade, e forte orientação ao consumo de bens simbólicos. Os *yuppie coffees* eram promovidos não apenas pelo sabor ou qualidade, mas pela sua capacidade de expressar estilo de vida, sofisticação e autenticidade, marcando assim uma diferenciação social no espaço do consumo.

consome. Assim, produção e consumo são momentos de uma totalidade, mediando-se mutuamente em um ciclo contínuo e dinâmico.

Essa inseparabilidade entre consumo e produção também aparece de forma clara na pesquisa de Lages (2015), quando o autor parte da intuição inicial de que a cultura *gourmet* observada nas cafeterias estaria mais ligada ao consumo do que à produção. No entanto, como ele mesmo reconhece, "essas coisas não se separam, em última instância" (p. 8). A partir de sua análise marxista, o autor retoma a ideia de que as categorias simbólicas e técnicas da produção são momentos imanentes ao consumo, e o consumo informa internamente os processos de produção. A experiência etnográfica, ao adentrar o universo das cafeterias de cafés especiais, mostra que o consumo *gourmet* envolve práticas de formação do gosto, disseminação da expertise e apropriação de linguagens especializadas, especialmente mediadas pela figura do barista. Lages (2015) observa que, mesmo em um contexto marcado pela distinção sensorial, há uma "educação racional da conduta" que opera pela linguagem e pelas práticas corporais, indicando que o consumo é também uma forma de produção – de subjetividades, de critérios de valor e de sensibilidade. O que emerge é um circuito em que os "atores do consumo" participam da produção social de sentido e da legitimação do valor simbólico da mercadoria, confirmando, na prática, a tese marxista de que produção e consumo são momentos internos e constitutivos de uma mesma totalidade social.

Na esfera produtiva, o autor nos mostra como os cafés especiais se afastam da lógica do *commodity* – pautada pela padronização e alta escala – ao privilegiar a "singularização das qualidades". Essa diferenciação ocorre, sobretudo, por meio das Indicações Geográficas, dos selos de certificação e de premiações internacionais. A qualidade sensorial passa a ser monitorada tecnicamente, como nos programas que avaliam atributos como acidez, corpo e sabor. Essa lógica também redefine a relação entre produtores e torrefadores, exigindo vínculos mais duradouros e confiáveis ao longo da cadeia.

É nesse ponto que a literatura sobre Indicações Geográficas (IGs) no mercado de café ajuda a aprofundar a discussão sobre a articulação entre consumo e produção e os limites da "descomoditização" no setor. Galtier, Belletti e Marescotti (2008) argumentam que a natureza commoditizada do café verde – padronizado por critérios como variedade, tipo de beneficiamento e origem nacional – é uma das principais causas do chamado "paradoxo do café", em que os preços pagos aos produtores caem enquanto os preços ao consumidor final aumentam. As certificações como *Fair Trade* ou Orgânico são frequentemente apontadas como alternativas, mas os autores alertam que tais selos reproduzem a lógica da padronização

ao aplicar os mesmos critérios globalmente, sendo desenhados por atores da ponta consumidora da cadeia, e não pelos produtores.

As IGs, por sua vez, seriam uma tentativa distinta de reverter essa lógica, por meio da valorização da origem geográfica e da construção de códigos de prática elaborados pelos próprios atores locais. No entanto, a análise empírica da IG “Café Pico Duarte”, na República Dominicana, mostra como essa promessa pode ser frustrada por fatores estruturais, como a influência desproporcional de grandes produtores e de agentes externos (governos, ONGs, agências de desenvolvimento), além da ausência de mecanismos robustos de governança coletiva. Embora o projeto da IG tenha sido pensado como forma de qualificar e valorizar os cafés da região de Jarabacoa, o processo resultou em normas altamente restritivas e pouco adaptadas às realidades locais. Produtores das áreas mais baixas e de regiões vizinhas, ainda que com potencial de qualidade similar, foram excluídos, e o código de práticas final se baseou mais em padrões técnicos genéricos do que em saberes e tradições locais.

A estratégia resultante, segundo os autores, foi pouco eficaz para gerar valor agregado e distributivamente injusta, pois reforçou desigualdades já existentes ao beneficiar apenas os grandes produtores com maior capacidade de adequação às normas. Nesse contexto, as IGs, quando desvinculadas de uma política territorial mais ampla de inclusão e empoderamento, tendem a operar como instrumentos de distinção e exclusão, em vez de ferramentas de democratização do valor. Assim, a promessa de descomoditização precisa ser relativizada: sem participação efetiva dos produtores mais vulneráveis e sem vínculos reais entre o produto e a cultura local, a IG corre o risco de ser apenas mais um dispositivo técnico de diferenciação de mercado, apropriado por atores já dominantes na cadeia.

Esse debate sobre os limites da descomoditização se amplia ainda mais quando se observa a persistência e o poder estrutural das grandes corporações no setor cafeeiro brasileiro. Como aponta Reichman (2018), embora os estudos antropológicos recentes tenham se voltado com mais ênfase para os nichos alternativos – como o comércio justo, os cafés especiais e os mercados de valorização artesanal –, há um risco em concentrar exclusivamente o olhar nesses circuitos minoritários, desconsiderando o papel central do que ele denomina *Big Coffee*. Trata-se de grandes empresas agroindustriais que, amparadas por décadas de apoio estatal e processos de concentração fundiária, controlam extensas áreas produtivas, a logística de exportação e os padrões de qualidade e comercialização em escala global.

A partir da década de 1990, com a desregulamentação do setor e o enfraquecimento das políticas públicas voltadas ao café, houve uma intensificação da padronização produtiva e da financeirização do mercado, consolidando um regime de valor centrado na lógica da *commodity*. Isso colocou os pequenos produtores em posição marginal, dificultando seu acesso aos mercados mais valorizados, inclusive aos de cafés especiais. A análise de Reichman (2018) é especialmente relevante para esta pesquisa porque relativiza o alcance das iniciativas de diferenciação simbólica – como as IGs ou o consumo consciente – diante de estruturas políticas e econômicas que moldam, de forma persistente, o campo de possibilidades da produção e do consumo.

Nesse sentido, mesmo os cafés especiais, frequentemente associados à singularidade e à resistência à lógica do *commodity*, não estão totalmente alheios aos efeitos do *Big Coffee*. A consolidação de padrões sensoriais, os circuitos de premiação e certificação e a crescente profissionalização da cadeia também operam sob lógicas de distinção que podem reproduzir exclusões, hierarquias e centralização do poder. Portanto, é necessário complexificar a análise dos cafés especiais, articulando a dimensão simbólica e performativa do consumo com as estruturas materiais e corporativas que seguem operando no setor, tal como propõe a crítica antropológica desenvolvida por Reichman (2018).

Portanto, é necessário complexificar a análise dos cafés especiais, articulando a dimensão simbólica e performativa do consumo com as estruturas materiais e corporativas que seguem operando no setor, tal como propõe a crítica antropológica desenvolvida por Reichman (2018). Essa perspectiva é reforçada por West (2010), que ao analisar a produção de cafés especiais na Papua-Nova Guiné, demonstra como o valor atribuído a esses produtos é construído por meio de narrativas cuidadosamente mediadas por atores do mercado global. Tais narrativas mobilizam representações sobre autenticidade, tradição e vínculo com a terra, frequentemente desvinculadas das condições materiais vividas pelos agricultores locais, que enfrentam precariedade estrutural, isolamento logístico e ausência de políticas públicas eficazes.

A autora introduz o conceito de *pitch geracional* para descrever como discursos que exaltam linhagens familiares dedicadas à produção de café são utilizados para conferir legitimidade e autenticidade simbólica ao produto, atendendo às expectativas morais e sensoriais dos consumidores do Norte global. Esses discursos, embora eficazes comercialmente, muitas vezes fabricam uma imagem do produtor ideal que não corresponde às dinâmicas reais do território, mas sim às exigências do mercado por exotismo, compromisso e ancestralidade. A análise de West (2010) permite evidenciar que, mesmo em

nichos voltados à valorização simbólica do produto, como o dos cafês especiais, há dispositivos narrativos e estéticos que operam de forma a reforçar desigualdades históricas e assimetrias entre produtores e consumidores.

Desse modo, tanto Reichman (2018) quanto West (2010) contribuem para uma leitura crítica das formas contemporâneas de valorização do café especial, mostrando que, longe de se restringirem à esfera do gosto ou da distinção sensorial, essas práticas estão profundamente imbricadas em estruturas políticas, econômicas e simbólicas que produzem e reproduzem relações de poder no mercado global. Essa crítica encontra ressonância na noção marxista de fetichismo da mercadoria, que ajuda a compreender como os cafês especiais, ao circularem como objetos dotados de valor sensorial, estético e moral, ocultam as relações sociais e de trabalho que os tornam possíveis. O fetiche opera ao converter o trabalho humano – historicamente situado, desigual e muitas vezes exploratório – em qualidades aparentes da própria mercadoria. Assim, o que se apresenta como um ato de consumo refinado e consciente, muitas vezes repleto de narrativas de origem e autenticidade, mascara as condições materiais e os processos sociais da produção, reforçando a ilusão de que o valor está na coisa em si, e não na rede de relações sociais que a produz. Nesse sentido, o café especial se torna um exemplo emblemático de como o capitalismo contemporâneo sofisticou os mecanismos de fetichização, revestindo a mercadoria de sentidos éticos e afetivos que afastam ainda mais o olhar das estruturas que sustentam sua existência.

Essa operação simbólica é descrita com profundidade por West (2012) ao analisar o mercado de cafês especiais produzidos na Papua-Nova Guiné. A autora demonstra como o valor atribuído ao café é construído por meio da figura do "primitivo imaginado" – um produtor idealizado, vinculado a narrativas de pureza, ancestralidade e conexão autêntica com a terra. Essas imagens, criadas por importadores, certificadoras e agentes do mercado, deslocam os significados da produção para atender às expectativas morais e estéticas dos consumidores do Norte global, muitas vezes à custa da agência real dos agricultores. A experiência sensorial é, assim, ancorada em performances de autenticidade que ocultam histórias de colonialismo, dependência e precarização. Como argumenta West (2012), o mercado de cafês especiais se sustenta sobre um regime simbólico que transforma desigualdades estruturais em capital simbólico, alimentando um consumo moralizado que, paradoxalmente, reforça as hierarquias globais que afirma querer superar. Ao articular essa crítica à noção marxista de fetichismo, torna-se possível compreender o café especial como uma mercadoria densamente cultural, cujos regimes de valor dependem da produção

constante de narrativas estéticas e morais que afastam o olhar das relações de exploração que o sustentam.

As discussões anteriores evidenciam que o café especial é muito mais do que uma mercadoria diferenciada por atributos sensoriais ou estratégias de marketing: trata-se de um objeto densamente cultural, atravessado por narrativas, disputas simbólicas e estruturas globais de poder. No entanto, para compreender plenamente como se produz a distinção nesse universo, é necessário ir além da crítica política da economia simbólica e explorar as materialidades e agências que constituem o próprio café como um operador ativo dessas redes de valor. Ao invés de tratá-lo como um elemento passivo ou apenas representado por discursos humanos, propõe-se agora considerar o café como um ator em sentido pleno – um mediador de práticas, afetos e classificações, cujas propriedades emergem de uma rede de relações que envolve humanos e não-humanos, tecnologias, microrganismos, ambientes e dispositivos de valoração. A seção seguinte, portanto, desloca o foco analítico para uma abordagem simétrica e relacional, inspirada na Teoria Ator-Rede e em perspectivas multiespécies, a fim de investigar o café como elemento constitutivo de coletivos híbridos e como agente da própria produção social da distinção.

5. O café como ator: o café como operador sociotécnico de distinção

Pensar o café como um ator significa deslocar o foco da análise tradicional que o encara meramente como mercadoria ou elemento passivo do consumo cotidiano. À luz da Teoria Ator-Rede, proposta Latour (1994), é possível reconhecer o café como um elemento capaz de mediar relações, instituir práticas e configurar distinções sociais a partir de suas múltiplas articulações com humanos e não-humanos. Essa abordagem rompe com a dicotomia moderna entre natureza e cultura, ao assumir que entidades como o café participam da produção de coletivos híbridos nos quais ciência, técnica, gosto, mercado e identidade se entrelaçam.

Para Latour (1994), o mundo moderno construiu uma separação artificial entre pólos que deveriam ser analisados em simetria: o natural e o social, o humano e o não-humano. Ao invés de tratar o café como um simples dado natural ou objeto, a perspectiva simétrica o insere em uma trama onde ele atua como mediador entre diferentes práticas – agrícolas, comerciais, sensoriais, culturais – operando como ator na constituição da própria rede de valor que o envolve. O café especial, por exemplo, não é apenas o resultado de um grão cultivado sob determinadas condições. Ele é produto de múltiplas traduções: a torra que “revela” notas

sensoriais, o vocabulário técnico que educa o paladar, os modos de preparo que performam saber e pertencimento.

Essa agência não deve ser confundida com intencionalidade humana; o café não “age” por si só como um sujeito. No entanto, como propõe Latour (2012), os objetos autorizam, permitem, encorajam, sugerem, influenciam, bloqueiam e dificultam. O café age, nesse sentido, ao selecionar práticas, definir gostos legítimos, mobilizar discursos técnicos e afetivos. Ele opera como um produto diferenciado ao ser inscrito em classificações como “especial”, “*gourmet*”, “orgânico”, entre outras, que carregam valores simbólicos e culturais. Essas classificações, porém, não existem fora da rede: são constantemente renegociadas por baristas, consumidores, certificações e práticas discursivas e sensoriais.

A potência do café como ator torna-se ainda mais evidente quando colocada em diálogo com a noção de fato social total, elaborada por Mauss (2003). Assim como a dádiva, que para Mauss mobiliza simultaneamente dimensões jurídicas, econômicas, religiosas, políticas, entre outras, o café – particularmente no contexto da cafeicultura especializada contemporânea – também condensa múltiplos domínios da vida social em um único objeto. No interior das redes que o constituem, o café não apenas circula como mercadoria, mas é investido de significados sensoriais, técnicos, científicos, éticos, ecológicos e estéticos. Como operador sociotécnico, ele traduz e rearticula regimes de valor heterogêneos: é, ao mesmo tempo, objeto de prazer gustativo, marcador de capital cultural, mediador de práticas corporais e vetor de conexões comerciais transnacionais. Nesse sentido, sua distinção não pode ser compreendida sem levar em conta os saberes incorporados e as economias morais que o sustentam, nem tampouco sem reconhecer sua agência relacional dentro das redes híbridas e simétricas propostas por Latour (1994; 2012). O café especial, portanto, assim como a dádiva maussiana, atravessa e conecta domínios diversos da vida social, funcionando como um objeto total e situado.

Expandindo essa perspectiva, é possível incorporar o enfoque das relações multiespécies para pensar o café como parte de um ecossistema relacional. Em diálogo com Ingold (2000), que propõe uma visão não-dualista da vida humana como entrelaçada no tecido do ambiente, pode-se considerar que o café não é apenas produto de cultivo humano, mas expressão de relações complexas com outras formas de vida e com os fluxos materiais e climáticos do mundo. A planta do café coevolui com insetos, fungos, aves, micro-organismos do solo, ventos e ciclos de chuva. Esses elementos não são meros contextos “naturais”, mas participantes ativos do que se torna, sensorialmente, um café “de qualidade”.

Cada *terroir* – ainda que muitas vezes apropriado comercialmente como marca – é na verdade uma tradução simbólica de um arranjo ecológico de convivência entre espécies, climas, altitudes e temporalidades. Como aponta Ingold (2000), viver é seguir trilhas através de um mundo de linhas, e o café se inscreve exatamente nesses percursos: desde a raiz absorvendo nutrientes no solo até o gesto do consumidor que gira a xícara para liberar os aromas voláteis. Nesse trajeto, não apenas formas de vida, mas também ferramentas e artefatos técnicos participam da constituição do sensível. Contra uma concepção instrumentalista das máquinas como meros prolongamentos de intenções humanas, Ingold (2000) argumenta que máquinas devem ser compreendidas como parte do fluxo da vida, como artefatos que também habitam e transformam o mundo junto aos humanos. Assim, as máquinas agrícolas, os moedores, as máquinas de espresso, os tambores de torra e mesmo os sensores digitais usados na análise sensorial não são simples intermediários, mas coautores dos modos como o café se torna distinto. Pensar o café como ator exige, portanto, reconhecer que sua distinção não emerge apenas de mediações humanas, mas também de relações ecológicas e técnicas que o constituem como entidade vivida, percebida e performada em um campo de forças multiespécie e sociotécnico.

Essa coautoria sensorial ganha relevância ainda maior quando se considera que muitas regiões produtoras de café especial se situam em contextos historicamente marcados por exaustão ambiental, declínio econômico ou desestruturação agrária – paisagens que Tsing (2015) chama de ruínas do capitalismo. Nessas zonas, o café não é apenas uma *commodity* regenerada, mas também um vetor de rearticulação ecológica e social. Os grãos de maior valor frequentemente emergem de situações em que humanos e não-humanos aprendem a viver e prosperar em meio aos restos: solos degradados reconfigurados por práticas agroecológicas, fragmentos de floresta que abrigam polinizadores e fungos específicos, ou equipamentos reaproveitados. O *terroir*, visto por esse prisma, não é apenas uma origem controlada, mas uma ecologia de possibilidades que emerge das fricções entre ordens em colisão – capital, técnica, ambiente e vida (TSING, 2015, p. 20). A distinção gustativa torna-se, assim, um índice das capacidades coletivas de habitar e produzir sentido nas ruínas.

Nesse ponto, as contribuições de Dupin (2023) permitem ampliar a análise do café ao evidenciar que sua distinção sensorial não é uma propriedade intrínseca, mas o efeito de uma rede de práticas sociotécnicas e interespécies que o constituem como objeto de excelência. Tal como ocorre com os queijos artesanais mineiros por ele analisados, o gosto do café é produzido em meio a interações que envolvem microrganismos, fermentações, utensílios, protocolos técnicos, gestos especializados e avaliações sensoriais. Essa produção do gosto,

longe de ser puramente humana, depende da agência de uma multiplicidade de seres e artefatos – leveduras, madeiras, ambientes de maturação, métodos de torra – que participam ativamente da configuração do perfil sensorial atribuído ao produto.

A experiência gustativa do café, nesse sentido, emerge como resultado de um processo coletivo que integra humanos e não-humanos, práticas e dispositivos, saberes locais e formas de controle institucional. O gosto, longe de ser um dado natural, é performado em meio a práticas situadas e politicamente carregadas, nas quais se disputam modos legítimos de produzir, avaliar e reconhecer qualidade. Como mostra Dupin (2023), o que está em jogo nesses mercados de excelência não é apenas o produto final, mas todo um modo de vida que envolve cuidado, experimentação e convivência multiespécie. Aplicado ao universo do café, isso nos convida a compreender o gosto não apenas como atributo sensorial, mas como expressão de uma rede sociotécnica e ecológica que estabiliza (e desestabiliza) valores, distinções e formas de reconhecimento.

Essa concepção de café como parte de um ecossistema relacional também permite reler casos emblemáticos como o do *Jacu Bird Coffee*, anteriormente mencionado, à luz de uma agência multiespécie distribuída. O grão ali não adquire valor apenas por critérios técnicos ou mercadológicos, mas por sua trajetória material e simbólica, que envolve diretamente o comportamento seletivo da ave, os micro-organismos digestivos que alteram suas propriedades sensoriais, as práticas humanas de coleta e processamento, e os discursos de autenticidade ecológica que o sustentam. Retomado por essa chave, o *Jacu Bird Coffee* exemplifica como a distinção gustativa e simbólica do café pode emergir de arranjos sociotécnicos e biológicos nos quais a fronteira entre natureza e cultura se dissolve, e onde o gosto se torna efeito de um coletivo heterogêneo de agentes humanos e não-humanos. Trata-se de uma situação-limite que evidencia, com radicalidade, o café como operador sociotécnico e ecológico de distinção.

Portanto, se para Latour (1994) as redes híbridas desafiam a separação moderna entre natureza e cultura, para Ingold (2000) essas redes podem ser aprofundadas como texturas de vida em movimento, e para Dupin (2023), essas redes devem ser pensadas também como regimes de valoração e de disputa de sentidos. Com isso, a distinção atribuída ao café especial não pode ser reduzida a uma operação exclusivamente simbólica ou mercadológica, mas deve ser compreendida como expressão de relações ambientais, materiais, sensoriais e morais que atravessam espécies, técnicas, práticas e narrativas.

Portanto, a análise do café agente sociotécnico e ecológico revela mais do que o papel de um alimento ou uma bebida de gosto refinado: revela um ator complexo que transforma e é

transformado pelas redes que o envolvem. Incorporar essa perspectiva permite ultrapassar as explicações que se limitam à lógica do consumo ou da produção, para enxergar o café como uma entidade híbrida, multiespécie e situada, que redefine os próprios termos da distinção social, sensorial e ecológica, de forma simultaneamente material e simbólica.

CAPÍTULO III - O FENÔMENO DA GOURMETIZAÇÃO DO CAFÉ ANALISADO A PARTIR DA OBSERVAÇÃO DO MERCADO DE CAFÉS ESPECIAIS EM BRASÍLIA

Este capítulo tem como objetivo aprofundar a análise empírica da gourmetização do café no Brasil a partir de uma abordagem etnográfica centrada no mercado de cafés especiais em Brasília. Com base em observações de campo, entrevistas e observação participante realizadas entre 2023 e 2024, procura-se compreender como se articulam, na capital federal, diferentes atores, práticas e discursos em torno da valorização simbólica, estética e econômica do café.

A estrutura do capítulo organiza-se em torno de diferentes pontos da cadeia produtiva e comercial do café especial, permitindo uma visão densa e contextualizada do fenômeno. Na primeira seção, parte-se da visita a uma fazenda produtora de cafés especiais no Distrito Federal, explorando os modos de produção, as estratégias de diferenciação sensorial e a incorporação do turismo de experiência como mecanismo de valorização simbólica do produto e do território.

Em seguida, na segunda seção, são apresentadas narrativas de empreendedores locais, responsáveis por cafeterias, que atuam como verdadeiros "arquitetos da experiência", traduzindo o café especial em propostas de negócio que combinam técnica, afeto, estilo e distinção.

A terceira seção aborda o papel das feiras de café como espaços privilegiados de circulação de saberes, bens e pessoas, evidenciando tanto os mecanismos de valorização simbólica quanto as disputas e hierarquias que atravessam esse mercado.

Na sequência, na quarta seção, discute-se o espaço das cafeterias como palcos de sociabilidade e prestígio, onde o ato de consumir café se transforma em performance estética e marcador de estilo de vida.

A quinta seção se dedica à figura do barista, destacando seus múltiplos perfis profissionais e sua posição estratégica como mediador entre produção e consumo, saber técnico e experiência sensorial.

1. No início da cadeia: visitando uma fazenda de café no Distrito Federal

A visita à Fazenda Novo Horizonte, localizada na zona rural de Sobradinho, a aproximadamente 35 km de Brasília, ocorreu no contexto da oferta de uma "experiência imersiva" no universo do café – termo utilizado pela própria equipe para descrever a proposta, no ano de 2023. Essa experiência, com duração de cerca de quatro horas, incluiu uma visita

guiada à plantação, uma apresentação do processo de torra e uma degustação orientada dos cafés produzidos e de uma mesa farta em comida. Ainda que a imersão não tenha me permitido uma observação aprofundada de todas as etapas do processo produtivo, ela me proporcionou uma introdução prática às especificidades do cultivo e beneficiamento de cafés especiais.

De acordo com o que os proprietários relataram, a história da Fazenda Novo Horizonte no cultivo de café teve início de maneira acidental no início dos anos 2000, quando o da família recebeu, por engano, um caminhão com cerca de 3.000 mudas de café. A princípio plantadas em apenas dois hectares, as mudas prosperaram e motivaram o cultivo em escala maior. A plantação chegou a ultrapassar 80.000 pés, marcando a transição de uma produção doméstica e experimental para um empreendimento estruturado, com foco na qualidade dos grãos e no mercado de cafés especiais. Essa trajetória, iniciada de forma quase fortuita, transformou a propriedade em uma referência regional, com grãos que hoje abastecem tanto o mercado local quanto o internacional.

A localização da fazenda, em uma área de altitude variando entre 800 e 1.200 metros, favorece o cultivo do café arábica. Um diferencial adicional está nas condições climáticas do Distrito Federal, especialmente durante os meses de seca, entre maio e setembro, quando a umidade do ar é extremamente baixa. Esse fator permite que os grãos que passam do ponto de maturação – os chamados "cafés boia" – não fermentem de forma agressiva. Como resultado, esses grãos apresentam características sensoriais desejáveis, como doçura acentuada e ausência de notas adstringentes ou picantes, transformando uma condição ambiental típica da região em vantagem qualitativa.

Ao longo dos anos, a qualidade do café produzido na Fazenda Novo Horizonte foi reconhecida por importantes premiações nacionais e internacionais. Entre 2013 e 2022, a produção da fazenda figurou como finalista e vencedora em concursos de prestígio, como o *Prêmio Ernesto Illy de Qualidade Sustentável do Café para Espresso*, o *Coffee of the Year* e o *Cup of Excellence*. Esses reconhecimentos não apenas consolidaram a reputação da marca, mas também ampliaram sua visibilidade no mercado externo, favorecendo exportações e estabelecendo novos canais de comercialização para os cafés especiais da região.

Na época que visitei a fazenda, os produtores ofereciam três tipos principais de café, cada um com características sensoriais distintas: o Café Clássico, de corpo médio, acidez equilibrada e notas de chocolate amargo, ideal para quem aprecia um café intenso e tradicional; o Café Suave, de perfil mais delicado, destaca notas florais e frutadas com leve

acidez cítrica, perfeito para métodos filtrados; e o Café Intenso, que possui torra mais escura e perfil sensorial voltado ao dulçor caramelizado, com baixa acidez e notas de castanhas.

Além dessas linhas principais, a fazenda também se destaca pela produção de microlotes – pequenos lotes de cafés especiais com rastreabilidade total e perfil sensorial único. Esses cafés são colhidos manualmente, passam por processos de secagem diferenciados (como o uso de terreiros suspensos) e são cuidadosamente armazenados para preservar suas melhores qualidades. A rastreabilidade pode ser feita pelo QR Code ilustrado nas embalagens e permite ao consumidor conhecer toda a história por trás da xícara, desde a variedade da planta até o método de pós-colheita, sendo uma estratégia comercial que atrai consumidores que valorizam as origens do café que consomem. Esses microlotes são pensados para valorizar as particularidades de cada safra, oferecendo uma experiência sensorial exclusiva – resultado direto do *terroir* local, das práticas sustentáveis e do trabalho artesanal da família.

Paralelamente à produção de café, a fazenda tem investido em uma vertente de turismo de experiência articulada ao universo sensorial e cultural do café *gourmet*. As atividades incluem minicursos sobre cafés especiais, demonstrações de torra ao vivo e visitas guiadas às áreas de cultivo, compondo uma oferta turística que insere o visitante na lógica de produção e consumo qualificado. Essa iniciativa ilustra o que Ramiro (2017) denomina de "reinvenção do rural" por meio do turismo, em que o campo deixa de ser apenas espaço produtivo e passa a ser também locus de experiência, aprendizado e fruição simbólica.

Tal modelo se aproxima das formas alternativas de turismo analisadas por Stronza (2001), que propõe uma abordagem integrada entre motivações dos visitantes e impactos nas comunidades locais. No caso da Fazenda Novo Horizonte, observa-se uma clara commodificação da paisagem agrícola e dos saberes associados ao café, transformando práticas cotidianas em elementos de valor simbólico e comercial. O turismo aqui não é apenas um recurso auxiliar: ele constitui parte ativa da estratégia de valorização do produto e de diferenciação mercadológica.

Seguindo o raciocínio de Stronza (2001), é crucial considerar não apenas os ganhos econômicos diretos – como a diversificação da renda e a ampliação do mercado consumidor –, mas também as consequências socioculturais e ambientais do turismo. A fazenda, por exemplo, mantém 70% de sua área com vegetação nativa preservada, o que evidencia um compromisso com práticas sustentáveis que dialogam com os anseios dos consumidores mais exigentes. No entanto, é igualmente importante atentar para as dinâmicas de poder envolvidas: garantir que os produtores e trabalhadores locais tenham voz nas decisões e

acesso justo aos benefícios é condição necessária para que o turismo rural se traduza, de fato, em valorização territorial.

Nesse sentido, a visita à fazenda adquire um caráter formativo e reflexivo. Ao permitir ao visitante presenciar, mesmo que parcialmente, os modos de produção artesanal do café e compreender a lógica de diferenciação sensorial dos grãos, essa experiência atua não apenas como entretenimento, mas também como prática pedagógica. Ela reforça o capital simbólico do consumidor, ao conectá-lo diretamente à origem do produto, e insere a fazenda num circuito ampliado de circulação de saberes, sabores e significados. Assim, o turismo do café *gourmet* torna-se não só uma ferramenta de mercado, mas também um meio de reconhecimento e afirmação de territórios, pessoas e histórias que compõem a complexa cadeia do café especial.



Figura 21: As flores brancas do cafeeiro anunciam o início de um novo ciclo. Elas exalam um perfume suave que lembra jasmim e mel. Esse espetáculo natural acontece apenas por poucos dias, marcando o florescimento que precede a formação dos frutos.



Figura 22: Durante a visita à fazenda, os cafeeiros com cerca de dois metros de altura exibiam uma paisagem vibrante e diversa: no mesmo arbusto, era possível observar frutos verdes, amarelos e vermelhos, indicando diferentes estágios de maturação. Esse fenômeno, comum nas lavouras de café arábica, exige atenção redobrada na colheita, muitas vezes feita manualmente para garantir a seleção apenas dos grãos maduros. A plantação, com fileiras bem espaçadas e solo fértil, reflete o cuidado com o manejo e o compromisso com a qualidade do café especial. Fonte: acervo pessoal.



Figura 23: Entre os ramos dos cafeeiros, os frutos verdes já formados dividem espaço com outros ainda bem pequenos, recém-brotados, sinalizando que a floração ocorreu em momentos diferentes. Esse descompasso no amadurecimento é característico do cultivo em regiões com variações climáticas sutis e marca o ritmo da colheita seletiva. Fonte: acervo pessoal.



Figura 24: Este é o café boia da própria fazenda, registrado já seco ainda preso ao galho, com a casca enrugada e coloração escura. Ele amadureceu na planta e não foi colhido a tempo, secando naturalmente sob o sol intenso do cerrado. Por conta da baixa umidade, não chega a fermentar como os grãos que caem no chão úmido. Quando levado à lavagem, flutua na água – daí o nome “boia”. Embora seja separado dos lotes principais, aqui ele é cuidadosamente identificado, compondo uma fração menor da produção, que reflete os ciclos naturais da lavoura.



Figura 25: Entre a plantação, encontrei um grão de café caído no chão. Com as mãos, foi possível remover sua casca ressecada e expor o interior: o grão cru, ainda esverdeado e rígido, revelava sua estrutura firme e adormecida. Fonte: acervo pessoal.



Figura 26: Depois da torra, os grãos de café ainda quentes giram no resfriador da máquina, liberando os gases acumulados durante o processo. O aroma que invade o ambiente lembra pipoca doce recém-feita – uma mistura envolvente de caramelo, açúcar queimado e grão tostado. Aqui, na própria fazenda, o controle da torra garante frescor e personalidade ao café, valorizando cada etapa da produção artesanal. Fonte: acervo pessoal.



Figura 27: A plantação de café avança em linhas simétricas sob o céu amplo do cerrado, tendo ao fundo as imponentes chapadas – formações típicas da região, com topos planos e vertentes suaves. Essas elevações características moldam não apenas a paisagem, mas também o microclima local, influenciando a maturação dos frutos e a qualidade do café. A cena, com seus contrastes entre o cultivo ordenado e a natureza exuberante, revela a força do cerrado como território de produção e beleza. Fonte: acervo pessoal.



Figura 28: Pôr-do-sol na fazenda de café que visitei. Além da vegetação típica do cerrado, podemos observar ao fundo o topo dos morros, o que indica altitude, característica valorizada para plantação de café. Fonte: acervo pessoal.

2. Arquitetos da experiência: conversando com proprietários de cafeterias em Brasília

O universo das cafeterias especializadas em Brasília é composto também por figuras que operam nos bastidores e ao mesmo tempo no centro da cena: os proprietários das cafeterias. Em muitos casos, esses atores atuam como verdadeiros “arquitetos da experiência”,

responsáveis por desenhar não só os ambientes e cardápios, mas também as narrativas sensoriais e afetivas e também as propostas do negócio, que vão de certa forma moldar o consumo do café. Suas decisões e trajetórias revelam as tensões entre o mercado, a paixão e a técnica, que atravessam a gourmetização da bebida.

Entre os casos analisados, destaca-se a conversa que tive com os empresários Lucas e Rafael, sócios de uma tradicional rede de padarias brasileira que, nos últimos anos, decidiram investir em uma nova linha de cafés *gourmet*. Os grãos são torrados e moídos na própria padaria, como parte de uma estratégia para reposicionar o estabelecimento no universo dos cafés especiais e também para reduzir os custos operacionais associados à compra de cafés torrados por terceiros. A estratégia dos empresários inclui, inclusive, a oferta futura de um café próprio, cultivado em uma pequena propriedade recentemente adquirida por eles no Cerrado Mineiro, uma das regiões mais reconhecidas do país na produção de cafés de alta qualidade. Embora o projeto ainda estivesse em fase inicial no momento da entrevista (pois as mudas haviam sido plantadas há pouco tempo), a iniciativa revela o desejo de verticalizar a produção e reforçar o controle sobre todas as etapas da cadeia, desde o cultivo até a xícara. Trata-se de um movimento que alinha a empresa às tendências do mercado de cafés especiais, no qual a origem e a rastreabilidade do produto são cada vez mais valorizadas pelos consumidores.

Além da nova linha *gourmet*, composta por cinco tipos diferentes de café, a empresa teve uma importante estratégia de continuar oferecendo um café mais tradicional nas lanchonetes das lojas para agradar os típicos clientes de padaria. Segundo Lucas, “a ideia não é excluir o cliente que gosta do café mais forte e amargo, aquele bem ‘raiz’ mesmo, mas oferecer esse mesmo perfil com uma qualidade de grão muito superior. Aqui nós sabemos que o café é de fato café, não tem galhos, pedras, folhas, bichos ou grãos estragados”. Essa abordagem revela uma tentativa de conciliar a democratização do acesso aos cafés especiais e de alta qualidade com o reconhecimento das preferências gustativas populares em sua clientela.



Figura 29: No dia da visita à central de produção da empresa, em maio de 2023, acompanhei de perto uma etapa fundamental no desenvolvimento da nova linha de cafês: a seleção de grãos realizada pelos donos e pelo barista da loja. Em uma mesa cuidadosamente montada estavam as amostras de diferentes grãos crus oriundos de diferentes regiões produtoras – especialmente de Minas Gerais e São Paulo. Fonte: acervo pessoal.

Além do cuidado com o próprio café, a empresa também investiu em embalagens de alta qualidade, equipadas com válvula unidirecional degasadora, dispositivo essencial para permitir a liberação dos gases naturais do café recém-torrado sem a entrada de oxigênio, o que contribui para a preservação do frescor e dos aromas; e com material opaco protegido da luz, o que evita a oxidação precoce do pó, garantindo maior durabilidade e qualidade sensorial do produto até o momento do consumo.

Outro aspecto relevante é que, mesmo com esse grau de sofisticação nas embalagens e nas informações disponibilizadas – como a origem dos grãos, o tipo de variedade botânica, a

fazenda, a altitude, o perfil da torra e as notas sensoriais esperadas – a empresa opta por oferecer seu café na versão já moída, visando atender consumidores que prezam pela praticidade e não possuem moedor em casa. Essa decisão, no entanto, pode ser vista com ressalvas por especialistas e entusiastas do café especial, que argumentam que a moagem antecipada compromete a qualidade da bebida, uma vez que o ideal seria moer o grão na hora para preservar ao máximo seus compostos voláteis e óleos essenciais. Para estes, porém, existe uma versão de café em grãos. Assim, ao adotar esse duplo registro – o técnico e o pragmático –, a empresa mostra-se atenta tanto às exigências do mercado de cafés especiais quanto às condições materiais e culturais de seus consumidores, o que reforça sua tentativa de atuar como um intermediário entre os universos do “café de casa” e do “café especial”, sem excluir nenhum dos dois.

A adaptação do estabelecimento ao gosto do consumidor local revela-se uma estratégia fundamental na difusão dos cafés especiais fora dos nichos habituais de consumo. Em espaços como padarias, tradicionalmente associados a um café de consumo mais corriqueiro e tradicional, a introdução de grãos de melhor qualidade requer sensibilidade às preferências estabelecidas. Nesse contexto, é interessante a escolha dos empreendedores por essa estratégia híbrida, que não visa apenas educar o paladar para novas referências de qualidade, mas também respeitar e incorporar os repertórios gustativos historicamente construídos por seus públicos. Trata-se de uma mediação entre a lógica da distinção e a lógica da familiaridade, em que o prestígio do café *gourmet* não é imposto, mas traduzido em códigos reconhecíveis pelos consumidores habituais.

Além disso, ao manter esse café mais tradicional no cardápio, a padaria reafirma seu lugar como um espaço de sociabilidade cotidiana, alinhado ao universo simbólico da “casa”, tal como proposto por DaMatta (1984). A introdução dos cafés especiais, nesse contexto, não exclui o que já existia, mas se soma a ele, permitindo a convivência entre diferentes regimes de gosto e modos de consumo. Trata-se, portanto, de uma forma de trânsito entre os códigos da “rua” – associados à técnica, à novidade e à distinção – e os da “casa” – ligados à familiaridade, ao acolhimento e à continuidade. Ao fazer isso, a padaria amplia seu público sem alienar sua base tradicional de clientes, operando uma mediação simbólica entre o cotidiano popular e o universo gourmet.

A experiência de Lucas e Rafael não para na escolha dos grãos e na própria torrefação: eles contrataram um barista para trabalhar diariamente na central de produções da empresa, para desenvolver os perfis sensoriais desejados e também treinar as equipes das lojas. Além disso, buscam inserir a marca em circuitos de visibilidade do setor, como feiras especializadas

e torneios de *latte art*, as chamadas TNTs (*Thursday Night Throwdowns*)⁵⁹. A movimentação demonstra uma compreensão sofisticada de que o mercado dos cafés especiais opera em rede, sendo necessário construir reconhecimento simbólico e técnico para além da xícara servida no balcão.

Outra perspectiva interessante emergiu da conversa com João, sócio-proprietário de uma cafeteria na Asa Norte. Diferentemente do modelo corporativo de redes de Lucas e Rafael, João enfatiza o aspecto artesanal e familiar do seu negócio: “o café é minha paixão. Mas mais do que isso, é o que me liga à minha mãe, à minha família... tudo começou na cozinha da nossa casa. A cafeteria é uma extensão disso.” João conta que a ideia inicial era apenas de abrir um pequeno negócio familiar com sua mãe, sua sócia.

Para ele, acompanhar as tendências do mercado é importante – ele participa de cursos de barista e empreendedorismo, visita feiras, lê revistas especializadas e está sempre viajando para São Paulo, cidade conhecida por hospedar as mais famosas cafeterias do país, em busca de novas experiências –, mas manter a essência de acolhimento e qualidade é central. Como ele mesmo afirma, “o café que servimos é de muita qualidade, mas também fidelizamos clientes por meio das comidas e do ambiente. Muitas pessoas vêm trabalhar com seus *laptops* aqui e acabam pedindo um café e uma comida. Muitas pessoas também vêm só para comer e se reunir com algum amigo depois do trabalho ou mesmo na hora de almoço. O foco é o ambiente agradável”. Nesse sentido, João representa um perfil de empreendedor que busca combinar acolhimento com profissionalização, sem perder de vista a centralidade da experiência gastronômica como um todo.

A cafeteria de João apresenta um ambiente muito agradável e acolhedor, que convida tanto à contemplação quanto à permanência prolongada. Um dos destaques é a área externa vazada, com excelente circulação de ar, que favorece uma experiência sensorial mais leve e confortável, especialmente nos dias quentes do cerrado brasiliense. O espaço é adornado com uma cozinha aberta, valorizando transparência, acolhimento e proximidade; e plantas distribuídas de forma orgânica, que contribuem para uma atmosfera tranquila e natural. No interior, elementos cuidadosamente escolhidos reforçam a identidade do café especial: um quadro com a roda de sabores do café chama a atenção dos mais curiosos, funcionando como instrumento pedagógico e decorativo; livros sobre cafés especiais estão disponíveis para

⁵⁹ Os torneios de *latte art*, conhecidos como TNTs (*Thursday Night Throwdowns*), são competições informais e amistosas realizadas geralmente às quintas-feiras à noite, em que baristas disputam quem consegue criar os desenhos mais precisos e esteticamente agradáveis na superfície de bebidas à base de leite vaporizado, como o cappuccino. Originados nos Estados Unidos e difundidos globalmente, esses eventos funcionam como espaços de socialização, aprendizado e reconhecimento profissional dentro da comunidade do café especial, promovendo tanto o aprimoramento técnico quanto o fortalecimento de redes entre baristas e entusiastas.

consulta dos clientes mais interessados; e objetos como o tradicional filtro de barro evocam um senso de afeto e memória, conectando práticas cotidianas a uma estética mais artesanal. Tudo no ambiente parece pensado para equilibrar informalidade, conhecimento técnico e sensibilidade estética, criando um espaço que é, ao mesmo tempo, educativo, acolhedor e autêntico.



Figura 30: Ambiente da cafeteria de João. Fonte: página do Facebook da empresa. Último acesso em: 20/05/2025.

A trajetória de Lara, por sua vez, ilumina outros caminhos possíveis na cena cafeeira. Ao compartilhar sua história, ela revelou uma relação inusitada com o café: “eu entrei no ramo sem gostar de café, e mesmo não sendo uma grande consumidora eu amei empreender no ramo. Então o café é um produto que está tanto para os apaixonados quanto para os capitalistas”. Sua fala irônica e honesta aponta para a plasticidade simbólica da bebida, que pode operar como plataforma de paixão, mas também como oportunidade de investimento e inserção econômica. Lara também se mostra generosa e entrosada com o ecossistema do café em Brasília: indica outros nomes relevantes na cena – como a ex-gerente das unidades de uma das mais clássicas cafeterias especiais de Brasília; o dono de uma marca conhecida por reunir diversos selos de sustentabilidade e transparência; e um consultor do Sebrae, que oferece suporte estratégico e acesso a uma vasta base de dados sobre o setor. Ao final de nossa conversa, ela brinca: “só com essa galera você pode montar um café do zero”. Sua frase

sintetiza, com leveza, o espírito de rede que sustenta o mercado local: para além da concorrência, há um senso de colaboração e troca de saberes, onde a expertise circula entre oficinas, grupos de WhatsApp, cursos do Sebrae e feiras.

Outro caso emblemático no cenário brasiliense é o de Jorge, proprietário de uma das primeiras cafeterias da cidade. Desde o início, sua proposta foi oferecer não apenas café de qualidade, mas construir um espaço que funcionasse como ponto de encontro ao público alternativo da cidade. Um dos diferenciais do local é o serviço de almoço com produtos provenientes de cooperativas da agricultura familiar ligadas ao Movimento Sem Terra (MST), reforçando uma identidade ética e comprometida com pautas progressistas.

Com o tempo, o espaço também se consolidou como um território de sociabilidade para públicos de esquerda e da comunidade LGBTQ+, tornando-se conhecido por seu ambiente acolhedor, inclusivo e crítico. A decoração com cartazes de movimentos sociais e a programação de atividades – como lançamentos de livros, shows de artistas independentes e feiras de artesanato e brechós – contribuem para criar uma atmosfera onde o café é apenas o ponto de partida para trocas mais amplas. Frequentado por professores, artistas, estudantes e ativistas, o local funciona como um espaço de reconhecimento mútuo, onde estilos, discursos e afetos circulam livremente. “Aqui o café costura muita coisa: conversa, amizade, parceria, resistência”, afirma Jorge, apontando para a intencionalidade que atravessa o projeto. Nesse ambiente, o consumo deixa de ser neutro: tomar café ali é também tomar posição, participar de uma coletividade com valores e códigos compartilhados.

Esses exemplos demonstram como os empreendedores de cafés especiais em Brasília não apenas comercializam uma bebida, mas constroem universos simbólicos que atraem e mantêm públicos específicos, organizando sociabilidades em torno de afinidades políticas, estéticas e culturais. Ao fazer do café um vetor de identificação, eles transformam seus estabelecimentos em verdadeiros espaços de pertencimento e performance de estilo de vida, onde o que se consome é também, sempre, uma forma de ser no mundo. Na Asa Norte, esse tipo de ambiente se popularizou de maneira particularmente intensa: em conversas informais com amigos e frequentadores da cena cafeeira, é recorrente a observação de que há uma ausência quase total de padarias tradicionais no bairro, muitas das quais foram substituídas ou convertidas em cafeterias especializadas. Essa transformação contrasta com a vizinha Asa Sul, bairro mais antigo do Plano Piloto, que embora também abrigue cafeterias contemporâneas, preserva diversas padarias clássicas da cidade, ainda frequentadas por públicos diversos. A distribuição espacial desses estabelecimentos revela, portanto, processos de reconfiguração urbana, deslocamentos simbólicos do gosto e disputas por territórios de consumo, que ajudam

a compreender a força social do café como marcador de estilos de vida urbanos em transformação.

A expansão do mercado de cafés especiais em Brasília tem sido acompanhada por iniciativas que buscam cartografar os vínculos afetivos, simbólicos e sensoriais construídos em torno da bebida na capital. Um exemplo disso é o Mapa Afetivo dos Cafés de Brasília, elaborado pelo projeto *food lab* Comida pra Pensar, sob coordenação da professora Ana Paula Jacques, do Instituto Federal de Brasília (IFB). Segundo matéria publicada no site do IFB⁶⁰, a proposta nasceu da observação de que, nos últimos anos, a cidade passou a abrigar uma diversidade crescente de cafeterias, microtorrefadoras e até mesmo uma fazenda produtora de cafés de origem controlada, reconfigurando o cenário gastronômico e cultural local. Mais do que um simples roteiro, o mapa busca registrar a memória sensível da cena cafeeira brasiliense, destacando espaços que se alinham à lógica "do grão à xícara" – ou seja, estabelecimentos que mantêm contato direto com produtores, valorizam métodos de extração e comunicam ao consumidor a história do café servido.

Com 42 locais mapeados até janeiro de 2021, distribuídos entre Asa Norte, Asa Sul e outras regiões do DF como Taguatinga, Águas Claras, Lago Sul e Sobradinho, o mapa consolida o café como patrimônio afetivo e experiencial da cidade, sendo ao mesmo tempo índice de transformação urbana, prática cotidiana e atrativo turístico. Ao reunir informações como o preço do espresso simples, o perfil dos métodos servidos e os vínculos com cafeicultores, o projeto revela que tomar café em Brasília é também uma forma de viver e conhecer a cidade – de construir, a partir do gosto, pertencimentos e afetos urbanos compartilhados.

⁶⁰ Matéria completa disponível no link: <https://www.ifb.edu.br/riachofundo/25927-food-lab-comida-pra-pensar-ifb-lanca-a-primeira-edicao-do-mapa-afetivo-dos-cafes-de-bsb>. Último acesso em 20/05/2025.



Figura 31: Mapa afetivo dos cafés de Brasília, projeto realizado pela professora Ana Paula Jacques, do Instituto Federal de Brasília (IFB). Fonte: <https://jornaldebrasil.com.br/estilo-de-vida/gastronomia/mapa-afetivos-do-cafe/>. Último acesso em: 20/05/2025.

3. Onde produtores, consumidores e especialistas se encontram: as feiras de café como espaços de interações em Brasília

As feiras de café especial – e as feiras gastronômicas de modo geral – vêm se firmando como espaços privilegiados de encontro, experimentação e articulação de redes no cenário cafeeiro de Brasília. Mais do que simples vitrines comerciais, essas feiras configuram-se como arenas de socialização e circulação de saberes, nas quais produtores, baristas, donos de cafeterias, consumidores entusiastas e especialistas compartilham experiências, disputam legitimidades e estreitam laços. Nessas ocasiões, o café deixa de ser apenas um bem de consumo e passa a ser também um objeto de debate, performance e posicionamento político.

Sob a ótica da teoria ator-rede proposta por Latour (2012), esses eventos podem ser compreendidos como pontos de condensação de redes sociotécnicas que envolvem atores humanos (como produtores, baristas, consumidores, organizadores) e não humanos (como os próprios grãos, as máquinas de preparo, embalagens e utensílios). Latour sugere que os atores sociais não existem isoladamente, mas são constituídos pelas conexões que estabelecem. Nas feiras, essa dinâmica torna-se evidente: identidades, relações e produtos são continuamente performados por meio das interações entre os participantes e os elementos materiais em circulação.

Um exemplo emblemático dessa lógica é a segunda edição do evento *Coffee Brasília*⁶¹, realizada em setembro de 2023, no shopping CasaPark. Lá tive a oportunidade de reencontrar diversos interlocutores centrais para esta pesquisa. Entre eles, os empresários Lucas e Rafael, que decidiram investir em cafés *gourmet* em sua rede de padarias; os proprietários da fazenda em Sobradinho (DF) que visitei posteriormente; e ainda donos de importantes cafeterias da cidade, muitas das quais se destacam por torrar seus próprios grãos.

Com entrada gratuita e uma programação intensa distribuída ao longo de quatro dias, o evento ofereceu degustações, palestras, aulas, *workshops*, competições de baristas e uma feira com mais de 45 expositores. Além disso, contou com a presença de profissionais renomados como Garam Um, campeão brasileiro e terceiro lugar no campeonato mundial de café coado, e com iniciativas voltadas à sustentabilidade, ao turismo de experiência, à formação técnica e à valorização do protagonismo feminino na cadeia do café, como demonstrado pela

⁶¹ Para saber mais sobre o evento leia as reportagens: <https://revistacafeicultura.com.br/2-edicao-do-coffee-brasil-tem-programacao-gratuita-para-fas-de-cafe/> e <https://visitebrasil.com.br/noticias/2-edicao-do-coffee-brasil>. Último acesso em: 22/05/2025.

participação da IWCA (Aliança Internacional das Mulheres do Café) e da exposição virtual “A força feminina no café”.

Contudo, esses espaços também tornam visíveis tensões latentes e hierarquias simbólicas. Pedro, barista experiente e presença constante nos eventos do setor, comentou com franqueza: “nessas feiras, dá pra ver um certo nariz empinado de vários baristas, querendo demonstrar que têm conhecimento técnico superior ao de todo mundo. É um tentando passar a perna no outro. Enquanto isso, você pode ver que os produtores têm uma postura bem mais humilde, tentando criar conexões numa boa pra vender o próprio café”. Seu relato evidencia contrastes marcantes nas formas de se posicionar: enquanto os baristas tendem a afirmar sua autoridade por meio da linguagem técnica e da exibição de competências refinadas, muitos produtores se orientam por uma lógica relacional, buscando parcerias diretas e reconhecimento pela trajetória prática.

Essas diferenças não são meramente comportamentais, mas expressam dinâmicas mais profundas de valorização e distinção. Conforme analisa Bourdieu (2007; 2009), os espaços sociais funcionam como campos de disputa, nos quais agentes com formações e recursos diversos competem por visibilidade e legitimidade. No contexto das feiras, isso se traduz na convivência – nem sempre harmônica – entre distintos repertórios de saber e modos de acesso ao prestígio: de um lado, o domínio simbólico do discurso especializado; de outro, a autoridade que emerge da experiência empírica e da vinculação direta com a terra e com o produto. Trata-se, assim, de um jogo sutil entre formas de capital que, embora coexistam, nem sempre dialogam em igualdade de condições.

Essas interações também podem ser lidas à luz da teoria de Becker (1982), que argumenta que as obras de arte – e, por extensão, qualquer produto cultural complexo, como o café especial – não são criações isoladas de indivíduos, mas sim o resultado de um sistema de ação coletiva coordenada, que ele denomina “mundo da arte” (*art world*). O autor define esses mundos como redes de pessoas cujas atividades são necessárias para a produção de obras reconhecidas como artísticas, todas regidas por convenções compartilhadas que tornam a cooperação possível. Essa estrutura cooperativa envolve não apenas artistas, mas também técnicos, fornecedores, críticos, públicos e distribuidores.

Ao transferirmos essa noção para o universo dos cafés especiais, podemos compreender as feiras como arenas de visibilidade de um “mundo do café”, no qual diversos participantes – baristas, produtores, torrefadores, empreendedores e consumidores especializados – interagem segundo papéis diferenciados mas interdependentes, que sustentam a circulação e valorização simbólica do produto. Nesse contexto, o *Coffee Brasília*

funciona como uma instância pública de articulação desses papéis. Ao reunir os agentes que compõem esse sistema produtivo e estético, o evento torna visíveis os bastidores da produção simbólica do “bom café”: desde o cultivo cuidadoso por pequenos produtores até a apresentação técnica da bebida por baristas em competições ou demonstrações. Cada ator atua com base em convenções específicas do campo, como o vocabulário sensorial, as técnicas de extração, os critérios de avaliação e os formatos de apresentação.

Além disso, como ressalta Becker (1982), essas convenções não são naturais nem imutáveis – elas são constantemente negociadas, contestadas e reformuladas nos encontros entre agentes, especialmente nos momentos de interação pública, como as feiras. A construção do valor de um lote de café ou a reputação de um barista, por exemplo, depende do reconhecimento coletivo, de avaliações cruzadas e de performances que atendam às expectativas codificadas do grupo. Nesse sentido, o “mundo do café” opera segundo uma divisão social do trabalho artístico, cuja legitimidade é constantemente construída na prática.

Complementando essa análise, o trabalho de Coité (2024) sobre as feiras gastronômicas de Salvador ilumina dinâmicas similares ao discutir a apropriação dos espaços públicos por uma lógica de mercantilização e empreendedorismo cultural. Segundo o autor, tais feiras não apenas ocupam praças e parques, mas reconfiguram o sentido desses espaços ao operar como vitrines simbólicas, sob a racionalidade neoliberal da “economia criativa”. Nesse contexto, os expositores não são apenas comerciantes, mas empreendedores de si mesmos, performando narrativas de sucesso e autenticidade em ambientes cuidadosamente curados para atrair consumidores “desejados” – em geral, de classe média e média alta.

Transpondo essa chave interpretativa para Brasília, o *Coffee Brasília* pode ser lido não apenas como um espaço de intercâmbio espontâneo, mas também como um espaço onde as diferenças sociais de classe, raça e gênero são escancaradas. A organização do evento, o local do evento, o *layout* dos estandes, a estética dos produtos e a seleção dos expositores indicam uma curadoria afinada com o gosto de um público específico. Tal como nas feiras analisadas por Coité (2024), há aqui um tensionamento entre inclusão discursiva e exclusão prática, especialmente no que diz respeito à participação de agentes menos informatizados sobre a cadeia dos cafés especiais.

Um exemplo da competitividade profissional no setor foi a realização de um TNT na feira, uma competição informal de *latte art* que, apesar de seu caráter lúdico e colaborativo, exige que os profissionais tenham um domínio técnico e a melhor experiência na atividade. A Taça Barista 2023, também realizada durante o evento, reforça essa dimensão performática do

saber especializado, onde o reconhecimento está diretamente associado ao domínio de técnicas avançadas e à capacidade de se destacar em meio a outros profissionais.

Embora a análise etnográfica aqui apresentada tenha se concentrado em uma única edição da feira *Coffee Brasilia*, as dinâmicas observadas permitem levantar hipóteses mais amplas sobre o funcionamento de feiras gastronômicas voltadas à oferta de produtos *gourmet* na cidade. Esses eventos não apenas aproximam o produtor do consumidor, mas condensam múltiplas lógicas: são, ao mesmo tempo, espaços comerciais, educativos e simbólicos, que não estão isentos de tensões e contradições. Promovem encontros e alianças entre diferentes atores da cadeia produtiva, mas também erguem barreiras e hierarquias, evidenciando desigualdades sociais. Estudar esses espaços é fundamental para compreender como práticas de consumo se articulam à valorização simbólica de produtos e à imposição de racionalidades neoliberais que moldam os usos dos espaços urbanos contemporâneos.

4. As cafeterias como palco do status: cenários de prestígio em ação

A vivência etnográfica em diversas cafeterias de Brasília revelou um universo rico de práticas, estilos e sociabilidades. Em cada visita, pude observar a pluralidade de modos de estar nesses espaços: havia quem escolhesse a cafeteria como extensão do ambiente de trabalho, instalando-se com *notebook* e fones de ouvido; outros buscavam apenas um breve momento de pausa: um espresso rápido, um pão de queijo, e logo partiam; famílias se reuniam para dividir sobremesas; casais conversavam entre goles de filtrados e grupos de amigos se encontravam para longas tardes de cafés e confidências.

Alguns clientes demonstravam entusiasmo e curiosidade: dedicavam longos minutos ao cardápio, perguntavam ao garçom sobre os perfis de cada café, querendo entender as diferenças entre os diferentes métodos de extração da bebida. Outros, mais habituados, entravam decididos, pediam seu café preferido e seguiam fazendo suas atividades. Esse contraste entre os clientes revela disposições distintas de consumo: algumas marcadas pela performance do saber, outras pela naturalização do hábito.

Essas disposições, contudo, nem sempre se traduzem em interações suaves. Em uma das cafeterias visitadas, presenciei uma cena emblemática: um cliente, visivelmente incomodado, chamou o garçom de forma ríspida e reclamou que o barista “não sabia a diferença entre um *latte* e um *capuccino*”, pois a bebida teria vindo com “leite demais”. A situação expôs a tensão entre expectativa estética e execução técnica, mas também revelou o modo como certos consumidores utilizam a linguagem especializada como ferramenta de dominação simbólica. Nesse contexto, o prestígio não está apenas no que se consome, mas em

como se consome, em como se nomeia, critica e avalia. Nesse caso, o café é menos um produto e mais um enunciado performado em práticas sociais e relações assimétricas.

Essa pluralidade também se reflete na diversidade dos ambientes físicos das cafeterias. Algumas possuem uma ambientação acolhedora, com iluminação quente, cadeiras estofadas e plantas pendentes – espaços que convidam à permanência e evocam uma ideia de “lar fora de casa”. Outras investem em um design mais sofisticado, com mármore claros, louças refinadas e trilha sonora instrumental, compondo um cenário quase que de galeria de arte, onde cada xícara se inscreve numa estética do luxo. Há ainda aquelas que operam com um visual industrial e técnico: bancadas de concreto, exposição dos equipamentos de torra e preparo e baristas uniformizados. Nesses espaços, o café é tratado como ciência e precisão, e a experiência sensorial parece subordinada à linguagem do domínio técnico e da inovação. Cada estilo, à sua maneira, projeta uma imagem de mundo e atrai diferentes públicos, compondo uma cartografia de preferências e distinções sociais.

Essa diferenciação entre estilos de ambiente se articula a modos distintos de atribuir valor simbólico ao ato de “ir ao café”. Aqui, vale mobilizar uma distinção antropológica clássica entre o que é cotidiano/habitual e extraordinário. Enquanto o café preparado em casa remete a práticas rotineiras, ligadas à intimidade e à funcionalidade do dia a dia, a ida à cafeteria inscreve-se numa lógica do extraordinário. Como mostram autores como Daniel Miller e Sarah Pink, os rituais ordinários do consumo tornam-se ocasiões de investimento afetivo e simbólico, em que os objetos (ou alimentos) carregam significados sociais. Assim, visitar uma cafeteria pode ser entendido como uma prática de desvio deliberado da rotina – um deslocamento que oferece experiência estética, distinção e socialização, valores nem sempre disponíveis na esfera doméstica.

Além disso, a transição entre o café doméstico e o café da cafeteria não é apenas espacial, mas também epistemológica: trata-se de mover-se entre um regime de saber cotidiano – baseado em preferências afetivas, memórias e hábitos – e um regime técnico, centrado na experiência sensorial do gosto. Essa tensão entre a valorização da “cultura do café de casa” e o “café como expertise”. É nesse limiar entre o ordinário e o extraordinário que o café se torna um artefato cultural sensível à análise.

Algumas cafeterias em Brasília também operam como estúdios de torrefação, ampliando sua atuação para além do serviço local. É o caso de estabelecimentos que, além de servir ao público final, torram seus próprios grãos e os distribuem para outras cafeterias da cidade, especialmente aquelas que não possuem infraestrutura ou *know-how* para realizar esse processo. Essa dupla função – cafeteria e torrefação – fortalece sua posição no mercado como

referência técnica e sensorial, atribuindo prestígio adicional à marca e à equipe. Ao mesmo tempo, essa prática reforça a interdependência entre os diferentes atores do mundo do café, destacando o papel coletivo na produção de valor simbólico e material.

Essa ideia de múltiplos propósitos e performances que atravessam o espaço da cafeteria ecoa as análises de David Beriss e David Sutton (2007). Para os autores, os restaurantes – e, por extensão, as cafeterias – são instituições pós-modernas ideais, pois congregam práticas, valores e identidades em um espaço altamente codificado, onde se manifestam simultaneamente desejos de pertencimento, distinção e autenticidade. Assim como nos cafés, o restaurante se torna lugar de negociação entre tradição e inovação, entre técnica e afeto, entre consumo funcional e experiência estética.

Beriss e Sutton (2007) também chamam atenção para a maneira como esses espaços funcionam como palcos de performances sociais e marcadores de status, não apenas pelo cardápio ou pela decoração, mas sobretudo pelos códigos que ali se atualizam – quem frequenta, como se comporta, o que se pede, com quem se está. Essa dimensão performática ressoa claramente nas cafeterias brasileiras, onde a escolha do método de extração, o modo de se dirigir ao barista, ou mesmo o tempo de permanência no local funcionam como marcadores sutis de posição social e de capital cultural. O café, nesse caso, não é apenas uma bebida, mas um vetor de visibilidade e pertencimento.

5. Baristas como autoridades do paladar: construindo valor na xícara

O barista ocupa uma posição estratégica no universo dos cafés especiais, não apenas como executor de técnicas, mas como elo tradutor entre saberes especializados e o público consumidor. Ele opera como intérprete do gosto, mediando os conhecimentos técnicos da cadeia produtiva – cultivo, torra, extração – e os repertórios culturais dos consumidores. Sua atuação é, ao mesmo tempo, pedagógica e performativa: ensina, orienta e convence (Lages, 2016). Diante de clientes curiosos ou inseguros, o barista decodifica a complexidade dos métodos, explica as notas aromáticas e conta a história do produtor. Esse lugar de autoridade gustativa, como observa emerge de um mundo social interdependente, no qual o reconhecimento depende da capacidade de se mover entre códigos técnicos e expectativas públicas. O barista é, portanto, um operador de tradução simbólica – figura essencial para que o “bom café” se realize como valor partilhado na xícara.

Além disso, o papel do barista se insere em transformações mais amplas do mundo do trabalho, especialmente aquelas associadas à pós-modernidade. Harvey (1992) interpreta a transformação das formas de trabalho à luz da passagem do regime fordista-keynesiano para o

que denomina acumulação flexível – um sistema que privilegia a volatilidade, a dispersão geográfica e a fragmentação dos processos produtivos. Essa reconfiguração não implica o "fim do trabalho", mas sua reorganização em moldes mais instáveis e heterogêneos. O que se observa, segundo Harvey, é uma intensificação das estratégias de desestabilização laboral e da mobilização de trabalhadores sob esquemas mais individualizados e intermitentes, com contratos temporários, terceirização e informalidade.

Na lógica da acumulação flexível, o valor econômico passa a ser extraído não apenas pela disciplina fabril e pela produção em massa, mas também pela capacidade dos sujeitos de se adaptar a nichos de mercado em constante mutação – algo que exige do trabalhador não apenas força de trabalho, mas também disponibilidade afetiva, mobilidade simbólica e polivalência de competências. Essa lógica é perceptível no universo dos cafés especiais, em que o barista deixa de ser um simples operador técnico para tornar-se um agente multifuncional, que acumula funções de atendimento, performance estética, conhecimento técnico e até mesmo produção de conteúdo digital.

Para Harvey (1992), essa mutação na organização do trabalho está diretamente ligada ao que ele chama de compressão espaço-tempo, ou seja, a intensificação das trocas, circulações e inovações no âmbito global, que impõe uma constante reinvenção das formas de produção e consumo. O barismo, como prática inserida nesse contexto, exemplifica uma nova figura de trabalhador pós-moderno: flexível, autônomo, precário, mas também investido de significados culturais e simbólicos que o conectam a redes de prestígio e distinção. Trata-se, assim, não da superação do trabalho, mas de sua reformulação em termos compatíveis com as exigências do capitalismo tardio e suas estéticas pós-modernas.

Lages (2016), em sua pesquisa etnográfica com baristas de São Paulo e Brasília, identificou que novos métodos de preparo do café viraram símbolo de precisão e leveza, se tornando ícones dessa nova sensibilidade gustativa. Da mesma forma, os baristas passaram a desempenhar um papel formativo no consumo, ensinando aos clientes, por exemplo, que o amargor não é uma medida de qualidade, mas muitas vezes um indício de torra excessiva ou de defeitos do grão. Assim, o barista atua como curador sensorial, mas também como agente de transformação do gosto popular, participando ativamente da reeducação do paladar no Brasil urbano contemporâneo.

A análise das experiências dos baristas de cafeterias situadas no Plano Piloto de Brasília (Asa Sul e Asa Norte), realizada por meio de entrevistas com 18 profissionais, permite identificar quatro perfis principais de atuação: o barista trabalhador, o barista engajado, o barista consultor e o barista empreendedor. Essas categorias, embora

analiticamente distintas, não são mutuamente excludentes. Ao contrário, elas se entrelaçam e revelam trajetórias híbridas e situadas, marcadas por condições materiais específicas, aspirações individuais e diferentes formas de engajamento com o universo dos cafés especiais. Ao relacionarmos essas tipologias com os achados etnográficos de Parrish (2024), percebemos como os contextos sociais e as disposições individuais moldam a forma como o trabalho de barista é vivenciado e interpretado no Brasil.

O primeiro perfil identificado é o do barista trabalhador. Este é o profissional que domina a técnica, compreende a linguagem do café especial, mas cuja motivação principal para ocupar essa posição está ligada à inserção no mercado de trabalho, à renda imediata, e não necessariamente à construção de uma carreira na área. Muitos desses baristas consideram a atuação nas cafeterias como um "bico" ou uma fonte complementar de renda. Uma entrevistada declarou: “estou aqui porque precisava de um dinheiro extra no fim do mês. Já trabalhei como recepcionista e atendente, então o serviço aqui acaba sendo uma variação do mesmo tipo de trabalho” (entrevista com Aline, 25 anos). Outra barista, estudante de Letras na UnB, afirmou: “gosto de café, claro, mas isso aqui é mais um trampo pra me manter do que uma paixão” (entrevista com Clara, 22 anos).

Essa categoria ecoa, de certa forma, o caso de Patrícia relatado por Parrish (2024), barista itinerante que utilizava o trabalho em cafeterias como meio de viabilizar sua verdadeira aspiração: empreender no campo do *marketing*. Embora demonstrasse genuíno interesse por cafés especiais, Patrícia não via o barismo como um fim em si, mas como um meio para realizar outros projetos. A autora destaca que a paixão pelo café, nesses casos, é acionada instrumentalmente para construir redes, aumentar o capital social e gerar oportunidades.

Já o barista engajado é aquele que estabelece uma relação profunda com o mundo do café, indo além da técnica para se envolver diretamente com a cadeia produtiva. A trajetória de Fernanda, jovem barista entrevistada por mim em Brasília, representa bem esse perfil. Após visitar e trabalhar em duas fazendas durante os períodos de colheita em Minas Gerais, ela hoje atua em uma cafeteria que também realiza torrefação de cafés, sendo responsável pela curadoria dos grãos. Em suas palavras: “pra mim, café é mais do que bebida, é cultura, é território. Quando eu converso com os produtores, eu entendo melhor o que estou servindo aqui na xícara. Isso me motiva todo dia” (entrevista com Elis, 28 anos). O engajamento com o ciclo completo da produção permite ao barista se posicionar como mediador entre o produtor e o consumidor, algo também observado por Parrish (2024).

O barista consultor, por sua vez, representa um profissional mais experiente e consolidado no campo dos cafés especiais. Trata-se de alguém que acumulou conhecimento técnico, vivência prática e capacidade de ensino, e que atua de maneira autônoma, prestando consultorias para estabelecimentos que desejam qualificar seus serviços. Essa figura se aproxima daquilo que Parrish (2024) denomina de baristas que avançaram para funções de maior capital simbólico, como no caso de Lucas, ex-advogado que usou sua formação e capital acumulado para galgar posições mais elevadas dentro do setor, assumindo postos de gerência e formação de equipe.

Mariana, barista consultora entrevistada por mim, expressa essa transição com clareza: “foram 9 anos entre cafés e cafeterias. Hoje posso dizer que o que me sustenta é esse conhecimento. Eu não ganho um salário fixo, mas ganho autonomia e liberdade. Posso trabalhar com café, que é minha paixão, mas sem as amarras de um chefe todo dia me dizendo o que fazer” (entrevista com Mariana, 34 anos). Essa perspectiva se articula com os estudos sobre trabalho criativo discutidos por Parrish (2024), nos quais o prazer pelo ofício é mobilizado como critério de sucesso e medida de autorrealização.

Por fim, o barista empreendedor representa aquele que, após adquirir formação e experiência no ramo, decide abrir seu próprio negócio, seja uma cafeteria, um estúdio de torra, ou mesmo um serviço de assinatura de cafés. Este perfil é exemplificado, pela trajetória de Eduardo, barista de 29 anos entrevistado por mim. Há sete anos, ainda com 21, Eduardo inaugurou sua primeira cafeteria em uma região fora do Plano Piloto, começando seu negócio oferecendo apenas duas variedades de sobremesa (uma banoffee e um bolo de chocolate com café feitos por sua mãe) e um bom café filtrado. Sem formação formal na área à época, ele buscou cursos de barismo, torra e métodos de extração, participando de oficinas, *workshops* e certificações oferecidas por profissionais do setor e instituições especializadas.

Ao longo dos anos, acumulou conhecimento técnico e construiu uma rede sólida de contatos com produtores, fornecedores e outros baristas do Distrito Federal. Esse investimento possibilitou a realização de um antigo desejo: abrir um espaço no centro da cena cafeeira brasileira. Assim, há pouco mais de um ano, Eduardo concretizou esse projeto ao fundar sua própria cafeteria na Asa Norte, que funciona também como estúdio de torrefação. “Hoje, além de servir café na minha cafeteria, eu mesmo seleciono, compro e torro os grãos que uso e vendo. Isso faz toda a diferença no sabor e na experiência que quero oferecer pros meus clientes”, afirmou durante a entrevista. Sua trajetória expressa não apenas o desejo de consolidar-se no mercado, mas também de alcançar autonomia e reconhecimento profissional.

No entanto, como mostra matéria⁶², as possibilidades de ascensão no campo dos cafés especiais não se distribuem de forma equitativa. Segundo uma das pesquisas mais abrangentes já realizadas sobre o setor, agricultores, torrefadores, donos de cafeteria e degustadores ainda são majoritariamente homens brancos com alta escolaridade e renda média entre R\$5.000,00 e R\$8.000,00 mensais. O levantamento ouviu 1.355 pessoas em 24 estados brasileiros e revelou que, embora os baristas representem um segmento mais diverso em termos de raça e gênero, eles são também os que recebem os menores salários – a maioria ganha menos de R\$2.000,00 mensais.

Essas quatro categorias – trabalhador, engajado, consultor e empreendedor – ajudam a compreender a diversidade de trajetórias e projetos de vida entre os baristas de cafés especiais. Conforme argumenta Parrish (2024), o barismo no Brasil não pode ser entendido apenas como ocupação transitória ou trabalho precarizado. Ele é, para muitos, um espaço de agência, de criação de sentido e de redefinição de pertencimentos sociais, ainda que condicionado pelas desigualdades estruturais de classe, raça e gênero. O café, como produto e prática cultural, torna-se meio e fim de projetos pessoais de ascensão, reconhecimento e construção de um “bom viver”, ainda que os caminhos para isso permaneçam desiguais e marcados por obstáculos profundos.

6. Consumidores e o gosto cultivado: expertise a partir do final da cadeia

A análise de Doga (2019) sobre o café na Colômbia nos revela como o consumo doméstico de café é frequentemente desvalorizado em contextos patrimonializados, apesar de estar profundamente enraizado nas práticas cotidianas locais. O conceito do “mau consumidor”, amplamente difundido por instituições como a Federação Nacional de Cafeicultores do país, contrasta com a idealização do produtor artesanal. A autora demonstra que, mesmo em regiões produtoras de excelência, como o *Eje Cafetero*, o consumo de café de baixa qualidade – torrado em excesso, adoçado e preparado sem critérios técnicos – é a norma, o que reforça a separação simbólica entre produção e consumo. Essa cisão, contudo, vem sendo tensionada por políticas de valorização do consumo “adequado”, que buscam formar consumidores mais conscientes e conectados às lógicas do mercado de cafés especiais. Tal esforço institucional, ainda que relevante, evidencia os limites da patrimonialização quando desconsidera os saberes locais e suas racionalidades práticas.

⁶² Matéria completa disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/cafe-na-prensa/2024/05/gourmetizacao-do-cafe-e-dominada-por-homens-brancos-diz-pesquisa.shtml>. Último acesso em: 30/05/2025.

Importante destacar, nesse momento, que, apesar das diferenças e disputas entre o café “de casa” e o café servido nas cafeterias especializadas, há um ponto de convergência entre esses dois mundos, operado por figuras como os entusiastas do café – os chamados hobistas⁶³, como Vitor se autodenomina em uma conversa informal comigo. Um exemplo significativo dessa intersecção pode ser observado na forma como esses consumidores engajados vêm redefinindo as fronteiras do saber técnico e da prática cotidiana, ao se apropriarem de instrumentos, técnicas e linguagens que anteriormente eram exclusivos dos profissionais da cadeia produtiva do café.

A partir da análise de Vitor, nota-se uma inversão importante: enquanto nas décadas anteriores o prestígio no universo do café especial estava centrado nas cafeterias, hoje esse prestígio pode emanar do espaço doméstico, onde práticas elaboradas de extração e preparo são cultivadas com rigor e atenção aos detalhes. Ele relata como, a partir dos anos 2000, a referência de qualidade era aquilo que se encontrava nas cafeterias – máquinas caras, grandes, conectadas à rede hidráulica, inacessíveis ao consumidor comum. No entanto, com a popularização de equipamentos domésticos e, especialmente, com as transformações impostas pela pandemia de 2020, houve um deslocamento: “as pessoas começaram a fazer muito mais café em casa”, desenvolvendo procedimentos que só fazem sentido nesse ambiente, como a distribuição cuidadosa do pó no porta-filtro ou o uso de técnicas super precisas e mais delicadas – etapas inviáveis no contexto frenético de uma cafeteria.

Esse movimento pode ser compreendido à luz do conceito de expertise leiga, conforme definido por Collins e Pinch (2010). Para os autores, a expertise não é exclusividade dos especialistas credenciados, mas pode ser adquirida por indivíduos leigos que, por meio de experiências práticas, engajamento continuado e acesso a fontes especializadas de conhecimento, tornam-se competentes em áreas técnicas ou científicas. Vitor exemplifica exatamente esse tipo de saber: alguém que, mesmo fora do circuito profissional, aprendeu por vivências e por meio da *internet*, experimentações pessoais e trocas em comunidades de

⁶³ Um hobista de café, também conhecido como *coffee lover* ou amante de café, é alguém que tem paixão pelo café, apreciando-o como um hobby, seja consumindo, experimentando diferentes tipos e preparações, ou até mesmo explorando o mundo da produção e das técnicas pertinente ao café. A paixão foi mobilizada em Tsing (2012; 2019) como um sentimento fundamental que mobiliza humanos em torno dos cogumelos matsutake, seu objeto de estudo. Esse sentimento não é entendido apenas como uma preferência individual, mas como parte de uma rede de afetos que sustenta práticas coletivas e relações com o mundo não-humano. Dessa forma, o envolvimento com o matsutake mobiliza não só o trabalho ou o valor de mercado, mas formas de cuidado, atenção e amor. Como argumenta a autora, para entender o matsutake é preciso “aprender a amar” (to learn to love), não no sentido romântico ou possessivo, mas como um gesto de abertura para o inesperado, para aquilo que não pode ser controlado ou domesticado. O amor, nesse contexto, é uma prática relacional e sensível que possibilita perceber e responder aos mundos emaranhados habitados com outras espécies, mesmo quando esses mundos estão sendo despedaçados pelas lógicas destrutivas do capital.

entusiastas, a ponto de desenvolver critérios exigentes para julgar a performance de baristas e o padrão de qualidade das cafeterias.

Como ele próprio destaca, “hoje em dia, as pessoas julgam o quão boa é a cafeteria se eles estão fazendo as mesmas coisas que as pessoas fazem em casa”. Isso evidencia não apenas uma reconfiguração dos critérios de excelência no setor, mas também a emergência de um novo polo de autoridade sensorial e técnica: o consumidor amador qualificado. Ao levarem para dentro de casa métodos antes exclusivos dos espaços comerciais e, posteriormente, pressionarem as cafeterias a incorporar tais práticas, os hobistas de café tornam-se agentes ativos na transformação cultural e técnica na cena dos cafés especiais das cidades.

Essa transição também revela o modo como o mundo doméstico e o mundo especializado deixam de ser opostos, passando a dialogar por meio das mediações operadas por sujeitos híbridos, que circulam entre esses dois universos com fluência. Como observam Collins e Pinch (2010), a expertise leiga não é uma forma inferior de conhecimento, mas uma modalidade legítima de competência que pode desafiar e até reorientar os padrões estabelecidos por especialistas.

Outros consumidores também compartilham trajetórias semelhantes à de Vitor, revelando como a cultura do café especial vem se transformando em um campo fértil para a emergência de especialistas não profissionais. Relatos de pessoas que começaram apenas buscando um café “melhor” e hoje se tornaram grandes especialistas no assunto são cada vez mais comuns em fóruns, grupos online e canais de vídeo. A ampliação da facilidade de acesso a equipamentos caseiros, conteúdos didáticos e comunidades virtuais permitiu a formação de um ecossistema de aprendizagem informal, no qual o saber técnico circula entre pares e se torna progressivamente mais sofisticado.

Esse processo pode ser compreendido como parte de uma ampla democratização de conhecimentos outrora restritos a especialistas. Plataformas como *YouTube*, cursos online, redes sociais e até campeonatos amadores possibilitam que indivíduos sem formação formal na área desenvolvam habilidades avançadas e estabeleçam parâmetros próprios de avaliação. Trata-se de uma reconfiguração do campo do saber técnico, onde o domínio prático e a experimentação sensorial têm o mesmo peso que a certificação institucional. Collins e Pinch (2010) enfatizam que a expertise leiga não se limita ao acúmulo de informação, mas envolve a capacidade de fazer julgamentos refinados em contextos situados. É isso que distingue o hobista envolvido do mero curioso, pois ele é capaz de tomar decisões informadas com base

em experiência acumulada, comparações sensoriais e reflexões contínuas sobre o que constitui “um bom café”.

Ao reconhecer essa expertise como válida e produtiva, desestabiliza-se a fronteira entre o amador e o especialista, o consumidor e o detentor de conhecimento. Mais do que consumidores exigentes, esses sujeitos tornam-se coautores das transformações em curso no universo dos cafés especiais, influenciando práticas, afetando reputações e, em alguns casos, contribuindo diretamente para o desenvolvimento de novas técnicas e tendências sensoriais.

A pesquisa de Silva, Vilas Boas e Teodoro (2023) investiga como os valores pessoais dos consumidores brasileiros influenciam sua relação com os cafés especiais. Os autores identificam que os valores de autodirecionamento, estimulação e realização estão entre os mais associados ao comportamento de consumo nesse nicho. Isso significa que os consumidores tendem a valorizar a autonomia nas escolhas, o prazer em experimentar novidades e o êxito pessoal. Tais valores se manifestam em práticas que incluem o engajamento com métodos de preparo diferenciados, o apreço por produtos com narrativas de origem e sustentabilidade, e a busca por conhecimento técnico que permita ao consumidor assumir um papel ativo na avaliação do produto. O consumo de cafés especiais, segundo os autores, não é apenas um ato utilitário ou hedonista, mas uma prática carregada de sentido, por meio da qual os indivíduos expressam suas identidades e constroem vínculos com comunidades de valor. Ao adotar critérios próprios de julgamento e se engajar em processos de aprendizagem contínua, esses consumidores exercem um tipo de agência simbólica que os aproxima daquilo que os autores denominam como “consumidores culturais”, isto é, sujeitos que atribuem significados sociais e pessoais ao ato de consumir, contribuindo para a consolidação de um campo simbólico que vai além da simples apreciação sensorial.

Já o estudo de Urwin, Kesa e Sao Joao (2022), realizado na África do Sul, fornece evidências de como a cultura do café especial também se associa a processos de educação informal e à construção de uma comunidade de consumidores engajados. Os autores mostram que o gosto por cafés especiais não é apenas resultado de atributos objetivos do produto, mas de um processo de aprendizagem coletiva, muitas vezes mediado por baristas, redes sociais e interações em cafeterias. Esse processo é gradativo e cumulativo, envolvendo desde o primeiro contato com métodos até a capacidade de avaliar a feitura do café com vocabulário técnico. A pesquisa reforça que os consumidores tornam-se agentes ativos na valorização e expansão do mercado, contribuindo para sua legitimação social e complexificação simbólica. Esse dado ressoa com a trajetória de hobistas como Vitor, cuja expertise emerge justamente

dessa combinação entre prática, experimentação e interação com uma comunidade mais ampla.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação teve como principal objetivo compreender o processo de valorização simbólica e material dos cafés especiais no Brasil, a partir da análise da cena das cafeterias especiais em Brasília. O caminho trilhado partiu de uma pergunta inicial sobre o que a produção desse novo “gosto” representava e desdobrou-se na observação etnográfica de práticas, discursos e sujeitos que constroem e performam aquilo que hoje é chamado de “café especial”. A aposta teórico-metodológica de seguir o café a partir do consumo – e não da produção – mostrou-se fértil para desvendar os sentidos sociais, políticos e econômicos que atravessam a cadeia produtiva contemporânea.

O trabalho foi estruturado em três capítulos. No primeiro, desenvolveu-se uma revisão histórica da trajetória do café no mundo e no Brasil, com ênfase em seu papel como mercadoria global e força motriz de transformações econômicas e sociais. Analisou-se como o café participou da formação do Brasil moderno, desde o período colonial até o século XXI, passando pela escravidão, pela imigração, pela constituição das elites agrárias e pela urbanização. Esta retomada histórica foi essencial para contextualizar o surgimento recente dos cafés especiais como nova etapa do sistema cafeeiro e como reinvenção simbólica de uma bebida já profundamente enraizada na cultura brasileira.

No segundo capítulo, delineou-se uma revisão teórica que articulou contribuições da Antropologia e da Sociologia. Discutiu-se o gosto como construção social e histórica, resultado de disputas simbólicas e da incorporação de saberes e competências. O café, nesse sentido, foi compreendido não apenas como bebida, mas como operador sociotécnico que conecta práticas, pessoas, discursos e materialidades. A partir dessas referências, foi possível analisar a emergência de um mercado que valoriza atributos como origem, *terroir*, rastreabilidade do produto e estética sensorial, promovendo uma educação do paladar e formas específicas de distinção social.

O terceiro capítulo apresentou os dados etnográficos produzidos em campo, com observações e entrevistas realizadas em cafeterias do Plano Piloto de Brasília com diferentes profissionais e consumidores de café, feiras gastronômicas e uma até mesmo a visita à uma fazenda de café no Distrito Federal. A etnografia revelou o papel central de determinados agentes – como baristas, empreendedores e consumidores engajados – na mediação dos sentidos atribuídos ao café. Identificaram-se diferentes tipos ideais de baristas, bem como os modos como esses sujeitos negociam prestígio, autoridade e pertencimento dentro de um mercado emergente. Foram também analisadas as estratégias estéticas, narrativas e espaciais

das cafeterias, que operam como cenários de distinção e sociabilidade, transformando o ato cotidiano de beber café em experiência carregada de valor simbólico.

Essa investigação contribui para ampliar os debates sobre produção, consumo, distinção e materialidade no Brasil contemporâneo. Ao tratar o café como objeto denso, dotado de historicidade e agência, foi possível evidenciar como uma bebida à primeira vista comum e cotidiana é ressignificada por circuitos técnicos, afetivos e comerciais que atravessam tanto a cidade quanto o campo.

Em suma, esta dissertação buscou mostrar que o café, quando observado em sua complexidade social e simbólica, oferece uma via privilegiada para pensar as dinâmicas do gosto, do mercado e das identidades de classe no Brasil atual. Entre grãos, xícaras e narrativas, o que se revela é uma trama de sentidos que conecta corpos, natureza, mercados, técnicas e mundos – uma verdadeira fabulação sobre o que significa, hoje, experimentar sabores “especiais”.

Referências Bibliográficas

APPADURAI, Arjun. Introduction: commodities and the politics of value. In: APPADURAI, Arjun (ed.). *The social life of things: commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986. p. 3–63.

BASTOS, Pedro Paulo Zahluth. Centro e periferia no padrão-ouro: qual a contribuição de Formação Econômica do Brasil? In: ARAÚJO, Tarcísio Patrício de; VIANNA, Salvador Teixeira Werneck; MACAMBIRA, Júnior (org.). **50 anos de Formação Econômica do Brasil**: ensaios sobre a obra clássica de Celso Furtado. Rio de Janeiro: Ipea, 2009. p. 147–173.

BECKER, Howard S. **Art Worlds**. Berkeley; Los Angeles; London: University of California Press, 1982.

BENJAMIN, César. Uma certa ideia de Brasil. In: ARAÚJO, Tarcísio Patrício de; VIANNA, Salvador Teixeira Werneck; MACAMBIRA, Júnior (Org.). **50 anos de Formação Econômica do Brasil**: ensaios sobre a obra clássica de Celso Furtado. Rio de Janeiro: Ipea, 2009.

BERISS, David; SUTTON, David. Starter: Restaurants, Ideal Postmodern Institutions. In: BERISS, David; SUTTON, David (org.). *The Restaurants Book: Ethnographies of Where We Eat*. Oxford: Berg, 2007. p. 1–17.

BEZERRA, Agamenon. Populismo, coronelismo e município na era pós-Vargas (1946–1964). *Nomos: Revista do Curso de Mestrado em Direito da UFC*, Fortaleza, 2006.

BEZERRA, Lohana Monaco. **Café, câmbio e indústria na primeira década republicana**. In: XI Congresso Brasileiro de História Econômica & 12ª Conferência Internacional de História de Empresas, Vitória: Associação Brasileira de Pesquisadores em História Econômica, 2015.

BOAS, Franz. **The Central Eskimo**. Washington: Smithsonian Institution, 1888. (Sixth Annual Report of the Bureau of Ethnology, 1884–1885).

BOAS, Franz. **Ethnology of the Kwakiutl**. Washington: Government Printing Office, 1921. (Thirty-fifth Annual Report of the Bureau of American Ethnology, 1913–1914).

BOAVENTURA, Patricia Silva Monteiro et al. **Cocriação de valor na cadeia do café especial**: o movimento da terceira onda do café. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 58, n. 3, p. 254–266, maio/jun. 2018.

BOITO JR., Armando. As bases políticas do neodesenvolvimentismo. In: *Fórum de Economia da Fundação Getúlio Vargas*, 9, 2012. São Paulo: FGV, 2012. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/16866>. Acesso em: 11 abr. 2025.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção:** crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **O senso prático.** Petrópolis: Vozes, 2009.

CABRAL, Lígia Martins; SÁ, Ana Cristina. **Conheça a história do Instituto Brasileiro do Café (IBC).** Revista Cafeicultura, 30 jul. 2018. Disponível em: [https://revistacafeicultura.com.br/conheca-a-historia-do-instituto-brasileiro-do-cafe-ibc/#:~:text=CONHE%C3%87A%20A%20HIST%C3%93RIA%20DO%20INSTITUTO%20BRASILEIRO%20DO%20CAF%C3%89%20\(IBC\),-Autarquia%20do%20governo](https://revistacafeicultura.com.br/conheca-a-historia-do-instituto-brasileiro-do-cafe-ibc/#:~:text=CONHE%C3%87A%20A%20HIST%C3%93RIA%20DO%20INSTITUTO%20BRASILEIRO%20DO%20CAF%C3%89%20(IBC),-Autarquia%20do%20governo). Acesso em: 20 abr. 2025.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. **O trabalho do antropólogo:** olhar, ouvir e escrever. In: CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. *O trabalho do antropólogo*. 2. ed. Brasília/São Paulo: Paralelo 15, 1998. Cap. 1. p. 17-35.

CASTRO, Lúcio Lívio Fróes de. **Potencialidades e limitações socioecológicas da região das montanhas capixabas predominante da cafeicultura de arábica:** elementos para a conformidade do processo de Indicação Geográfica (IG). Associação de Produtores de Cafés Especiais das Montanhas do Espírito Santo, 2019. Disponível em: <https://biblioteca.incaper.es.gov.br/digital/bitstream/item/4637/1/SEBRAE-INDICACAO-GEOGRAFICA-INOVATES.pdf>. Acesso em: 12 de set. de 2024.

CHANG, Cheryl; MCGONIGLE, Ian. **Kopi culture:** consumption, conservatism and cosmopolitanism among Singapore's millennials. *Asian Anthropology*, [s. l.], 2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/1683478X.2020.1726965>.

COITÉ, Lucas Filipe Souza. **Empreendedores dos espaços públicos:** estratégias de uso, mercadorização e consumo em feiras gastronômicas e culturais na cidade de Salvador. *SciELO Preprints*, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.9975>. Acesso em: 1 jun. 2025.

COLLINS, Harry; PINCH, Trevor. **O Golem à solta:** o que você deve saber sobre a tecnologia. São Paulo: Editora Unesp, 2010.

CONTRERAS, Jesús; GRACIA, Mabel. **Alimentación y cultura:** perspectivas antropológicas. 2. ed. Barcelona: Editorial Ariel, 2005.

CORSI, Francisco Luiz. Política externa, projeto nacional e política econômica ao final do Estado Novo. *Política e Sociedade*, São Paulo, n. 12, abr. 2008.

COSTA, Mariana. **Pagar mais caro pelo café é o novo normal?** O Joio e O Trigo, 23 out. 2024. Disponível em: <https://ojoioetrigo.com.br/2024/10/pagar-mais-caropelo-cafe-e-o-novo-normal/>. Acesso em: 23 abr. 2025.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

DE CERTEAU, Michel; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. **La invención de lo cotidiano**. Vol. 2: Habitar, cocinar. Tradução de Alejandro Pescador. México: Universidad Iberoamericana/ITESO, 1999.

DELFIN NETTO, Antonio. **O problema do café no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

DELFIN NETTO, Antonio. **O problema do café no Brasil**. Revista de Estudos Econômicos, São Paulo, v. 50, n. 2, p. 223–225, abr./jun. 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/0101-416150211adf>. Acesso em: 21 abr. 2025.

DELGADO, Guilherme C. Terra e mão de obra em Formação Econômica do Brasil. In: ARAÚJO, Tarcísio Patrício de; VIANNA, Salvador Teixeira Werneck; MACAMBIRA, Júnior (org.). **50 anos de Formação Econômica do Brasil**: ensaios sobre a obra clássica de Celso Furtado. Rio de Janeiro: Ipea, 2009. p. 229–247.

DELGADO, Guilherme C. A questão agrária no Brasil: 1950–2003. In: JACCOUD, Luciana (Org.). **A questão social e políticas sociais no Brasil contemporâneo**. Brasília: IPEA, 2009a. Cap. 2, p. 51–90.

DOGA, Melina. **Consumption of coffee in the Coffee Cultural Landscape of Colombia (CCLC): the “bad consumer” & the rise of specialty coffee**. Ciencia Nueva. Revista de Historia y Política, Pereira (Colômbia), v. 3, n. 2, p. 23–39, jul./dez. 2019.

DOUGLAS, Mary. **Pureza e perigo**: um estudo dos conceitos de poluição e tabu. Rio de Janeiro: Edições 70, 1991.

DOUGLAS, Mary (org.). **Constructive drinking**: perspectives on drink from anthropology. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

DULCI, Luiza Borges. **O Sul de Minas Gerais e a governança da rede de produção global do café no século XXI**. 2021. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

DUPIN, Leonardo Vilaça. **“Inconfidência queijeira”**: evoluções institucionais e práticas multiespécie na construção de um mercado de excelência para os queijos artesanais de Minas

Gerais. *Revista Antropolítica*, Niterói, v. 55, n. 1, e56112, jan./abr. 2023. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/56112>. Acesso em: 03 abr. 2025.

ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

EVANS-PRITCHARD, E. E. **Os Nuer**: modo de subsistência e instituições políticas de um povo nilota. São Paulo: Perspectiva, 1978.

FALEIROS, Rogério Naques. Do escravo ao imigrante: a transição do trabalho nas fazendas de café paulistas. *Revista Brasileira de História Econômica*, São Paulo, v. 23, n. 1, p. 78-103, 1999.

FAVRET-SAADA, Jeanne. **Ser afetado**. In: _____. Feitiço e feitiçaria no oeste da França. Trad. Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Graal, 2005. p. 181–199.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. 12. ed., 1. reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

FELIPE, Ednilson Silva; BERTOLANI, Mayara Lyra. O Estado, os conflitos das classes dominantes e a influência do capital estrangeiro na defesa do café no Brasil na Primeira República (1889-1930). *Revista Econômica do Centro-Oeste*, Goiânia, v. 5, n. 2, p. 2-23, 2019.

FERNANDES, Maria Fernanda Lombardi. Os republicanos e a abolição. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, n. 27, p. 181-195, nov. 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rsocp/a/tBCwFvN8Bk7Br4rfc6QgJ/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 17 mar. 2025.

FERRÃO, R. G. et al. **Café Conilon**. 2. ed. Vitória: Incaper, 2017. Disponível em: <https://biblioteca.incaper.es.gov.br/digital/bitstream/item/337/1/Livro-Cafe-Conilon-2a-Edicao.pdf>. Acesso em: 2 abr. 2025.

FRAGA, Constantino C. Resenha histórica do café no Brasil. In: *Agricultura em São Paulo: Boletim da Divisão de Economia Rural São Paulo*, Secretaria da Agricultura do Estado de São Paulo, 1963.

FURTADO, Celso. **Formação econômica do Brasil**. 32. ed. São Paulo: Editora Nacional, 2005.

GALETI, Paulo Anestar. **Pelos caminhos do café**. 1. ed. Campinas: Secretaria de Agricultura e Abastecimento, Coordenadoria de Assistência Técnica Integral (CATI), 2004.

GALTIER, Franck; BELLETTI, Giovanni; MARESCOTTI, Andrea. **Are Geographical Indications a way to “decommodify” the coffee market?** In: CONGRESS OF THE

EUROPEAN ASSOCIATION OF AGRICULTURAL ECONOMISTS – EAAE, 12., 2008, Ghent. Proceedings... Ghent: EAAE, 2008.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GOIZ, Juliana de Almeida. Das teorias racialistas ao genocídio da juventude negra no Brasil contemporâneo: algumas reflexões sobre um país nada cordial. *Aedos*, Porto Alegre, v. 8, n. 19, p. 108-127, dez. 2016. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/aedos/article/view/68758>. Acesso em: 17 mar. 2025.

GOMENSORO, Patrícia de. A experiência sensorial na degustação de vinhos: treinamento dos sentidos, discurso e construção de gosto. In: MENASCHE, Renata; ALVAREZ, Marcelo; COLLAÇO, Janine (Orgs.). *Dimensões socioculturais da alimentação: diálogos latino-americanos*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2012. p. 195–210.

GUIMARÃES, Elisa Reis et al. **A terceira onda do café em Minas Gerais**. Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras, v. 18, n. 3, p. 214–227, 2016. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87849440002>. Acesso em: 20 maio 2025.

HARVEY, David. **A condição da pós-modernidade**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1992.

HESPANHOL, Gian Carlo Maciel Guimarães. **As diferentes perspectivas de Furtado e Delfim Netto para o desenvolvimento econômico brasileiro**. In: XII Congresso Brasileiro de História Econômica & 13ª Conferência Internacional de História de Empresas, São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores em História Econômica, 2017. Disponível em: <https://www.abphe.org.br/arquivos/gian-carlo-maciel-guimaraes-hespanhol.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2025.

HOLLOWAY, Thomas H. **Vida e morte do Convênio de Taubaté**: a primeira valorização do café. Tradução de Mario Roberto Corrêa da Silva. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

HOLLOWAY, Thomas H. **Imigrantes para o café**: café e sociedade em São Paulo, 1886–1934. Tradução de Eglê Malheiros. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

HOWES, David. **The social life of the senses**. *Ars Vivendi Journal*, v. 3, p. 4–23, 2013.

HURSTON, Zora Neale. **Mules and Men**. Philadelphia: J. B. Lippincott Company, 1935.

INGOLD, Tim. **The perception of the environment**: essays in livelihood, dwelling and skill. London: Routledge, 2000.

JACOB, Heinrich Eduard. **Coffee**: the epic of a commodity. New Jersey: Burford Books, 1998.

KOPYTOFF, Igor. The cultural biography of things: commoditization as process. In: APPADURAI, Arjun (org.). **The social life of things: commodities in cultural perspective**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986. p. 64–91.

LAFERTÉ, Gilles. **Imagem social ou luta política e cultural pelo controle do mercado**. Mana, v. 14, n. 2, p. 399–427, 2008.

LAGES, Mauricio Piatti. **A formação do consumo gourmet no Brasil: o caso dos cafés especiais e dos corpos que os acompanham**. 2015. 192 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

LAGES, Maurício Piatti. **O lugar do gosto na cadeia de valor do café: um olhar a partir das cafeterias de Brasília e São Paulo**. Arquivos do CMD, v. 4, n. 2, p. 34-52, jul./dez. 2016.

LAMOUNIER, Maria Lúcia. **Agricultura e mercado de trabalho: trabalhadores brasileiros livres nas fazendas de café e na construção de ferrovias em São Paulo, 1850–1890**. Estudos Econômicos, São Paulo, v. 37, n. 2, p. 353–372, abr./jun. 2007.

LAPA, José Roberto do Amaral. **A economia cafeeira**. 4. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987. (Coleção Tudo é História nº 72).

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede**. Salvador: EDUFBA; São Paulo: EDUSC, 2012.

LEÃO, Everson de Almeida. **A produção de cafés especiais no Brasil e a emergência de novos padrões de competitividade**. 2010. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Econômico) – Universidade Federal do Paraná.

LE BRETON, David. **Antropologia dos sentidos**. Tradução de Francisco Morás. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

LEDERMAN, Júlia Zonenschein. **O desenvolvimento da economia cafeeira no Rio de Janeiro na década de 1920**. Monografia (Bacharelado em Economia) – Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2009.

LEITE, Carlos Roberto Saraiva da Costa. **A escravidão no Brasil: do ciclo do café à abolição**. Portal Geledés – Instituto da Mulher Negra, 2016. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/escravidao-no-brasil-do-ciclo-do-cafe-abolicao/>. Acesso em: 13 mar. 2025.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **El origen de las maneras de mesa**. Barcelona: Editorial Planeta, 1968.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O cru e o cozido**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Os argonautas do Pacífico Ocidental**: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné melanésia. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

MARCUS, George E. **Ethnography in/of the world system**: the emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, Palo Alto, v. 24, p. 95–117, 1995.

MARINGONI, Gilberto. Abolição e racismo nas imagens de Angelo Agostini. *Aurora: Revista de Arte, Mídia e Política*, São Paulo, v. 17, n. 49, p. 6-28, jan./jun. 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.23925/1982-6672.2024v17i49p6-28>. Acesso em: 17 mar. 2025.

MARTINS, Ana Luiza. **História do café**. 2. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2012.

MARX, Karl. **O capital**: crítica da economia política. Livro I: O processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo, 2011.

MARX, Karl. **Contribuição à crítica da economia política**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2008. 288 p.

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva**: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MINTZ, Sidney W. **Sweetness and power**: the place of sugar in modern history. New York: Penguin Books, 1985.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. São Paulo: Editora Senac, 2008.

MORAES, Antonio Carlos Robert. **A fazenda de café**: um passeio pelo Vale do Paraíba em 1881. São Paulo: Atual, 1989.

MOURA, Clóvis. **Rebeliões da senzala**: quilombos, insurreições, guerrilhas. São Paulo: Edições Zumbi, 1988.

MUCCILLO, Luísa Menuci. **Para conservar é preciso comer**: os arranjos multiespécies na reprodução da raça de porco Moura. 2024. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade de Brasília, Brasília, 2024.

NAGAY, Julio Hidemitsu Corrêa. Café no Brasil: dois séculos de história. *Revista Formação Econômica*, Campinas, v. 3, p. 17-23, 1999.

OLIVEIRA, Francisco de. Deslocamento do centro dinâmico em Celso Furtado. In: ARAÚJO, Tarcísio Patrício de; VIANNA, Salvador Teixeira Werneck; MACAMBIRA, Júnior (org.). **50 anos de Formação Econômica do Brasil**: ensaios sobre a obra clássica de Celso Furtado. Rio de Janeiro: Ipea, 2009. p. 39–54.

ORTEGA, Antonio César; JESUS, Clésio Marcelino. **Território Café do Cerrado**: transformações na estrutura produtiva e seus impactos sobre o pessoal ocupado. *RESR*, Piracicaba, SP, v. 49, n. 03, p. 771–800, jul./set. 2011.

PANDOLFI, Dulce Chaves; GRYNSZPAN, Mario. **Da revolução de 30 ao golpe de 37**: a depuração das elites. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, 1987.

PANG, Eul-Soo. **Coronelismo e oligarquias**: 1889-1934, a Bahia na 1ª República brasileira. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979.

PARRISH, Sabine. **Caffeinated aspirations**: social mobilities and specialty coffee baristas in Brazil. *Food, Culture & Society*, [s. l.], v. 27, n. 2, p. 1–25, 13 maio 2024.

PAXSON, Heather. **The life of cheese**: crafting food and value in America. Berkeley: University of California Press, 2013.

PEIRANO, Mariza. **Etnografia não é método**. In: _____. *Etnografia: teoria, método e experiência*. Rio de Janeiro: Zahar, 1995. p. 63–84.

PEIRANO, Mariza. **Etnografia, ou a teoria vivida**. *Ponto Urbe*, n. 2, 2008. Disponível em: <https://journals.openedition.org/pontourbe/1890>. Acesso em: 1 jun. 2025.

PRADO JÚNIOR, Caio. **Formação do Brasil Contemporâneo**. 23. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

PULITI, Paula. História do jornalismo econômico no Brasil: do café ao tempo real. *Líbero*, São Paulo, v. 16, n. 31, p. 41–50, jan./jun. 2013.

QUINTÃO, Ronan Torres; BRITO, Eliane Pereira Zamith. **Connoisseurship consumption and market evolution**: an institutional theory perspective on the growth of specialty coffee consumption in the USA. *Revista Brasileira de Marketing*, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 1–15, jan./mar. 2016. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471755315001>. Acesso em: 20 maio 2025.

RAMIRO, Patrícia Alves. A reinvenção do rural pelo turismo: o caso dos gêses rurais. In: WOORTMANN, Ellen; CAVIGNAC, Julie A. (org.). *Ensaio sobre a antropologia da alimentação: saberes, dinâmicas e patrimônios*. Brasília: ABA Publicações, 2017. p. 129–149.

REICHMAN, Daniel. **Big Coffee in Brazil**: historical origins and implications for anthropological research. *Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*, v. 23, n. 3, p. 529–548, 2018.

RIBAS, Pedro. **Circuito açai**: frentes de mercantilização e modos de vida ribeirinhos no estuário amazônico. 2024. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade de Brasília, Brasília, 2024.

RICHARDS, Audrey. **Hunger and work in a savage tribe**: a functional study of nutrition among the Southern Bantu. London: Routledge, 1932.

ROMERO, José Peres; ROMERO, João C. Peres. **Cafeicultura prática**: cronologia das publicações e fatos relevantes. São Paulo: Editora Agronômica Ceres, 1997.

ROSEBERRY, William. **The rise of yuppie coffees and the reimagination of class in the United States**. *American Anthropologist*, v. 98, n. 4, p. 762–775, 1996.

SAES, Maria Sylvia Macchione; NAKAZONE, Douglas. **O agronegócio café do Brasil no mercado internacional**. *Revista FAE Business*, n. 9, set. 2004.

SAMPAIO, Elias de Oliveira. **A questão da mão de obra na formação econômica do Brasil**: revisitando o debate à luz da teoria da causação circular acumulativa. Fortaleza: XXIII Encontro Regional de Economia, 2018. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/documents/45787/697835/A+quest%C3%A3o+da+m%C3%A3o+de+obra+na+forma%C3%A7%C3%A3o+econ%C3%B4mica+do+Brasil+-+revisitando+o+debate+%C3%A0+luz+da+teoria+da+causa%C3%A7%C3%A3o+circular+acumulativa.pdf/5685ab67-89e8-0353-fdc0-1bc71221429e?version=1.0&t=1638910701404&download=true>. Acesso em: 12 ago. 2024.

SANTOS, Roseane M.; LIMA, Darcy R. **Coffee**: the revolutionary drink for pleasure and health. Estados Unidos: Xlibris Corporation, 2007.

SARETTA, Fausto. **A política econômica brasileira**: 1946/1950. *Revista de Sociologia e Política*, São Paulo, n. 4/5, 1995.

SCHNEIDER, Alberto Luiz. Machado de Assis e Silvio Romero: escravidão, “raça” e cientificismo em tempos de campanha abolicionista (década de 1880). *Almanack*, Guarulhos, n. 18, p. 451–488, abr. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/2236-463320181810>. Acesso em: 17 mar. 2025.

SEBRAE. **Café gourmet e orgânico**: estudo de mercado SEBRAE/ESPM. Brasília: SEBRAE, 2008. Disponível em: <https://www.biblioteca.sebrae.com.br>. Acesso em: 23 abr. 2025.

SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. **Café**: cafés especiais. Brasília: SENAR, 2017. 104 p. (Coleção SENAR, n. 193).

SIGNORELI, Izabel Cristina Alves. **Cozinha goiana**: identidade e tradição culinária em Bariani Ortencio. 2010. 126 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Estadual de Goiás, Goiânia, 2010.

SILVA, Paula Pinto. **Farinha, feijão e carne seca**: um estudo da alimentação no Brasil a partir da obra de Câmara Cascudo. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

SILVA, Djanilson Amorim da. **Antropologia da cachaça**: um estudo sobre produção, circulação e consumo do destilado brasileiro. 2019. Tese (Doutorado em Antropologia) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2019.

SILVA, Sarah Cordeiro dos Santos; SILVA, Suzana Pedroza da. A gourmetização do café no Brasil. In: *Ciência e Tecnologia de Alimentos: pesquisa e práticas contemporâneas*, v. 19, 2020. DOI: 10.37885/210504556.

SILVA, Sérgio. **Expansão cafeeira e origens da indústria no Brasil**, 5 ed., Rio de Janeiro, Alfa-Omega, 1981.

SILVA, Marcos Giovane da; VILAS BOAS, Luiz Henrique de Barros; TEODORO, Alberdan José da Silva. **Behind the “specialty”**: personal values that influence the behavior of specialty coffee consumers. *British Food Journal*, v. 125, n. 6, p. 1995–2012, 2023.

SIMMEL, Georg. **Sociologia da refeição**. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 33, p. 159-166, 2004.

SIQUEIRA, Tagore Villarim de. **A cultura do café**: 1961–2005. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 22, p. 205–270, set. 2005. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/bibliotecadigital>. Acesso em: 19 abr. 2025.

SMITH, Julia. **Coffee Landscapes**: Specialty Coffee, Terroir, and Traceability in Costa Rica. *Culture, Agriculture, Food and Environment*, v. 40, n. 1, p. 36–44, 2018.

STRONZA, Amanda. **Anthropology of Tourism**: Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives. *Annual Review of Anthropology*, v. 30, p. 261–283, 2001.

TAUNAY, Afonso d'E. **Pequena história do café no Brasil**. Rio de Janeiro: Fundação Darcy Ribeiro, 2013.

TELES, Camila R. Arcanjo; BEHRENS, Jorge Herman. The waves of coffee and the emergence of the new Brazilian consumer. *In: Coffee consumption and industry strategies in Brazil*. Duxford: Woodhead Publishing; Elsevier, 2020. p. 375 il. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-814721-4.00009-3>. Acesso em: 05 maio 2025.

TSING, Anna. **The mushroom at the end of the world**: on the possibility of life in capitalist ruins. Princeton; Oxford: Princeton University Press, 2015.

TSING, Anna. **Unruly edges**: mushrooms as companion species. *Environmental humanities*, Durham, n. 1, p. 141-154, 2012. Disponível em: https://www.environmentandsociety.org/sites/default/files/key_docs/eh_1.9_tsing.pdf. Acesso em: 15 abr. 2023.

TSING, Anna. **Viver nas ruínas**: paisagens multiespécies no Antropoceno. Brasília: IEB Mil Folhas, 2019.

URWIN, Roland; KESA, Hema; SAO JOAO, Erica. The rise of specialty coffee: An investigation into the consumers of specialty coffee in Gauteng. Johannesburg: College of Business and Economics, University of Johannesburg, 2022.

VELHO, Gilberto. **Observando o familiar**. *In: NUNES, Edson de O. (Org.). A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p. 36-46.

VERDIER, Yvonne. **Pour une ethnologie culinaire**. *L'Homme*, v. 9, n. 1, p. 49-57, 1969. Disponível em: https://www.persee.fr/doc/hom_0439-4216_1969_num_9_1_367018. Acesso em: 4 jun. 2025.

VIANNA, Salvador Teixeira Werneck. Considerações sobre o subdesenvolvimento brasileiro. *In: ARAÚJO, Tarcísio Patrício de; VIANNA, Salvador Teixeira Werneck; MACAMBIRA, Júnior (org.). 50 anos de Formação Econômica do Brasil: ensaios sobre a obra clássica de Celso Furtado*. Rio de Janeiro: Ipea, 2009. p. 93-120.

VISCARDI, Cláudia Maria Ribeiro. **O teatro das oligarquias**: uma revisão da "política do café com leite". 2. ed. Belo Horizonte: Fino Traço, 2012.

WAGNER, Roy. **A Invenção da Cultura**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

WEST, Paige. **Making the market**: specialty coffee, generational pitches, and Papua New Guinea. *Antipode*, v. 42, n. 3, p. 690-718, 2010.

WEST, Paige. **From modern production to imagined primitive:** the social world of coffee from Papua New Guinea. Durham: Duke University Press, 2012.

WOORTMANN, Ellen F. **A comida como linguagem.** Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 21, n. 62, p. 99–108, jun. 2006.

WOORTMANN, Klaas. **Hábitos e ideologias alimentares em grupos sociais de baixa renda:** relatório final. Brasília: Universidade de Brasília, 1978. (Série Antropologia, 20).

ZAMBALDE, André Luiz; SANTANA, Silvana Cristina; MONTANDON, João Eduardo. The waves of coffee and the emergence of the new Brazilian consumer. *In:* ALMEIDA, Luciana Florêncio de; SPERS, Eduardo Eugênio (org.). **Coffee consumption and industry strategies in Brazil.** São Paulo: Academic Press, 2022. p. 257-274.