

CONSUMO ALIMENTAR: entre regimes de valor e geopolítica¹

FOOD CONSUMPTION: Between Regimes of Value and Geopolitics

Fernanda MARTINELLI²
Beatriz BERALDO³

Resumo: Este artigo investiga o potencial político e comunicacional das práticas de consumo alimentar em contextos de disputa. Acorado nos estudos de consumo e na compreensão do consumo como um processo de comunicação, analisa como alimentos e produtos alimentícios são mobilizados como instrumentos de resistência, regulação e afirmação de identidades. A partir de uma abordagem que articula antecedentes históricos com contextos atuais em que alimentação ocupa o centro do debate público e das tensões político-econômicas, o artigo analisa como as tarifas aplicadas pelo governo dos Estados Unidos a produtos de diversos países, incluindo o Brasil, e uma paralisação nacional de restaurantes, também nos Estados Unidos, podem revelar a dimensão simbólica e política do consumo de alimentos. Em todos esses casos observamos como a alimentação atua simultaneamente como bem material, operador simbólico e linguagem política, convertendo-se em mediador estratégico de disputas simbólicas e geopolíticas.

Palavras-Chave: Consumo 1. Comunicação 2. Alimento 3.

Abstract: This article examines the political and communicative potential of food consumption practices in contexts of dispute. Grounded in consumption studies and in the understanding of consumption as a process of communication, it analyzes how food and food products are mobilized as instruments of resistance, regulation, and identity affirmation. Drawing on an approach that connects historical precedents with contemporary contexts in which food occupies the center of public debate and political-economic tensions, the article explores how tariffs imposed by the United States government on products from several countries, including Brazil, as well as a nationwide restaurant shutdown in the United States, reveal the symbolic and political dimensions of food consumption. In all these cases, we observe how food simultaneously functions as a material good, a symbolic operator, and a political language, becoming a strategic mediator of symbolic and geopolitical disputes.

Keywords: Consumption 1. Communication 2. Food 3.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Consumos e Processos de Comunicação. 35º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal - RN. 9 a 12 de junho de 2026.

² Professora Associada do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (PPG FAC-UnB). Doutora em Comunicação e Cultura pela ECO-UFRJ. E-mail: fernanda.martinelli@fac.unb.br

³ Professora Adjunta do Departamento de Audiovisuais e Publicidade da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC-UnB). Doutora em Comunicação Social pela PUC-Rio. E-mail: biaberaldob@gmail.com

1. Introdução

No dia 12 de março de 1930, Mahatma Gandhi e seus seguidores marcharam cerca de 400 quilômetros desde sua residência, o Sabarmati Ashram, até a pequena vila costeira de Dandi, na província de Gujarat, litoral oeste da Índia, em protesto contra as restrições da Inglaterra, de quem a Índia nesse momento ainda era colônia, e que obrigava os indianos a comprarem apenas os produtos importados da metrópole, em mais uma instância do monopólio criado por sistemas coloniais que também afetaram o desenvolvimento de colônias pelo mundo, como o próprio Brasil. No caso indiano, um produto, em particular, servia como um símbolo do colonialismo: o sal. Isto porque, naquele contexto, os indianos eram proibidos, inclusive, de produzir o próprio sal, apesar de abundantemente acessível na extensa costa deste país. A contradição entre a abundância de um recurso natural amplamente disponível e a interdição colonial ao seu uso social e econômico materializou-se no gesto performativo que ficou conhecido como a Marcha do Sal. Gandhi colocou a água do mar em um recipiente para que ela evaporasse e dali fosse possível extrair simbolicamente um punhado de sal – cuja produção local era monopolizada e proibida aos indianos pelo domínio britânico. Desse modo, o Gandhi não apenas violou uma norma fiscal, mas desestabilizou a legitimidade política do regime colonial, convertendo um ato cotidiano de produção de alimento em enunciação pública de soberania e resistência.

Este gesto marcou o início de uma série de manifestações de desobediência civil que incluem inúmeras prisões do líder indiano e fizeram com que ele se tornasse uma fonte de inspiração para a população lutar por independência. O episódio também serve para destacar a centralidade da produção e do consumo de *alimentos* (termo aqui utilizado em sentido *lato sensu*, como explicaremos adiante) costurando dimensões locais e globais, permeando formas de posicionar disputas políticas e afirmações de identidades. Nesse sentido, a Marcha do Sal evidencia como produtos vinculados à alimentação podem condensar e canalizar afetos coletivos, articulando discursos, sentimentos e práticas concretas que frequentemente são interpretados apenas sob uma racionalidade estritamente econômica e utilitarista. Esse processo revela como os bens operam no interior dos campos de disputa por soberania,

dominação econômica e identidade, ultrapassando sua dimensão material para se constituírem como vetores simbólicos e, portanto, políticos.

A ordem internacional à qual a Índia sonhada por Gandhi se juntou em 1947 oferecia às novas nações recém-independentes da segunda metade do século XX uma encruzilhada de modelos, na qual o ocidente capitalista representava um sistema internacional cuja força motriz era o comércio livre e aberto para as trocas internacionais, impulsionada por outra grande ex-colônia britânica, os Estados Unidos. Mais de 150 anos antes da Marcha do Sal, durante a Revolução Americana, um grupo de 16 integrantes da associação *Sons of Liberty* promoveu o episódio conhecido como *Boston Tea Party*, ao qual retornaremos neste artigo. Resta pertinente observar que a ordem econômica internacional vigente consolidou um universo de trocas comerciais expansivas, barreiras e restrições comerciais suprimidas e incentivos à liberalização, além de antagonismo feroz aos países, inclusive aqueles em processo de desenvolvimento, que optaram por fechar suas economias, elevar barreiras alfandegárias, fitossanitárias e outras.

Talvez por essa razão o momento contemporâneo, com a proliferação de discursos sobre imposição de tarifas, restrições e boicotes em exportações como parte da gramática geopolítica no âmbito da economia e das relações internacionais indique elementos de reflexão importantes, ainda que este ciclo histórico-econômico não tenha chegado a um equilíbrio ou conclusão. O que tal momento também propicia é observar como as interferências no trânsito de mercadorias voltadas para a alimentação provocam efeitos que vão além dos números, atingindo hábitos, comportamentos e estilos de vida de um grande contingente de pessoas e gerando reações condizentes.

No caso indiano, por exemplo, a população não estava apenas privada de um alimento, isoladamente. Estava impedida de usar um tempero fundamental para a culinária – o que, por sua vez, interfere nas práticas de toda uma cadeia de rituais próprios daquela cultura. Nesses termos, as práticas de consumo associadas à comensalidade – ou seja, à função social dos alimentos – são, além de essenciais para a sobrevivência biológica e para a movimentação da economia moderna, muito importantes na realização de trocas simbólicas, funcionando como acessórios rituais no sentido apontado por Douglas e Isherwood (2004), ou seja: funcionam também como meios de comunicação e ordenação simbólica que tornam visíveis e inteligíveis as classificações sociais. Isso significa que os alimentos atuam como mediações materiais através das quais se produzem e se negociam pertencimentos, fronteiras e hierarquias,

integrando os processos de constituição e de tensionamento das identidades vinculadas à cultura de uma nação.

No século XXI, os processos sociais e econômicos podem ser interpretados tanto sob a ótica da transformação quanto da permanência. Se, por um lado, o sistema econômico e as formas de exercício do poder se reconfiguram com o declínio do modelo colonial e o desmantelamento dos grandes impérios europeus – exemplificado pela derrocada do Império Britânico e pela ascensão dos Estados Unidos como potência hegemônica, que ao longo do século XX reorganizou os circuitos produtivos, comerciais e financeiros em escala global –, por outro, persistem dinâmicas que atravessam esses rearranjos históricos e momentos específicos. Essas continuidades se manifestam nas disputas entre poderes frequentemente assimétricos, expressas por meio das trocas produtivas e reiteradamente mediadas por bens cujo sentido simbólico e centralidade existencial para indivíduos, grupos, populações e Estados são suficientemente densos para mobilizar afetos, engendrar solidariedades e, potencialmente, tensionar ou subverter hierarquias e normas estabelecidas e impostas. Isso se torna particularmente evidente quando o poder econômico e político busca regular ou restringir dimensões consideradas essenciais à vida digna. É nesse horizonte que situamos a centralidade dos alimentos: não apenas como mercadorias inseridas em cadeias globais de produção e circulação, mas como elementos que escapam ao cálculo político-econômico estritamente instrumental. Ao operarem simultaneamente como bens materiais e signos carregados de valor social, cultural e identitário, os alimentos se tornam mediadores de conflitos que contrapõem atores profundamente assimétricos, tanto em contextos territorializados de vizinhança, quanto em arenas globais e macropolíticas.

Ainda que seja possível afirmar que as relações restritivas entre colonizadores e colônias já não existem nos mesmos moldes do século passado, o comércio de alimentos ainda configura arena de disputa entre os países. Recentemente, ganhou destaque o chamado “tarifaço” que o governo norte-americano impôs ao mundo inteiro e, particularmente, ao Brasil (ATLANTIC COUNCIL, 2026; BURKHART E HAMMOND, 2026). As medidas adotadas pelos Estados Unidos impactam o comércio internacional de diferentes formas, provocando tensões entre governos, comerciantes e a população dos países envolvidos principalmente por

interferir nos hábitos de consumo dos cidadãos. Entre esses produtos destacam-se os bens de consumo alimentar.

Diante das muitas possibilidades de investigar a questão das tarifas internacionais vigentes, este artigo propõe fazer um recorte ensaístico de análise, iluminando as questões em torno das narrativas e práticas de consumo de alimentos em contextos de crise, olhando de modo específico, para o atual contexto norte-americano. Para tanto, à luz de teóricos da antropologia do consumo e da comunicação social, o texto se divide em quatro partes: 1) em um primeiro momento, trazemos uma discussão a respeito da vinculação entre o consumo de alimentos e as trocas simbólicas que repercutem na ação política; 2) Posteriormente, direcionamos nossa análise para o “tarifaço” que os Estados Unidos, em 2025, impuseram a diversos países, incluindo o Brasil; 3) Acrescentamos, então, um olhar exploratório sobre a “paralisação nacional” (*national shutdown*) que aconteceu em diversas cidades norte-americanas em 30 de janeiro de 2026, organizada por movimentos sociais, ativistas, sindicatos e uma diversidade de atores e instituições, com forte protagonismo do setor de restaurantes, na forma de um ato coordenado de protesto e solidariedade aos imigrantes que compõem parcela significativa da força de trabalho desse segmento; e 4) Finalmente, dedicamos uma última seção para as considerações finais.

Ao transformar o sal em instrumento de contestação, Gandhi tornou visível aquilo que frequentemente permanece naturalizado: o consumo, longe de ser um gesto privado e ordinário, integra processos de comunicação social por meio dos quais se produzem sentidos, se articulam pertencimentos e se confrontam projetos de poder (MILLER, 1987). É essa dimensão comunicacional e política do consumo alimentar que orienta as reflexões desenvolvidas nas páginas seguintes.

2. Consumo alimentar como linguagem simbólica e disputa política

Antes de avançarmos na nossa proposta de análise, faz-se necessária a revisão de alguns termos e conceitos, aqui apresentados a partir da perspectiva da antropologia do consumo e da comunicação social, para que possamos estruturar nossa argumentação. Em primeiro lugar, é importante demarcar o uso do termo “alimentos” de forma intercambiável com as noções de “comida”, “produtos alimentícios”, e ainda, “temperos”. Sabemos que vários autores

estabelecem distinções entre o que é alimento e o que é comida (DA MATTA, 1987; MACIEL, 2001; POULAIN, 2013) reforçando a dicotomia entre natureza e cultura. No entanto, atribuindo-lhes o sentido único de “cultura material” (MILLER, 2007), optamos por estabilizar a ideia de que todos os elementos que fazem parte da alimentação serão tratados igualmente como produtos para consumo, sejam eles alimentos *commodities*, com baixo nível de industrialização, ou comidas, no sentido que Poulain (2013, p. 240) atribui, isto é, a transformação do alimento (pensado como algo “natural”) em um produto mais robusto em significado, figurando como parte de uma rede de comunicação e uma “visão de mundo”.

Nossa argumentação também encontra amparo nas teses de Tim Dant (2006) que defende que os seres humanos, diferente dos demais animais, não se integraram à natureza, mas, de outro modo, se especializaram em adaptar a natureza ao seu modo de vida. Assim, mesmo o alimento “natural” é, necessariamente, revestido de cultura. Para o autor, uma forma de observar o quanto enredamos a natureza na cultura é observar o modo como lidamos com um bem indispensável à vida: a água. “A água é um componente da civilização material que tem muitas ramificações em diferentes aspectos da vida social e afeta a demografia, alimentação, desenvolvimento das cidades e, portanto, está entrelaçada a relações comerciais” (DANT, 2006, p. 7). Na esteira deste raciocínio, Tim Dant alega que o ser humano transformou a água em um produto e, como um produto, ela está sujeita a trocas comerciais e ao caráter exclusivo. Água de beber, água de banhar, água de lavar, água de cozinhar, água de batizar, água de nadar, água de enfeitar – estas são apenas algumas aplicações deste produto que, embora seja “natural”, está sempre embalado pela cultura.

Sahlins, por sua vez, (2003) nos explica que as decisões tomadas em relação ao consumo de determinados tipos de carne na “América” (termo que ele menciona se referindo aos Estados Unidos), como as de boi e de porco, e a restrição ao consumo de outras, como de cachorro e cavalo, não atendem a uma lógica que se inscreva “na razão prática”. De outro modo, tais definições estão estabelecidas por um repertório simbólico, culturalmente codificado, o que é facilmente verificável na oposição entre os países Estados Unidos e Índia: enquanto no primeiro o consumo de carne bovina é um dos mais elevados do planeta, no país mais populoso do mundo, a vaca é um animal sagrado e, por isso, o consumo de sua carne é interdito.

Nesse sentido, observamos ainda que as experiências comerciais de troca de alimentos, ao longo da história, funcionaram como uma importante forma de comunicação e aprendizado

entre os diferentes povos. Em *O Bazar do Renascimento*, o historiador Jerry Brotton (2009) narra como o fluxo de mercadorias – entre elas, ganham destaque as especiarias e temperos – materializa as transações culturais fluidas entre diferentes culturas no período renascentista. Para que esse comércio se tornasse possível, avanços científicos foram produzidos e catalogados resultando, entre outros aspectos, no desenvolvimento de estruturas de navegação, na criação de mapas *mundi* e outros conhecimentos que impactaram definitivamente as fronteiras globais, resultando nas grandes navegações dos séculos XV e XVI:

Com a revisão do imaginário geográfico europeu veio a transformação da vida cotidiana. As especiarias que chegavam à Europa influenciavam o quê e como as pessoas comiam, assim como influxo de coco, inhame e banana (do Oriente) e abacaxi, amendoim, mamão e batatas (das Américas). (...) Lisboa transformou-se em uma das cidades europeias mais ricas: ali era possível comprar de tudo (...) (BROTTON, 2009, p. 164).

Em razão deste potencial agregador, as relações comerciais de produtos alimentícios são, eventualmente, utilizadas como ferramentas de poder para estabelecer hierarquias entre países – como vimos no exemplo da Marcha do Sal que abre este ensaio.

Na visão de Campbell (2001; 2006), mais do que uma sociedade de consumo, somos uma civilização do consumo, na qual o desejo ocupa posição central na dinâmica social. Nesse sentido, o consumo moderno seria movido por um hedonismo imaginativo: os indivíduos não consomem apenas para satisfazer necessidades materiais ou biológicas, mas para experimentar sensações antecipadas, projetar estilos de vida e alimentar fantasias socialmente construídas. Nessa perspectiva, os bens são investidos de significados que extrapolam sua função utilitária e passam a operar como suportes de expectativas, distinção e autorrealização. Aplicado ao universo dos alimentos, esse argumento permite compreender que a escolha de determinados produtos (sejam eles um café de origem específica, um prato tradicional ou um ingrediente importado) não se reduz a critérios nutricionais ou econômicos. O ato de comer mobiliza imaginários de autenticidade, pertencimento, sofisticação ou tradição, articulando prazer sensorial e identificação simbólica. Assim, os alimentos se tornam veículos de experiências desejadas e de narrativas sobre quem somos ou quem aspiramos ser, reforçando seu papel como elementos centrais nas disputas culturais, econômicas e políticas que atravessam o consumo.

Uma das experiências mais significativas a produzir esta vinculação entre política e consumo de alimentos na história norte-americana, está localizada ainda no século XVIII, quando um boicote modificou as relações entre os Estados Unidos e a Coroa Britânica. Para o pesquisador Timothy Breen (1988), na verdade, a questão do consumo nas então “Treze

Colônias Britânicas na América do Norte” (denominação atribuída ao conjunto de treze colônias localizadas na costa leste do atual território dos Estados Unidos e submetidas ao domínio britânico antes da independência) e a opção pelo boicote a alguns produtos ingleses foi fundamental para o nascimento de um sentimento de patriotismo e pertencimento entre a população colonial. Conforme relatam também Rocha, Frid e Corbo (2015), neste período, “(...) a Coroa dava relativa autonomia às colônias norte-americanas, porém mantendo a subordinação destas, sobretudo, por meio de decisões relacionadas às atividades comerciais” (ROCHA; FRID; CORBO, 2015, p. 329). Logo após o fim da Guerra dos Sete Anos (1756-1763), a Coroa implementa a Lei do Açúcar que instituiu taxas para a importação de melaço, açúcares e outros produtos que vinham da Europa transformando as mercadorias da Inglaterra na única possibilidade de compra para as colônias. Com este cenário, os americanos promovem o primeiro boicote aos bens importados dos ingleses (BERALDO, 2019).

Em 1767, as Leis Townshend intensificam a animosidade comercial entre colonos e ingleses. O conjunto de leis determinava um significativo aumento nas taxas alfandegárias para diversos produtos ingleses importados, entre eles os chás. O consumo elevado de chá foi, justamente, um hábito herdado dos colonizadores. Os boicotes, a partir de então, se intensificam e conseguem “(...) reduzir drasticamente a importação, especialmente do chá, um dos produtos mais consumidos nas casas dos colonos” (ROCHA; FRID; CORBO, 2015, p. 330). Na conjuntura gerada pelo desejo de independência somado aos boicotes dos produtos ingleses, o grupo conhecido como *Sons of Liberty* – ou Filhos da Liberdade – organizou protestos violentos, agredindo autoridades inglesas em território americano.

A atitude consciente de negar o consumo se tornou um meio poderoso de expressão política e uma espécie de código do patriotismo entre os colonos, homens e mulheres, durante os anos da Revolução. (...) Aqui, observamos como o desenvolvimento da nação que, desde o século XX, está entre as grandes protagonistas do comércio internacional e que, no limite, representa um ícone da “sociedade de consumo”, começou com a experiência da negação do consumo como forma de linguagem política (ROCHA; FRID; CORBO, 2015, p. 332).

O ápice dessa tensão ocorreu em 1773, com o chamado *Boston Tea Party*, quando colonos lançaram ao mar carregamentos de chá britânico em protesto contra a tributação imposta pela Coroa. O episódio consolidou o consumo – e a sua recusa – como instrumento de expressão política e como linguagem de pertencimento nacional.

Se estas foram as primeiras oportunidades em que o boicote de alimentos foi usado como arma política da população norte-americana, certamente, não foram as únicas. A

utilização do boicote como método de protesto é particularmente eficaz quando aplicada a cadeia de alimentos, pois gera efeitos imediatos sobre fluxos comerciais e sobre a vida cotidiana. Mas sua força não reside apenas no impacto econômico direto, mas no caráter profundamente simbólico do gesto de recusa, que reconfigura o sentido social desses bens.

3. Mercadorias como território: consumo alimentar e limites da equivalência econômica

Conforme foi amplamente divulgado pela imprensa nacional e internacional, ao assumir pela segunda vez a presidência dos Estados Unidos da América, Donald Trump mudou o modo como a economia global encarava as tarifas de importação e exportação no comércio internacional. Já no início do seu mandato em fevereiro de 2025, os Estados Unidos apresentaram uma taxa de 25% aos vizinhos México e Canadá e 10% para a China (CNN BRASIL, 2025). Era apenas o início. Mais tarde, em abril, estendeu as tarifas a dezenas de países no que denominou como “pacote de tarifas recíprocas”. A imagem de Trump segurando um quadro com o nome de diversos países e suas correspondentes tarifas dominou o noticiário. Não estava claro, porém, qual foi o método utilizado pelo presidente norte-americano na imposição destas tarifas – e mesmo meses depois as bases dos cálculos continuaram incertas e novas taxas continuaram a ser impostas. A imprensa brasileira, de um modo geral, assumiu o termo “tarifaço” para se referir às sequenciais e imprevisíveis mudanças que os Estados Unidos fizeram nas taxas de exportação e importação. Não é intenção deste artigo escrutinar as tarifas e os aspectos de economia estatística envolvidos na balança comercial entre os EUA e os países alcançados pelas taxações. Como já explicado, o objetivo deste ensaio é promover uma discussão a respeito das narrativas e práticas de consumo de produtos alimentícios em contextos de crise, como é o caso dos novos modelos de taxação do governo norte-americano que impôs um rearranjo nos acordos de comércio internacional. No Brasil, o impacto foi sentido, principalmente, a partir de julho de 2025 quando, em um contexto de pressão política, foi estabelecida uma tarifa de 50% para vários produtos brasileiros, entre eles o café e a carne bovina.

Ainda que parte dessas taxações tenha sido posteriormente suspensa ou flexibilizada - especialmente no caso de alimentos que não podem ser produzidos internamente nos Estados

Unidos –, as tarifas continuaram incidindo sobre mais da metade dos alimentos importados, mantendo a pressão inflacionária sobre os preços ao consumidor norte-americano (DURANTE, WALKER e KRASCHEL, 2026). Nesse contexto, vale lembrar que o Brasil está entre os cinco principais exportadores de alimentos para o mercado norte-americano, ao lado de México, Canadá, União Europeia e China, respondendo juntos por 62% do total das importações de alimentos dos Estados Unidos (DURANTE, WALKER e KRASCHEL, 2026). Para compreender o impacto dessas medidas, alguns exemplos ajudam a dimensionar os limites da substituição produtiva no setor alimentar. Diferentemente de bens industriais cujas matérias-primas podem ser relativamente intercambiáveis, muitos alimentos dependem de condições climáticas e territoriais específicas. É o caso das bananas: em 2023, os Estados Unidos importaram mais de 2 bilhões de dólares do produto, majoritariamente da Guatemala e de outros países da América Central (DURANTE, WALKER e KRASCHEL, 2026). A produção doméstica é restrita a poucas áreas com clima adequado, como partes da Flórida e do Havaí, e não poderia ser expandida rapidamente para atender à demanda interna. Nessa situação, a imposição de tarifas tende a resultar simplesmente em aumento de preços ao consumidor, como ocorreu ao longo de 2025, ainda que posteriormente as bananas tenham sido incluídas na lista de exceções tarifárias (DURANTE, WALKER e KRASCHEL, 2026).

O caso do café brasileiro é ainda mais ilustrativo da dimensão simbólica dessas trocas econômicas. Até a divulgação de uma lista de isenções agrícolas específicas para o Brasil, o café proveniente do país esteve sujeito a uma tarifa de 50%. Diferentemente de insumos padronizados como o alumínio utilizado na fabricação de latas de refrigerante, por exemplo, cuja origem tende a ser indiferente para o consumidor, o café brasileiro é frequentemente associado a um perfil sensorial próprio, resultado de condições climáticas, biomas e práticas produtivas específicas. Nesse contexto, produtores norte-americanos não podem simplesmente “substituir” o café brasileiro por um equivalente doméstico, ou seja, o café brasileiro não é plenamente substituível justamente porque ele carrega qualidades simbólicas, territoriais e identitárias. Assim, como produção e consumo são indissociáveis (CAMPBELL, 2001; SAHLINS, 2003; MARX, 2011), reforçamos que não seria suficiente investir na produção de um café similar em solo norte-americano pois este não seria capaz de realizar a sua vocação para o consumo, implodindo o binômio fundamental do comércio, como sintetiza Carrascoza:

A esfera da produção de mercadorias pressupõe, como condição inerente à sua existência, a esfera consequente do consumo, pela qual o que foi produzido encontra o sujeito que o consome – e o consuma. Essa segunda esfera, por sua vez, só tem

razão de ser por preceder a outra, que para ela produz, gerando ambas um circuito não apenas de justaposição mas de aglutinação. Assim, não existe uma produção, seja do que for, *per se* – toda e qualquer produção é guiada pela esfera que lhe sucede, e vice-versa (...) (CARRASCOZA, 2023, p. 9).

Desse modo, com a diminuição na oferta de café brasileiro nos EUA em razão da taxaço (ZANOBIA, 2025), a consequência imediata não é o incentivo à produção local, mas é que parte dos consumidores opta por pagar o preço mais elevado do produto importado em vez de migrar para outras variedades, absorvendo o custo adicional imposto pela política tarifária (DURANTE, WALKER e KRASCHEL, 2026). A literatura antropológica clássica, inclusive, já demonstrava que a circulação de bens não se reduz a uma lógica puramente utilitária ou de equivalência econômica. Ao analisar o sistema do *kula* nas ilhas Trobriand, Marcel Mauss (2007) nos mostra que determinados objetos circulam como portadores de prestígio, reputação e vínculos sociais, na lógica do que ele denomina como “fatos sociais totais”. Arjun Appadurai (1999), por sua vez, propõe deslocar o foco da análise do estatuto fixo das coisas para suas trajetórias, argumentando que as mercadorias devem ser compreendidas como objetos em circulação, cuja condição mercantil é apenas uma fase em sua “vida social”. O valor, nessa perspectiva, não é uma propriedade intrínseca ao bem, mas algo produzido nos regimes específicos de troca e nos contextos culturais que organizam sua circulação. Aplicada ao comércio internacional de alimentos, essa abordagem permite compreender que produtos como o café brasileiro não são meramente unidades intercambiáveis em um mercado global abstrato. Sua “vida social” envolve cadeias produtivas territorializadas, certificações de origem, narrativas de autenticidade, imaginários sensoriais e práticas cotidianas de consumo que lhes conferem singularidade. Do ponto de vista tarifário, ainda que o café apareça como uma categoria genérica sujeita a taxaço, sua inserção em circuitos de valor específicos limita a sua plena equivalência econômica, afinal, como nos lembra Campbell “(...) é fundamental distinguir entre uma concepção puramente econômica e a de uma ação social mais ampla do que o 'consumo' significa (CAMPBELL, 2001, p. 60). Assim, o que está em jogo não é apenas o preço de uma mercadoria, mas a reconfiguração de um regime de circulação que articula território, identidade e distinção. Em outras palavras, tratar o café brasileiro como categoria tarifária abstrata ignora a inseparabilidade entre alimento e território (MARTINELLI e

XAVIER DA SILVA, 2019) – uma relação que envolve memória, identidade e regimes locais de valor.

A imposição de tarifas não incide, portanto, sobre pretensos fluxos comerciais abstratos, mas sobre mercadorias cuja condição de “equivalentes” é permanentemente tensionada por sua inscrição territorial e simbólica. Se, como sugere Appadurai (1999), o valor emerge nas trajetórias e nos contextos de troca, então políticas tarifárias que pretendem tratar alimentos como bens substituíveis esbarram nos limites impostos por sua vida social. O café brasileiro – assim como as bananas centro-americanas – carrega consigo geografias, histórias produtivas e regimes de gosto que resistem à redução puramente quantitativa, também nos termos do que discutem Douglas e Isherwood (2004). É precisamente nesse descompasso entre lógica econômica e densidade simbólica que se revelam os limites da equivalência mercantil no campo do consumo alimentar.

4. A suspensão do consumo como linguagem de contestação

No dia 30 de janeiro de 2026, uma coalizão incluindo diversas organizações da sociedade civil, sindicatos, estudantes, ativistas e outros setores, organizou uma mobilização nacional nos EUA para pressionar contra as ações da *Immigration and Customs Enforcement* (ICE). O movimento convocava a população a uma paralisação voluntária, sem trabalho, escola ou compras, como forma de chamar atenção para o assassinato de civis por agentes do ICE, como nos casos de Renee Good e Alex Pretti em Minnesota, e protestar contra táticas que os organizadores consideram agressivas e injustas (Figura 1). Milhares de pessoas e instituições participaram de manifestações, eventos e ações em dezenas de cidades, e os restaurantes foram um dos setores que se destacaram na mobilização, em especial pequenos negócios em cidades

como Nova York, Washington, Minneapolis e Chicago, entre outras (EATER NY, 2026; EATER DC, 2026; EATER CHICAGO, 2026).



FIGURA 1 – Página oficial do movimento National Shutdown, que teve forte adesão de restaurantes em diversas cidades dos Estados Unidos.
Fonte: National Shutdown (2026)

A centralidade dos restaurantes na mobilização não foi circunstancial. Trata-se de um segmento estruturalmente dependente do trabalho imigrante e, portanto, diretamente impactado por operações migratórias e pelas atuais políticas de deportações. Dois aspectos ajudam a compreender essa centralidade. Em primeiro lugar, dados de 2025 da *National Restaurant Association* (2026) indicam que 48% dos restaurantes nos Estados Unidos são de propriedade de minorias, o que indica um setor profundamente atravessado por dinâmicas raciais e migratórias. Em segundo lugar, a empregabilidade no setor revela uma dependência significativa da força de trabalho migrante, que ocupa parcela relevante dos postos na cozinha, no atendimento e na logística. Ainda de acordo com a *National Restaurant Association* (2026), 9 em cada 10 restaurantes no Estados Unidos têm menos de 50 funcionários, o que significa que a indústria da restauração é majoritariamente composta por pequenos negócios, com margens de lucro estreitas, alta rotatividade de pessoal e grande sensibilidade a oscilações regulatórias e a interrupções no mercado de trabalho. Nesse contexto, as políticas de deportação e intensificação de operações do ICE não afetam apenas indivíduos isolados, mas impactam cadeias produtivas inteiras e a própria sustentabilidade econômica de diversos negócios, dentre os quais destacamos os restaurantes (Figura 2). Diante do endurecimento das políticas anti-imigração, pequenos negócios pertencentes a imigrantes ou descendentes se tornam

particularmente vulneráveis, seja pela exposição direta à fiscalização, seja pela instabilidade gerada em suas comunidades consumidoras e redes de trabalho.



FIGURA 2 – Poster no bairro de Little Village, na cidade de Chicago, em protesto realizado por restaurantes latinos contra as ações do ICE.
Fonte: Eater Chicago (2026).

A adesão à paralisação ocorreu de formas distintas ao longo do país: alguns estabelecimentos optaram por não abrir as portas naquele dia, interrompendo completamente suas atividades; outros mantiveram o funcionamento, mas destinaram seus lucros a organizações de apoio a migrantes (EATER NY, 2026; EATER DC, 2026; EATER CHICAGO, 2026). Em ambos os casos, observamos uma reconfiguração deliberada do circuito econômico da alimentação: seja pela suspensão do atendimento, seja pela conversão do lucro em ato solidário, o consumo foi ressignificado como gesto público de posicionamento (Figura 3). Tal como nos episódios históricos em que a recusa ao consumo operou como linguagem

política, a paralisação do setor da restauração transforma a prática cotidiana de comer fora de casa em arena visível de disputa moral, econômica e identitária.

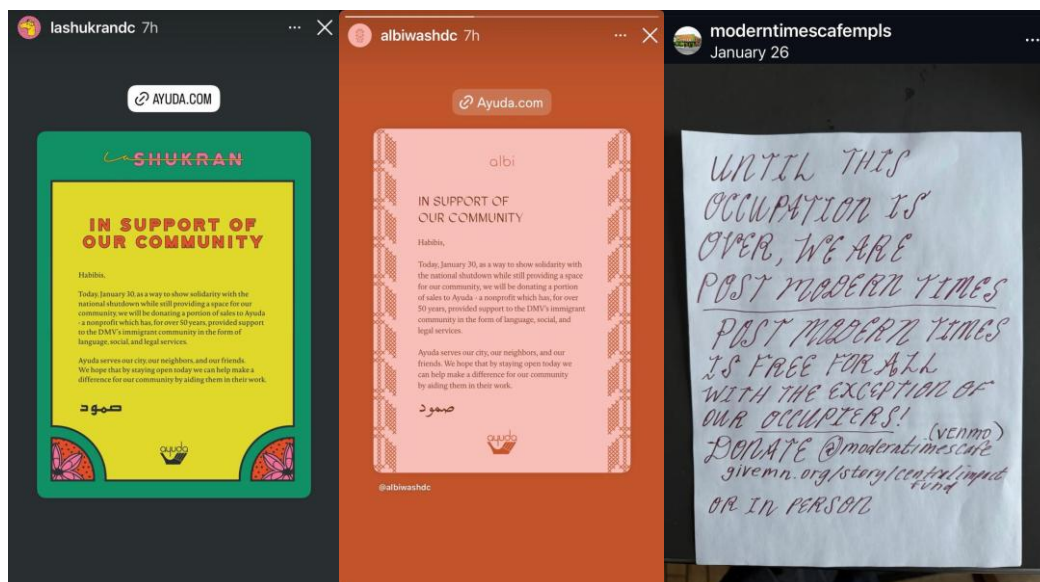


FIGURA 3 – Perfis de restaurantes e cafés em Washington (DC) e Minneapolis divulgando adesão à paralisação nacional de 30 de janeiro de 2026 e ações de apoio a trabalhadores migrantes.
Fontes: La'Shukran (2026); Albi (2026); Modern Times Cafe (2026)

A mobilização de 30 de janeiro pode, então, ser compreendida para além de um protesto corporativo ou de uma reação setorial às políticas migratórias. Convocar a suspensão voluntária do trabalho, do consumo e da circulação cotidiana, tensiona os circuitos que sustentam a normalidade econômica e simbólica da vida urbana, e os restaurantes se destacam nesse processo pela sua posição estratégica como espaços de comensalidade, sociabilidade e reprodução cotidiana das cidades onde estão.

Se, como argumentado ao longo deste artigo, o consumo alimentar constitui um processo de comunicação social, então a sua interrupção também comunica. A suspensão total ou parcial das atividades não implica apenas perda de faturamento, mas a produção de uma visibilidade política por meio da ruptura do fluxo cotidiano de trocas. Ao fechar as portas ou redirecionar seus lucros para organizações de apoio a migrantes, esses estabelecimentos deslocam o sentido econômico da transação e a reinscrevem em uma lógica moral e pública (DOUGLAS E ISHERWOOD, 2004; MILLER, 1987). Aqui vale observar uma relação análoga aos eventos de boicote engendrados pelo movimento *Sons of Liberty*, no século XVIII: se, naquele contexto a recusa do chá simbolizava o desejo de independência, hoje, a manifestação orquestrada para promover a “paralisação geral” dos pequenos restaurantes

propõe, também pela via do consumo alimentar (e pela sua recusa), uma contestação do poder vigente que, em muitas possibilidades de interpretação, reproduz uma lógica de cerceamento de liberdades, sobretudo das pessoas migrantes.

A circulação de alimentos deixa de ser apenas prática comercial e se converte em enunciação política. Nesse processo, torna-se tangível a dependência entre a economia alimentar nos Estados Unidos e trabalho migrante, transformando o comer fora de casa em um ato potencialmente carregado de implicações éticas, identitárias e geopolíticas. O que se interrompe não é apenas o serviço, mas a naturalização das relações que o sustentam.

Essa visibilização é particularmente significativa porque o setor de restaurantes é frequentemente apresentado como porta de inclusão econômica para trabalhadores migrantes. No entanto, um aspecto que não deve ser obliterado é que essa inclusão convive com formas persistentes de precariedade jurídica e vulnerabilidade laboral, revelando uma tensão entre integração produtiva, pertencimento e direitos. A paralisação nacional, de certa forma, também expõe essa ambivalência: evidencia que a economia pode absorver sujeitos como força de trabalho sem necessariamente reconhecê-los como portadores plenos de direitos.

5. Considerações Finais

Os casos aqui discutidos mostram que o alimento é um ponto onde economia e ordem simbólica se entrelaçam. No caso da Marcha do Sal, o que estava em jogo não era apenas uma taxa colonial, mas a tentativa de enquadrar um recurso abundante em um regime de controle fiscal. O gesto de Gandhi deslocou o sal de sua condição de *commodity* tributável para um regime de soberania simbólica. Já no caso do tarifaço norte-americano, o café brasileiro e outros produtos alimentares são tratados como categorias tarifárias abstratas, mas sua inserção em circuitos territoriais, culturais, identitários e também ecológicos limita sua plena equivalência econômica. Finalmente, a paralisação dos restaurantes evidencia a passagem do alimento do regime comercial ao regime moral: a suspensão ou alteração do serviço transforma o fluxo rotineiro da comensalidade nesses espaços em enunciação política.

Este artigo surge da inquietação de observar que, nas recentes pressões na balança comercial provocadas pelo governo norte-americano, as dimensões econômicas acabam por ocultar o debate a respeito das dimensões simbólicas do consumo. As relações econômicas internacionais e as grandes decisões de política comercial tendem a ser analisadas a partir de

uma matriz predominantemente instrumentalista, na qual tarifas, sanções e fluxos de importação e exportação aparecem como variáveis técnicas a serem ajustadas segundo cálculos de eficiência, competitividade e equilíbrio macroeconômico. Nessa perspectiva, alimentos figuram como categorias estatísticas ou itens intercambiáveis em uma planilha de comércio exterior. Mas essa racionalidade não esgota o campo de forças no qual essas decisões se inscrevem. Em momentos de tensão como aqueles marcados por guerras tarifárias, boicotes ou paralisações, observamos que as medidas econômicas coexistem com as disputas simbólicas e morais que lhes conferem sentido público.

A discussão central deste ensaio, assim, se volta para a interpretação das práticas de consumo de produtos alimentícios como processos comunicacionais que, em contextos de crise – como o atual e nos episódios históricos que narramos – servem tanto para enunciar descontentamento com as esferas de poder quanto para reafirmar valores de moralidade e identidade compartilhados pelos cidadãos-consumidores.

Se é verdade que, como afirma Canclini (2006), o consumo serve para “pensar”, podemos inferir que as práticas de consumo de alimentos observadas nesse texto ofereceram aos consumidores a possibilidade de materializar as ideias abstratas de “liberdade” e “identidade” em práticas políticas efetivas, mobilizadas a partir de ações coletivas como boicotes e paralisações.

Nesse sentido, este trabalho busca cumprir o papel de descortinar as dimensões simbólicas de consumo implicadas em relações econômicas e comerciais. Seja para subverter o sentido colonial de regimes fiscais e comerciais assimétricos, como era o caso da Índia e dos EUA quando colônias Britânicas, seja quando setores altamente dependentes da mão-de-obra imigrante politizam sua ação comercial para visibilizar aquilo que é percebido como uma

assimetria injusta de direitos – em todas essas situações o consumo não é um mero detalhe, mas sim um importante catalisador do *zeitgeist*.

Referências

ALBI. *[Postagem anunciando adesão à paralisação nacional de 30 de janeiro de 2026 e apoio a trabalhadores migrantes]*. Instagram, 30 jan. 2026. Disponível em: <https://www.instagram.com/albiwashdc/>. Acesso em: 30 jan. 2026.

APPADURAI, Arjun. Introduction: commodities and the politics of value. In: APPADURAI, Arjun (Org.). **The Social Life of Things: commodities in cultural perspective**. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

ATLANTIC COUNCIL. **Trump Tariff Tracker**. GeoEconomics Center. Disponível em: <https://www.atlanticcouncil.org/programs/geoeconomics-center/trump-tariff-tracker/>. Acesso em: 20 fev. 2026.

BERALDO, B. **Mulheres em movimento: emancipação feminina, bicicletas e outros bens de consumo (1875-1930)** / Beatriz Beraldo; orientador: Everardo Pereira Guimarães Rocha. – 2019.

BURKHART, W. F.; HAMMOND, K. E. **Presidential 2025 Tariff Actions: Timeline and Status**. CRS Report R48549. Washington, D.C.: Congressional Research Service, 12 jan. 2026. Disponível em: <https://www.congress.gov/crs-product/R48549>. Acesso em: 20 fev 2026.

BREEN, T. “Baubles of Britain: the American and consumer revolutions of the eighteenth century. **Past and Present**. n. 119, Oxford, 1988. p.73-104

BROTON, J. **O Bazar do Renascimento: Da Rota da Seda a Michelangelo**. São Paulo: Grua, 2009.

CAMPBELL, C. **A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CAMPBELL, C. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C (Org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

CANCLINI, N. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CARRASCOZA, J. **De Macondo à terra de Marlboro: ficção literária e narrativas do consumo**. São Paulo: Editora Unesp, 2023.

CNN Brasil. **Tarifação de Trump: veja linha do tempo conforme se aproxima fim da trégua**. CNN Money, Brasil, 07 de jul. 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/tarifaco-de-trump-veja-linha-do-tempo-conforme-se-aproxima-fim-da-tregua/>. Acesso em: 21 fev. 2026.

DAMATTA, R. La cultura de la mesa em Brasil. **El Correo**. UNESCO, (p. :22-23). 1987.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. (1979). **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

DURANTE, A.; WALKER, R.; KRASCHEL, E. Even After Exemptions, More than Half of Food Products Continue to Face Trump Tariffs. **Tax Foundation**, 3 fev. 2026. Disponível em: <https://taxfoundation.org/blog/trump-tariffs-food-prices/>. Acesso em: 20 fev. 2026.

EATER CHICAGO. **Dozens of Chicago restaurants close for ‘Day Without Immigrants’**. 3 fev. 2025. Disponível em: <https://chicago.eater.com/2025/2/3/24358228/day-without-immigrants-2025-chicago-restaurants-ice-raids-protest-xurro>. Acesso em: 22 fev. 2026.

EATER DC. **Restaurants and Bars Across D.C. Donate to Nonprofits Defending Immigrants’ Rights**. 2 fev. 2026. Disponível em: <https://dc.eater.com/restaurant-news/166569/ice-raids-general-strike-january-2026-dc-restaurants>. Acesso em: 22 fev. 2026.

EATER NY. **Some New York restaurants are joining the general strike against ICE raids**. 29 jan. 2026. Disponível em: <https://ny.eater.com/news/408933/ice-raids-general-strike-january-2026-nyc-restaurants>. Acesso em: 22 fev. 2026.

LA'SHUKRAN. *[Postagem anunciando adesão à paralisação nacional de 30 de janeiro de 2026 e apoio a trabalhadores migrantes]*. Instagram, 30 jan. 2026. Disponível em: <https://www.instagram.com/lashukrandc/>. Acesso em: 30 jan. 2026.

MACIEL, M. E. Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin? **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 7, n.16, p. 145-156, Dec. 200.

MARTINELLI, F; XAVIER DA SILVA; J.G. **Comida como afeto**: identidades, emoções e alteridade na produção e no consumo alimentar. In: SIQUEIRA, D. G. O; FORTUNA, D. R. (org.). Narrativas do eu: gênero, emoções e produção de sentidos. Porto Alegre: Sulina, 2019. p. 246-264.

MARX, K. (1857) **Grundrisse**: esboços da crítica econômica política. São Paulo: Boitempo, 2011.

MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia**. 2 ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

MILLER, D. **Material Culture and Mass Consumption**. Oxford: Basil Blackwell, 1987.

MILLER, D. "Consumo como cultura material". In: **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, ano 13, n. 28, jul/dez, 2007. p. 33-63.

MODERN TIMES CAFE. *[Postagem anunciando adesão à paralisação nacional de 30 de janeiro de 2026 e apoio a trabalhadores migrantes]*. Instagram, 30 jan. 2026. Disponível em: <https://www.instagram.com/moderntimescafempls/>. Acesso em: 30 jan. 2026.

NATIONAL RESTAURANT ASSOCIATION. **National statistics**: industry statistics. Washington, DC: National Restaurant Association, 2026. Disponível em: <https://restaurant.org/research-and-media/research/industry-statistics/national-statistics/>. Acesso em: 21 fev. 2026.

NATIONAL SHUTDOWN. Página oficial do movimento **National Shutdown**. Disponível em: <https://nationalshutdown.org>. Acesso em: 22 fev. 2026.

POULAIN, J. **Sociologias da alimentação**: os comedores e o espaço social alimentar. Florianópolis: Editora da UFSC, 2013.

SAHLINS, Marshall. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

ZANOBIA, L. A nova rota do café brasileiro após tarifaço de Trump. **Veja Negócios**. 27 out. 2025. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/a-nova-rota-do-cafe-brasileiro-apos-tarifaco-de-trump/>. Acesso em 22/02/2026.