

**Hacer el sabor del café: Etnografía sobre la producción de significados en torno al café especial en tiendas especializadas, tostadoras y marcas de café, en Bogotá y Chía.**

**Presentado por  
Claudia Alexandra Plazas Moncada**

**Monografía de trabajo de grado  
Programa de Antropología  
Escuela de Ciencias Humanas  
Universidad del Rosario**

**Directores del trabajo  
Claudia Margarita Cortés  
Stefan Pohl-Valero**

## **Agradecimientos**

A todas las personas que participaron en mi tesis, que me dieron su tiempo y comprensión, y que me ayudaron a entender todo lo competente al café.

A mis tutores, Claudia y Stefan, por tanta paciencia, guiarme en este proceso y aconsejarme.

A mis papás, por creer en mí incluso cuando a mí se me dificulta. A mi hermana por mostrarme que siempre hay cosas por hacer y aprender. A Rolo, Arequipe y Brandy por trasnochar conmigo y darme su cariño.

A mis amigos, especialmente a Laura, Daniela y Luis, por ese apoyo emocional tan importante y por sentarse a revisar todo conmigo.

## **Dedicatoria**

Espero que mi compañía en esos últimos momentos te haya permitido irte en paz. Gracias por estar en este proceso conmigo y siempre escucharme. Eternamente recordaré tus historias, y ahora más que nunca sé que jamás habría logrado esto sin ti, y ese último impulso que me diste.

Esta tesis es tuya, lulo.

## Índice

<b>Introducción .....</b>	<b>4</b>
<b>Estado del arte.....</b>	<b>6</b>
<b>El café en Colombia .....</b>	<b>7</b>
<b>La alimentación como un hecho social.....</b>	<b>8</b>
<b>Marco conceptual.....</b>	<b>10</b>
<b>Significados comida/alimento.....</b>	<b>10</b>
<b>Los símbolos .....</b>	<b>11</b>
<b>El gusto.....</b>	<b>13</b>
<b>Sano/ Saludable .....</b>	<b>14</b>
<b>El principio de incorporación .....</b>	<b>15</b>
<b>Metodología .....</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>20</b>
La producción del café y el sabor del lugar de origen .....	20
<b>Introducción .....</b>	<b>20</b>
<b>El café colombiano .....</b>	<b>22</b>
<b>¿Qué es eso de un café especial? .....</b>	<b>24</b>
<b>Pero, ¿Por qué se producen estos cafés? .....</b>	<b>26</b>
<b>Producción y procesamiento .....</b>	<b>27</b>
<b>Qué tiene que ver el lugar de origen del café con su sabor .....</b>	<b>33</b>
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>45</b>
La construcción del gusto por el café.....	45
<b>Introducción .....</b>	<b>45</b>
<b>El consumo de café en Colombia .....</b>	<b>48</b>
<b>No es que el café sea malo para la salud, lo dañino es consumir un café mal producido</b>	<b>50</b>
<b>Volver a aprender a disfrutar un café.....</b>	<b>59</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>68</b>
Bibliografía .....	72

## Introducción

En Bogotá existen diferentes actividades y espacios dedicados al café. Por ejemplo, los cursos y diplomados de barismo y catación se dan por toda la ciudad, igualmente se pueden encontrar tiendas especializadas en café y tostadoras. Los primeros se pueden realizar en las siguientes instituciones: Sena, Educafés, el Instituto Superior Mariano Moreno, Gato Dumas, Amor Perfecto y Arte, Pasión y Café. Las tiendas de café vienen de marcas conocidas como Juan Valdez, Café Quindío, Tostao, Oma y Starbucks, y de unas tiendas más pequeñas, como Azahar Coffee, Café San Alberto, Colo Coffee y Contraste CoffeeLab. El sector se reúne en un evento anual conocido como “Cafés de Colombia Expo”. La feria se organiza en Corferias. Asimismo, la exhibición es un espacio donde se realizan los siguientes concursos: El Campeonato Colombiano de Barismo; el Campeonato Colombiano de Catadores y el Campeonato Colombiano de Tostadores. En el 2019 se realizó el primer festival de cafés especial “Bogotá Coffee Fest”.

Según Roberto Vélez Vallejo, gerente de la Federación Nacional de Cafeteros, en la actualidad “pasa una cosa muy curiosa” y la llamó ‘la revolución silenciosa del consumo’. Estamos viendo incrementos de consumo, sobre todo de café de calidad por todas partes” (Federación Nacional de Cafeteros, 2018: 23). Estos cambios están vinculados con nuevos significados en el consumo del café, a saber, el refuerzo de la idea del ser colombiano y su íntima correlación con el café, y los momentos que conciernen a la preparación de un café en la casa, instancia que se convierte en una ceremonia en la que se cumplen ciertos pasos: se huele el grano al abrir la bolsa, se hace hincapié en la dimensión sensorial; de esta forma, se generan cambios en la manera en que se prepara el café y se utilizan los ingredientes.

Estos nuevos significados que se les otorgan al café, y el preciso enfoque concedido a lo sensorial, son relevantes para el trabajo que me propongo realizar. Al iniciar esta investigación, tuve un singular interés por la manera en que se construye y legitima el gusto por el café especial en los lugares donde se desempeña el barismo y la catación. Estas experiencias pasan, de manera inevitable, por los sentidos, es decir, son experiencias que atraviesan el cuerpo de las personas. Esta inquietud desencadenó la siguiente pregunta: ¿Cómo

el consumo del café especial se relaciona con formas particulares de producción, construcción de significados y gustos en la sociedad actual de Colombia?

Para un adecuado análisis de esta inquietud, el presente trabajo se ha dividido en dos partes: en la primera se analiza el tema de la producción y los significados del café; en la segunda se tratará el tema del gusto, su adquisición y utilización. En la parte inicial del primer capítulo muestro que el café es un alimento representativo y que esto, en parte, se articula con la diversidad de formas y particularidades de este grano. En la siguiente sección quiero resaltar lo que los actores están entendiendo sobre café bajo la lógica del terroir. Para lograr esto hago una contextualización del café en Colombia exponiendo las diferentes formas que toma: el tipo de café, producción y las zonas del país donde se encuentra. Las siguientes partes se concentran en mostrar a que se refiere el término cafés especiales, y las razones para producirlo. Sigo con una descripción del proceso productivo de este alimento, y luego, muestro cómo esto se ata a formas de entender lo organoléptico en función del lugar de origen. Esta forma de entender el sabor y los olores del café se encapsula en un término conocido como Terroir.

En esta sección tengo en cuenta la perspectiva del semiólogo francés Roland Barthes (2012) sobre el alimento como signo y sistema de comunicación; para este teórico, el alimento se erige como un signo, algo que está en el lugar del objeto al que representa, y que evoca en un tercero una realidad determinada para alguien; y un significante, una entidad que se percibe a través de los sentidos, que tomando este concepto para la investigación, se identifica con el café especial. En este punto, el planteamiento de Barthes es fundamental. Para este autor, los alimentos son signos y sistemas de comunicación (Barthes, 2012). Los significados asociados al café, en este caso el especial, dependen de sus actores.

En el segundo capítulo, me enfoco en la construcción del gusto por el café. Me centré en actividades en las que se intenta mostrar cómo apreciar sensorialmente la bebida. Inicio con un resumen del perfil del consumidor colombiano, en uno de los pocos documentos que tocan este tema. Utilicé este trabajo a pesar de no pertenecer a la antropología porque quise contextualizar ciertas visiones que se tenían de las personas que toman café, y sobre cómo lo consumen. Por ejemplo, hay muchas personas jóvenes que ven el café como perjudicial para su salud física, lo consumen con azúcar y no le dan mucha importancia a la experiencia

sensorial. Frente a esto, analizó dos cambios que se han intentado implementar por actores que producen, preparan y distribuyen café. Aunque el gusto y la salud son temas que no parecen cercanos, se conectan al ser parte de las preocupaciones de las personas cuando eligen qué consumir. En el primer apartado trato percepciones sobre los efectos del café en la salud, para esto traigo reflexiones sobre la salud, lo sano, el cuidado y sus lazos con el cuerpo, de la académica Lupton (1996). En la siguiente parte, señalo momentos en los que se utiliza el barismo y la catación para enseñar a las personas a consumir y comprar cafés que hagan parte de la clasificación de cafés especiales. En este proceso el lenguaje que se utiliza al hablar del café, la comparación entre granos y los sentidos son utilizados para refinar el gusto y el consumo por este producto. En ambos casos está presente el principio de incorporación de Fischler (1995). En este capítulo argumento que este aprendizaje sensorial legítima e incorpora maneras de consumir este café.

¿Por qué reflexiono sobre estos temas? Porque en estas situaciones se observa cómo ciertos individuos adquieren capitales simbólicos a través de los alimentos y los sentidos, los hacen parte de su subjetividad y de la forma en que viven sus cuerpos. Al tiempo estos valores y formas de consumo ayudan a sostener el mercado de un alimento en específico: el café especial. Teniendo esto en mente, a lo largo de estos episodios, quiero argumentar que las prácticas que involucran un aprendizaje sensorial legitiman e incorporan maneras de consumir alimentos, y que estas experiencias se pueden entrelazar, a su vez, con formas específicas de producir y entender el café. Para lograr este propósito se plantearon dos objetivos específicos, desarrollados en este trabajo. Primero, contextualizar el café especial, es decir, explicar qué ocasiona que un café se considere especial, y cómo esto se relaciona con la forma en que se entienden sus características sensoriales desde el Terroir. Segundo, analizar cómo se construye el gusto por el café especial, qué perspectivas se quieren asociar al café y cómo esto se ata con la producción de cafés especiales, y mostrar cómo este acercamiento al café especial se entrelaza con estrategias para la promoción de la producción de cafés especiales

### **Estado del arte**

En los siguientes apartados presento literatura sobre los trabajos que entrelazan la alimentación, el cuerpo y los sentidos. Inicio con los trabajos que estudian el café en Colombia. Estos muestran la importancia económica y social del café en el país, lo que lo hace

un tema a investigar desde varias disciplinas, instituciones y académicos. Luego, referencio la literatura que trata temas de la alimentación desde la antropología. Los estudios sobre la comida son amplios e importantes porque iluminan procesos sociales como la creación de valor político- económico y el valor simbólico (Mintz & Du Bois, 2002). A la vez la alimentación se extiende a procesos como la memoria y los sentidos (Holtzman, 2006; Sutton; 2010). Además, examino trabajos que hacen alusión a la construcción del gusto y su conexión con los sentidos, que pueden vincularse a esa creación de valores sociales, económicos y de experiencia.

### **El café en Colombia**

En Colombia, la influencia del café tiene una importancia muy fuerte, y por este motivo, puede ser abordada desde diversas visiones. La mayoría de las investigaciones sobre este tema se realizan desde la historia o la economía. Diversos textos hablan sobre la vinculación del país en el mercado internacional a partir de este producto; así como la afinidad con los procesos políticos y sociales, que atañen a procesos internos de la industria cafetera (Bejarano, 1980). Principalmente, estos temas de investigación proliferaron durante la década de los setenta y la de los ochenta. A pesar de la larga trayectoria, el interés por el mercado global sigue generando interés en la actualidad. Un libro representativo de este tipo de trabajos es *El café en Colombia* (1979), del historiador y abogado colombiano Marco Palacios (1979), quien describe la manera en que el país se consolidó en la economía internacional a partir del café. Este trabajo es representativo porque expone temas que aún son recurrentes en la literatura sobre el café colombiano: la historia cafetera desde un punto de vista económico, y la caficultura enlazada a la economía internacional.

Desde los años noventa se vienen promoviendo espacios para un nuevo tipo de trabajo, los patrocinados por instituciones como la Federación Nacional de Cafeteros (desde ahora FNC) o el Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), que resaltan las investigaciones que reúnen los aspectos económicos, técnicos y agrícolas, y las políticas gremiales (Ramírez Bacca, 2010). Un ejemplo de las políticas corporativas es el Programa “Toma Café” (2014), desplegado desde la FNC, que identifica cuatro períodos de consumo entre 1980 y 2009. En estas etapas se identifica que el consumo se ve impactado por la aproximación que tiene el gobierno frente a la producción del grano de café. Asimismo, del

informe del programa sobre consumo interno se desprenden temas sobre los efectos en la salud, que destacan los hábitos del consumidor. En cuanto a la investigación técnica y agrícola sobre el café está el Manual del Cafetero Colombiano que habla sobre la investigación y tecnología para la sostenibilidad de la caficultura (Federación Nacional de Cafeteros, 2013), elaborado por la FNC y Cenicafé. El texto es central porque expone recomendaciones sobre cada uno de los procesos implicados en la elaboración del producto.

Otro tema que surge en los años siguientes es el de la mujer y su lazo con la producción café (Ramírez Bacca, 2010). Se pueden encontrar libros como *Mujeres trabajadoras del café*, de Martha Isabel Garzón (2002), así como otros trabajos académicos, como es el caso de la tesis *La presencia de la mujer en el desarrollo de la zona cafetera colombiana*, de Sara Chacón (1990). A partir del 2011, el paisaje cafetero del país ingresa a la lista del Patrimonio Cultural de la Humanidad de la UNESCO, lo que ocasiona que aparezcan documentos dedicados a este tema. Autores como Saldarriaga y Ramírez (2014), examinan los discursos y los usos que se asocian al Paisaje Cultural Cafetero. Actualmente, hay trabajos, como el de Tocancipá-Falla (2010), que se acercan al café desde perspectivas diferentes, él se aproxima al consumo y los roles de género en espacios como las tiendas de café, desde una visión más interpretativa. Aunque el autor resalta brevemente el gusto por la bebida como algo socialmente construido, no profundiza en el tema. Como se puede observar, en los trabajos mencionados, existe un vacío a la hora de examinar los aspectos sensoriales más allá de una visión propiamente técnica.

### **La alimentación como un hecho social**

Desde hace muchos años, la comida y la alimentación son temas recurrentes en el ámbito de las investigaciones académicas, y particularmente, han sido ampliamente exploradas en las ciencias sociales. En el campo de la antropología, una de las primeras aproximaciones al tema se originó en las creencias religiosas, de la mano de autores como James G. Frazer, Ernest Crawley y Bronislaw Malinowski (Delgado, 2001). Según el sociólogo francés Claude Fischler (1995), con el surgimiento del funcionalismo británico se inicia la indagación sobre la función social del alimento y su papel en la socialización de los individuos. A su vez, con autores como el antropólogo francés Claude Lévi- Strauss, el campo antropológico comienza a observar a los alimentos como una herramienta para la comprensión de las culturas: lo

comestible se convierte en un lenguaje desde donde se descifra la estructura social (Fischler, 1995). Por su parte, la antropóloga británica Mary Douglas analiza la comida como un código que debía ser descifrado, uno que refleja al sistema social (Delgado, 2001). Desde la sociología de la cultura, se le otorga un papel central al consumo de los alimentos, y a los gustos que se suscitan en el ser humano (Fischler, 1995); estos gustos han sido analizados desde categorías teóricas como la clase, el género y la etnicidad.

En cuanto al concepto de identidad, la comida es vista como un aspecto simbólico de una relevancia muy fuerte. Consumir ciertos alimentos puede ser determinante a la hora de ser parte, o no, de cierto grupo social (Goyan y Sucher, 2008). Esta lógica tiene afinidad con la creación de la identidad de una nación alrededor de los alimentos y de sus formas de prepararlo y consumirlo. Por ejemplo, en las investigaciones que se han realizado sobre las identidades nacionales construidas a través de la comida están los casos de México (Pilcher, 1998) y Ecuador (Weismantel, 1988). Esto puede observarse, también, en el caso del alcohol en los tiempos del Brasil colonial, como lo ha observado Azevedo (2014), y de los alimentos en el caso del Reino de Nueva Granada, analizado por Saldarriaga (2011).

Como se puede ver, los alimentos son estudiados desde varias perspectivas y disciplinas, según William Roseberry (1996), el café se emplea como una plataforma para analizar interacciones y transformaciones sociales, así como para mostrar procesos más amplios. Este antropólogo entrelaza cambios en la producción y en el consumo del grano en los Estados Unidos, que representan cambios más profundos en el mercado mundial de café (Roseberry, 1995). En otro trabajo, este mismo autor, describe cómo la producción puede tener una gran influencia en las comunidades, al intervenir en el paisaje y abarcar de manera completa toda su vida económica (Roseberry, 1996). Existen casos, donde se reflexiona cómo la difusión global de formas de consumo afecta de manera considerable los lugares de producción y consumo. Trabajos como el de Grinshpun (2013) en Japón, y Kjeldgaard y Ostberg (2007), en Escandinavia, investigan estas articulaciones entre lo global y lo local a través del consumo de café. Goldstein (2011) habla de los catadores de café, y cómo estos actores ayudan a construir la identidad sensorial del café para darle un valor agregado a su producto. Actores como Quintão, Brito y Belk (2017), indagan acerca del papel de los ritos en el consumo y en el gusto de los consumidores “especializados”, argumentando que los

individuos transforman su gusto a partir de la práctica ritualizada. Todos estos documentos tienen en común la manera en que tanto la producción y el consumo interactúan constantemente, y ninguno aparece de manera espontánea sino que existen diversos procesos y personas detrás de estos significados.

## **Marco conceptual**

En esta sección hablaré de los conceptos que utilicé en esta tesis. Muestro diferentes definiciones porque cada noción tiene varias interpretaciones, y elegí los que se asemejaban a lo observado en campo, o que permitían su análisis. Inicio con los conceptos de comida y alimento, centrándome más en una dimensión simbólica. El segundo concepto es el de símbolos. Siguiendo el tema de los significados, incluyo los aportes de Turner en este tema. El tercero es el gusto, aunque en principio pensé en el gusto como una categoría sencilla, sitúo a varios autores para mostrar la diversidad de perspectivas alrededor del mismo. A la vez, algunas de estas formas abren la posibilidad de entender el gusto, y en general la percepción, como una forma de generar conocimiento y significado. El cuarto concepto es ‘lo sano y lo saludable’, aquí utilicé el trabajo de Deborah Lupton porque en este mismo se encuentra una reflexión sobre lo que hay detrás de los discursos de los alimentos saludables. El siguiente es de Claude Fischler (1995), quien en su trabajo sobre la paradoja del omnívoro plantea el principio de incorporación. Lo incluyo porque este término habla de consumir e integrar en el cuerpo propio las cualidades simbólicas y económicas de los alimentos. Por último, pongo el término *Terroir* por ser una categoría que permite entender las concordancias entre sabor y lugar de origen, y consumo y producción.

### **Significados comida/alimento**

Varios autores se dedican a investigar cuestiones afines con la comida y la alimentación, estos análisis permiten ver cómo existen procesos que van más allá de una necesidad biológica. Mintz considera que “la nutrición de la cultura, se convierte a veces en otra cosa, porque los seres humanos la transformamos simbólicamente en un sistema de

significados que está mucho más allá de sí misma” (Mintz, 2003, p. 26). Para Mintz y Du Bois, estos significados permiten examinar la importancia del valor político-económico, simbólico y la construcción social de la memoria con respecto a la comida (Mintz y Du Bois, 2002). Phillips, a su vez, indaga acerca de los lazos entre aspectos de lo local y de lo global, y propone analizar y cuestionar de manera crítica los sistemas alimenticios (Phillips, 2006). Para este autor, es crucial investigar el rol de la agencia y de los imaginarios que se desarrollan en los procesos de producción y de consumo. En cuanto a estos puntos, Sidney Mintz (1985) realiza un trabajo emblemático sobre el azúcar; en este, él muestra que el consumo y los significados asociados a los alimentos no son naturales o salen de la nada, y que están afectados por la producción del mismo. Para Sutton (2010), la intersección con los sentidos posibilita poder comprender las nociones de lo cotidiano, así también como la distinción o los valores sociales (Sutton, 2010: 209). A partir de estos ejemplos, que como se observan son muy diversos, se percibe el interés existente sobre los temas en esta tesis.

Es esencial poner en consideración a un autor como Barthes (2012), quien analiza a la comida como un signo, y realiza este proceso de manera tan profunda, que le permite adquirir las cualidades de instituciones, en suma: no se puede dissociar de los signos de esa función. A partir de la interpretación de estos signos es como se llega a entender su significado; también, se puede considerar a la comida como una mercancía, y pensarla no como destinada al intercambio o a satisfacer las necesidades humanas básicas, sino como cosas que en cierto momento de su trayectoria, y en un contexto particular, cumplen los requisitos del mercado. Además de un signo, la comida se puede considerar como una mercancía, esto hace referencia a los estándares y a los criterios que definen que estos productos puedan ser intercambiados dentro del sistema de consumo que proporciona el mercado (Appadurai, 1991). De esta manera, al observar la circulación de los alimentos, se puede percibir, al mismo tiempo, como surgen los significados a los que terminan asociados. Su postura permite observar cómo los hábitos y los gustos pueden tener diversos significados.

### **Los símbolos**

El trabajo de Víctor Turner es el ejemplo de cómo ciertos temas se pueden utilizar en otros momentos, él tiene influencias de la visión funcional- estructuralista y de la simbólica (Como se cita en Bell, 1997). Un elemento representativo del trabajo de Turner son los ritos de

paso. Estos tienen tres fases: la separación, la liminalidad y la agregación. Este tipo de ritual marca culturalmente la transición de los individuos de un estadio a otro (Bell, 1997). Por esto, se podría creer que al analizar el consumo ritualizado de café en esta perspectiva se encontraría que los individuos atraviesan por un cambio. Los agentes pasan de ser consumidores regulares a consumidores especializados. Existe un cambio en las prácticas, los lugares y el cuerpo, en específico, el paladar y el gusto de estos consumidores. El consumo de café ya fue analizado desde esta perspectiva. En el trabajo de Quintão, Brito & Belk (2017) desde los estudios de consumo, ellos identificaron las tres fases ya comentadas.

Al menos, durante el trabajo de campo no se observó exactamente esto. No todos los individuos que experimentaron la apreciación sensorial del café se transformaron en consumidores informados o especializados. Algunos no están interesados en realizar un cambio en las prácticas y técnicas de consumo. Primero, están los que expresan interés por consumir cafés especiales pero rechazan el desuso de endulzantes y las restricciones en las preparaciones y las presentaciones. Segundo, los cafés especiales tienen un valor económico muy por encima de los cafés regulares y para algunas personas esta diferencia no se justifica. Los baristas, los catadores, y los dueños de establecimientos y marcas esperan que los agentes cambien su consumo pero no necesariamente que se conviertan en consumidores conocedores. Esto se debe a que “el café más rico es el que café que le gusta a uno”<sup>1</sup> y este no siempre es el que tiene más certificaciones o el precio más alto.

Por esto, tomo otro elemento del trabajo de Turner. Con esto me refiero a su tratamiento de los símbolos. Para él, su significado se encuentra al observarlos en conjunción a otros acontecimientos y, estos actúan de manera dinámica, no son estáticos (Bell, 1997). Los símbolos pueden condensar varios significados a la vez y contener significados parecidos o diferentes entre sí (Bell, 1997). Los significados tienen un carácter polarizado, por un lado, son ideológicos o normativos; y por el otro son sensoriales, refiriéndose a los elementos naturales y fisiológicos. Bell comenta que para Turner el cuerpo humano es la fuente de los símbolos, que luego son exteriorizados para organizar y entender el mundo social (Bell, 1997). La experiencia sensorial, que atraviesa el cuerpo, no es observada de manera estática. A pesar de una postura funcional- estructuralista, la visión de Turner sobre los símbolos se inclina a

---

<sup>1</sup> Esta es una respuesta que suelen dar los baristas al preguntarles cuál es el mejor café.

una perspectiva interpretativa (Bell, 1997). En este caso, los símbolos sirven como una forma de comunicación.

### **El gusto**

El papel de los sentidos suele quedar relegado en lo que respecta a la investigación social (Classen, 1997; Stoller, 1989; Sutton, 2010). Según el sociólogo Philip W. Sutton, el trabajo de Franz Boas sobre el salmón, es uno de los primeros en incluir el tema de los sentidos (Sutton, 2010). Desde la teoría estructuralista, los sabores y las propiedades sensoriales son entendidos como oposiciones binarias, que hacen referencia a otras oposiciones estructurales. En el caso de Lévi- Strauss, los sentidos se asumen como códigos que posibilitan la transmisión de mensajes. Mary Douglas se enfoca en las propiedades de la comida a través de los contrastes sensoriales que al mismo tiempo, estructuran platos e identidades sociales (Sutton, 2010). En ambos casos, lo sensorial es utilizado para hablar de cuestiones compuestas por dos elementos. Es decir, es un sistema binario. Fue a partir de las investigaciones del sociólogo francés Pierre Bourdieu, que se abren posibilidades analíticas propiciadas por su concepto de habitus (Sutton, 2010). El problema de este análisis, es que ubica al sentido gustativo bajo el del gusto, o juicio estético. Aquí, los sentidos son fuente de un sistema de rangos distintivos que son la expresión de la condición de clase (Sutton, 2010). Por este motivo, los sentidos quedan desplazados de las investigaciones sobre el gusto.

Esta perspectiva contiene exámenes que emplean las posibilidades teóricas, metodológicas y analíticas que se enfocan en los sentidos. Es decir, la idea de que el sabor es una construcción cultural importante a la hora de conocer el mundo, no es aplicada ni desarrollada en los estudios actuales sobre el tema en cuestión (Cárdenas, 2014). Por su parte, Méndez analiza el sentido del gusto como un elemento para poder conocer el cuerpo y la construcción de los significados (Méndez, 2010). En lo que respecta al olfato, Larrea (1997) expone algunos de los temas abordados: la historia de la desodorización, los olores de santidad, la discriminación y la exclusión, los olores del cuerpo y los malos olores, y el ámbito de lo mórbido.

Una manera de estudiar el gusto es a través de las prácticas concernientes a los hábitos que poseen los seres humanos en su vida cotidiana. Para Bourdieu, la condición que se

tiene desde la primera infancia casi que determina el habitus de las personas; por este motivo, el gusto es una idea burguesa que presupone la libertad de elección y no tiene en cuenta el gusto cuando hay necesidades particulares. Para este autor, “el gusto es elección del destino, pero es elección forzada, producto de unas condiciones de existencia, que al excluir cualquier otra posible, no deja otra opción que el gusto de lo necesario” (Bourdieu, 2000). Este punto de vista, aunque útil, limita el concepto de gusto a una distinción social, lo que genera que se deje de lado la experiencia sensorial con la que puede estar fuertemente enlazado (Sutton, 2010).

Desde la perspectiva de la fenomenología, se le otorga una mayor importancia al gusto, y también a otros sentidos. La experiencia de percibir, incluyendo lo sensorial, es el punto de partida y un lugar desde donde se percibe el mundo, de esta manera generando conocimiento (Puglisi, 2013; Csordas, 1990). En este sentido, el oler, degustar, tocar y hasta escuchar un alimento como el café, puede originar una experiencia que es aprendida, y se encuentra incorporada en el propio sujeto. Es posible, a su vez, incluir las experiencias sensoriales que incluyen, pero no se limitan a los cinco sentidos. Debido a que en esta propuesta no hay una jerarquización sensorial, los sentidos se convierten en una forma de conocer el mundo, en una forma de percibirlo y poder tener un conocimiento real del mundo externo.

Como hay diferentes formas de entender el gusto, me parece importante utilizar varias de estas en este trabajo. Por esto, entiendo el gusto, como un elemento vinculado tanto a un juicio estético como a la distinción social, un elemento clave para demarcar un status; y como la experiencia sensorial de las personas. En ambos casos, se presenta como una herramienta para establecer y calificar valores simbólicos y económicos que promueven y reproducen los valores de la comunidad de cafés especiales.

### **Sano/ Saludable**

Muchas personas se preguntan si los alimentos que consumen son buenos para ellos o no. Para la antropóloga Deborah Lupton (1996) esto se debe a que, para las personas, las decisiones dietarias están influenciadas por los discursos médicos o de lo saludable. Esto abre la puerta a que la comida se vea de dos maneras. Como un patógeno que es fuente de enfermedades y problemas para la salud (Lupton, 1996). O como una medicina que tiene

nutrientes u otros componentes que son buenos para el cuerpo humano (Lupton, 1996). En los discursos médicos de las sociedades occidentales, que aparentan objetividad, se encuentran implicaciones morales (Lupton, 1996). Respecto a este tema, Lupton puntualiza que inició en el siglo dieciocho, cuando con el incremento de la seguridad alimentaria y la búsqueda de las clases altas por diferenciarse de las bajas, se abrió el espacio al interés por el autocontrol y la moderación del apetito (Lupton, 1996). Este interés se empalma con la proyección de delicadeza y la reducción de actos considerados vulgares y no en una búsqueda de efectos beneficiosos en la salud física; luego estas prácticas se interiorizan en el cuerpo (Lupton, 1996). Como estas restricciones se dirigían a controlar la naturaleza animal del ser humano, se habla de un cuerpo civilizado (Lupton, 1996). Aquí, los alimentos son vistos como elementos que se incorporan al cuerpo, es decir, las personas son lo que comen, y esto lo convierte en un factor primordial en la formación del individuo (Lupton, 1996). Esto también es afín con la idea de que controlar lo que uno come es controlar que se es (Fischler, 1986). Por esto, en las sociedades occidentales se entrelaza la alimentación y la disciplina, otorgando valores como la racionalidad y el autocontrol a los individuos que ‘manejan’ adecuadamente su alimentación, y mostrando como irracionales y perezosos a los que no siguen o no se interesan en las recomendaciones de los médicos (Lupton, 1996).

### **El principio de incorporación**

En su trabajo Fischler (1995) habla de la paradoja del omnívoro. Los seres humanos tienen la libertad de adaptarse y de diversificar su dieta para suplir sus necesidades alimenticias, pero, existe una preocupación por lo desconocido (Fischler, 1995). Para él la incorporación representa un acto claramente atado a este miedo y ansiedad, porque este consumo traspasa las barreras físicas entre el cuerpo y el posible alimento, exponiendo a las personas a las propiedades materiales y simbólicas de este objeto (Fischler, 1995). En esta idea, las cualidades pasan a ser parte del sujeto mismo, y por extensión de su identidad. Él especifica que el principio:

“está consustancialmente ligado con la idea misma de medicina: todo alimento es buena o mala medicina, en sí mismo o en el momento de su ingestión, en función de los estados internos y de los otros alimentos ingeridos” (Fischler, 1995: 67).

De esta manera, el principio de incorporación habla de los miedos a ingerir alimentos perjudiciales para las personas y su salud física, así, atándolo a las ideas de la comida como medicina. Este concepto se enlaza a la percepción que tienen las personas sobre sí mismas “es igualmente fundadora de la identidad colectiva y, al mismo tiempo, de la alteridad”, ya que el objeto no solo puede traer propiedades benéficas y perjudiciales dependiendo de cómo los sujetos entienden el mundo (Fischler, 1995: 67-69). El principio de incorporación ata ideas sobre la salud, la identidad y el cuerpo con la comida, así que me parece un concepto útil para esta tesis.

### **Terroir**

El autor Jeff Pratt (2007) destaca el concepto de Terroir como uno donde se entrelazan las características físicas, la geología, el suelo, la inclinación y los microclimas, las habilidades, y en cierta medida, a los mismos individuos y sus costumbres. En su artículo, él nos dice que hay movimientos sociales que se dedican a producir y promover alternativas al actual sistema alimentario (Pratt, 2020). Por su parte, la autora Amy Trubek (2008) habla más a fondo de la aparición de este concepto. El concepto ha existido en Francia desde hace varios siglos, y articula a los alimentos con su lugar de origen; a principios del siglo XX diversos actores utilizaron esta naturalizada interpretación del sabor, ya que vieron los posibles beneficios de la celebración de la vida agraria y rural (Trubek, 2008). De esta manera, diferentes actores como periodistas, escritores, cocineros, productores de vino y otros productos alimentarios buscaron impulsar ciertas prácticas como la producción a pequeñas escala, las preparaciones regionales, los valores tradicionales, y los sabores populares de cada región (Trubek, 2008). Las publicaciones que impulsan un turismo rural ayudaron mucho a este proyecto (Trubek, 2008). Los primeros intentos por proteger estos productos llegaron de los productores de vino. En especial la champaña no sé beneficio al obtener la imagen de un alimento de estatus social, que no mejoraba las condiciones de los productores; por esta razón este gremio entrelazó el sabor a la región en donde se produce el alimento. Así protegieron su trabajo de frente a otros vinos espumosos (Trubek, 2008).

Trubek (2008) resalta que gracias a un largo proceso a inicios de siglo en 1935 se crea el *Institut National des Appellations d'Origine*<sup>2</sup> (INAO) con el propósito de controlar y proteger los productos con la certificación de origen o *appellation d'origine contrôlée* (AOC). El terroir como un concepto cultural es utilizado para legitimar productos atados al espacio. El estado tuvo un papel clave; el INAO y el AOC permiten a las regiones en crecimiento unas herramientas económicas, políticas, técnicas y hasta marketing, para utilizar sus recursos y apoyar la zona. Esto agrega valor al producto. El consumidor tiene el trabajo de reconocer la iniciativa, la superioridad del producto y asumir el precio (Trubek, 2008). Y así se mantiene el sistema que se generó centrado en ideas sobre el terroir.

Es importante que en el trabajo de esta autora se hable del consumo de alimentos como algo que no aparece de la nada sino que es parte de un trabajo en conjunto de diversos actores con propósitos similares. Si se ve al *Terroir* como un concepto cultural con un contexto específico, se puede entender que su vida social no es estática (Trubek, Kolleen & Bowen, 2010). Hay casos en que el terroir es utilizado como un factor importante para validar prácticas sostenibles y agro-ecológicas, donde se utilizan discursos sobre la naturaleza y el rol de los 'artesanos' (Ascione, Belsky, Nelsen & Barbato, 2020). En el caso de los vinos italianos, la calidad va más allá de una dimensión sensorial. También existen autores que muestran aspectos negativos del uso de este término. Para Guy (2011) el éxito del imaginario social del *terroir* se debe ocultar las condiciones laborales que podrían poner en riesgo el ideal de la vida rural. Como un concepto cultural que incluye un trabajo colectivo, es un término que traspasa el ámbito francés, o europeo, y se puede utilizar en diferentes países y productos, si se usa para reflexionar sobre el espacio, los alimentos, prácticas productivas y culturales (Ascione et al., 2020).

Me parece que las perspectivas en estos trabajos van de la mano con la temática sobre los vínculos entre el consumo y la producción. Aunque no hablan del *terroir* si reflexionan sobre esto. Por ejemplo, se entrevisté que ambos elementos están mediados por el trabajo de diversos actores. Esta promoción puede usarse para proteger un producto a nivel nacional, como los chocolates (Terrio, 2000), o para darle un mayor agregado como en el caso del café

---

<sup>2</sup> Ahora se lo conoce como *Institut national de l'origine et de la qualité*

en Ruanda (Goldstein, 2011). Desde estas perspectivas, hay un diálogo entre la producción y el consumo de los alimentos.

## **Metodología**

En el contexto de esta investigación, la metodología está basada en una aproximación cualitativa etnográfica. En la etapa inicial del trabajo de campo, se sostuvieron charlas informales con baristas y catadores. Esto ocurrió a lo largo del segundo semestre del año 2017 y durante el primer semestre de 2018. En la segunda mitad de ese último año, también participé en un curso de barismo durante tres días, asistí a tres clases de catación, y participé en las presentaciones de barismo. Desde el 2017 hasta el 2019, visité dos tostadoras, una en el municipio de Chía y otra localizada en Bogotá. Asistí a la feria de cafés especiales en Corferias, en el 2018 y el 2019 como una vendedora de la marca de café de mi familia y los apoye en las demostraciones de barismo. En el 2019 asistí como visitante, durante el fin de semana del 20 y 21 de julio, al evento “Bogotá Coffee Fest” en el que tuve la oportunidad para sostener charlas informales con diferentes productores, dueños de marcas y conversar con baristas. En este mismo espacio asistí a una catación pública ofrecida a cualquier interesado. Aprendí de producción de café durante todos los espacios anteriormente enunciados, y tuve la oportunidad de visitar en dos ocasiones una finca cafetera en Cundinamarca. Entre mayo y junio de 2019, participé en dos eventos como barista y vendedora; en ambas ocasiones, pude atender e interactuar con clientes, y tuve la posibilidad de poder preparar “tinto” y “americano” utilizando métodos de filtrado y conversando sobre las cualidades sensoriales del café. A lo largo de estos años, incluyendo el segundo semestre del 2019, me ha sido posible participar en actividades como la venta, el empaquetado, y la distribución de café: seleccionar granos entre granos previamente seleccionados, entregar café a hoteles, restaurantes e individuos en Bogotá, llevar el café a tostar, y luego de recibirlo empacado, sellarlo y colocar los stickers correspondientes. Todos estos elementos me ayudaron a recolectar unas 45 notas de campo.

Esta tesis me parece importante en el sentido que aporta perspectivas diferentes a un tema que en Colombia suele dirigirse hacia lo económico. La contribución es reflexionar sobre dimensiones sociales del consumo de alimentos o bebidas denominadas de alta calidad como el café especial. La producción académica sobre el café suele centrarse en la producción, o en

un consumo fuera del país, y son pocos los trabajos que inquieren en cómo es que toman café los colombianos. En cuanto a la antropología contribuye al participar en una comprensión social del consumo y la apreciación sensorial de los alimentos. Ayuda a reflexionar sobre la manera en que diferentes formas de entendimiento, valores sociales y consumo se conectan con la apreciación de las cualidades sensoriales de los alimentos. Y no cualquier forma de entender este estímulo sensorial, ya que se presentan formas correctas e incorrectas de hacerlo. Asimismo, este trabajo permite reflexionar la manera en que la producción, la distribución y el consumo de un alimento se interconectan entre sí, y uno permite comprender mejor el otro.

## CAPÍTULO I

### La producción del café y el sabor del lugar de origen

#### Introducción

¿Cuál es el lugar que ocupa el café en Colombia? La mayoría de las personas reconocen el café como un elemento importante de la sociedad colombiana. La distinción sobre otros productos se debe a diferentes dinámicas y elementos presentes tanto en la producción, el procesamiento y la preparación de las bebidas con café. Uno de los distintivos del café son los lazos entre el lugar de origen y el sabor de una taza de café. Resalto estos elementos porque están conectados y abarcados en la idea de Terroir. Este concepto entrelaza lo físico, la geología, el tipo de suelo, la altura y los microclimas; así, como las habilidades y el conocimiento necesario para transformar el terreno; y a los mismos individuos y sus costumbres, con las experiencias sensoriales presentes en las bebidas (Pratt, 2007). Aunque este concepto no es muy utilizado por las personas involucradas con el café, su forma de hablar sobre el café deja entrever las conexiones con esta idea originada en los vinos. En este capítulo quiero argumentar que el café es visto como un producto representativo en el país, que es visto como ideal para su producción en las diferentes regiones, y que las razones para producirlo y consumirlo se entienden bajo la lógica del terroir.

El semiólogo francés Roland Barthes (2012) afirma que los signos se definen por su lugar en un sistema de diferencias, y no por una correspondencia analógica o natural con su contenido. Este académico aplica el análisis de los signos al tema de la alimentación y la comida. Él observa la comida como un sistema de comunicación, un cuerpo de imágenes, un protocolo de usos, de situaciones y de comportamientos (Barthes, 2012). Bajo esta lógica los alimentos son signos; tienen significado, y no engloban uno solo, sino que pueden ser polisémicos, convirtiéndose, así, en formas de comunicación (Barthes, 2012). Esta idea de los signos y de los significantes se puede rastrear a la propuesta misma de Saussure. Para este autor la lengua es un sistema de signos en el que solo es esencial la unión del significante; la forma, es decir, una palabra, una imagen, una foto o un sonido; con el significado, la idea o

concepto psíquico del significante (Saussure; 1945). Esto quiere decir que lo más importante es el vínculo que se genera entre ambos elementos.

El antropólogo indio Arjun Appadurai (1991), a pesar de no hablar específicamente de los alimentos, manifiesta que al observar la circulación de una mercancía se pueden mirar los significados inscritos en sus formas, en sus usos y en sus trayectorias. Por este motivo, al analizar la producción, la distribución y el consumo, se pueden observar significados que desbordan lo propiamente económico. De esta manera, con el café especial, que es a la vez una mercancía y un signo, se pueden observar diferentes significados en su circulación. En este caso, expondré los tres significados que son asignados por actores a lo largo de la cadena productiva.

Siguiendo a Appadurai y a Barthes, indagaré en los significados que pude observar durante mi campo. Para este capítulo tuve en cuenta charlas informales con baristas y catadores, y visitas, como cliente, en tiendas especializadas en café en Bogotá; todo esto sucedió entre el segundo semestre del 2017 y el primer semestre del 2018. Asimismo, desde el 2017 hasta el 2019 visité la maquila, o tostadora, y café llamada Café Techo en el municipio de Chía. Asistí a la feria de cafés especiales en Corferias, en el 2017 y el 2018 como vendedora de una marca de café y apoyé en las demostraciones de barismo.

En este capítulo buscó resolver las siguientes preguntas: ¿cómo se define un café especial?, ¿cuáles son las motivaciones para producirlo en Colombia?, ¿cómo se produce, y se procesa en la práctica un café especial tomando como ejemplo una finca en San Antonio de Tequendama, y en una tostadora llamada Café Techo?, por último, ¿cómo todos estos procesos se conectan con la idea de terroir? Asimismo, entenderé el café como una mercancía y un signo, así como que estos significados se pueden observar lo largo de su circulación. Desde la perspectiva que me otorgó la entrada en campo, que mi familia tenga una marca de café, pude observar valores que se le otorgan al café. Esto tiene en cuenta que en otros momentos y que diferentes actores pueden significar el café de otras maneras.

En una primera parte, lo que quiero mostrar es que el café es un alimento representativo y que esto, en parte, se entrelaza con la diversidad de formas y particularidades

de este grano. En una segunda parte, quiero resaltar lo que ciertos actores están entendiendo el café bajo la lógica del terroir.

### **El café colombiano**

El café es una bebida obtenida de tostar y moler las semillas de la planta de café, o cafeto, y luego realizar una infusión con agua caliente. Esta planta es originaria de África, específicamente de Etiopía, y se cree que llegó a Colombia a principios del siglo XVIII<sup>3</sup>. Aunque existen muchas más, en el mundo se producen y se venden, principalmente, dos especies: la arábica y la robusta. Sus nombres científicos son *coffea arabica* y *coffea canephora* respectivamente. En Colombia se utiliza el primer tipo, conocido por ser un café suave en el que destacan sus particulares aromas, fragancias y sabores. Es decir, se lo conoce por sus aspectos organolépticos, o sensoriales. Estos rasgos permiten que dicho café se destaque por ser una bebida estimulante, aromática y de sabor suave. Mientras que la segunda especie es utilizada para producir una bebida espesa, amarga y cargada de cafeína. Esta última variedad es reconocida como un producto representativo de países como Brasil y Vietnam.

Pese a que en la actualidad se asocia la producción cafetera con una región en específico, este cultivo se entrelaza con el desarrollo económico y social de varias zonas del país. En parte este reconocimiento se debe a la cantidad de café producido en el eje cafetero<sup>4</sup>. En el 2019, unas 853,70 mil hectáreas de café se sembraron en 21 departamentos. La mayoría de la producción se distribuyó en Huila, con 144,90; en Antioquia, con 119,16; y en Tolima con 108,17<sup>5</sup>. No obstante, la producción no siempre se concentró en estas zonas. Según Ocampo (2013), Colombia se consolidó como un país cafetero a mediados del siglo XIX; evento que se conectó con la constante expansión de la frontera de producción del país. A finales de este siglo Santander, Norte de Santander y Cundinamarca cubrieron la mayor parte

---

<sup>3</sup> Historia del café de Colombia revisado en la página [cafedecolombia.com](http://cafedecolombia.com)

<sup>4</sup> Es una zona conformada por Caldas, Quindío, Risaralda y Tolima, es reconocida por la producción de café.

<sup>5</sup> Esta información se encuentra disponible en la página de la Federación Nacional de Cafeteros, en la sección de Estadísticas Cafeteras, en el documento Precios, área y producción del café.

de la producción. El cambio de siglo y las repercusiones de la Guerra de los Mil Días<sup>6</sup>, hicieron que el modelo de las haciendas perdió su rentabilidad (Ocampo, 2013).

Asimismo en el país se dieron diferentes modelos de producción cafetera: una localizada en departamentos como Santander, Norte de Santander y Antioquia; y otra se presentó en zonas como Cundinamarca. Ocampo (2013) afirma que en el primer caso se utilizó la pequeña producción, mientras en el segundo el modelo dominante fue la hacienda trabajada por arrendatarios. Por lo que tampoco existe un único modelo productivo desarrollado por los cafeteros.

En el siglo XX, la producción cafetera se desplazaría a otras zonas. Después de la Guerra de los Mil Días, y a principios de siglo, la producción cafetera se caracterizó por la inestabilidad (Bushnell, 2014). Durante este periodo, la producción en departamentos como Antioquia y Caldas, con su modelo de pequeña producción parcelaria, toma gran fuerza (Ocampo, 2013). Según Bushnell (2014), durante el primer tercio del siglo XX, el cultivo de café tomaría fuerza en Antioquia, el área al sur de este departamento, y en el valle del río Cauca. Es en esta etapa cuando comienza a conformarse el denominado Eje Cafetero.

Cuando se habla del café producido en Colombia se puntualiza que es arábica, y esto podría llevar a pensar que se siembra un único tipo de cafeto en todas partes. La realidad es que esta especie tiene sus propias variaciones, aunque todas son cobijadas con la descripción de suaves. Hasta 1960 se cultivó, de manera casi exclusiva, la variedad Typica (Cortina et al., 2013). En esta década se introdujo la Caturra<sup>7</sup>, a partir de esta planta, se inició la caficultura intensiva en el país gracias a su alto rendimiento (Cortina et al., 2013). Y la inevitable llegada de la roya<sup>8</sup> a Colombia, incentivó las investigaciones para obtener una variedad resistente a este problema (Cortina et al., 2013).

Para hacer frente a esta problemática se introdujeron más mezclas y se importaron algunas de otros países. Un entrecruzamiento de arábica y robusta, llamado Híbrido de Timor, que llegó en 1961 al país; se cruzó con la variedad Caturra, generando, de esta manera, la

---

<sup>6</sup> Conflicto civil ocurrido entre 1899 y 1902

<sup>7</sup> Esta variedad combina cualidades de Typica y de Borbón, originaria de Brasil;

<sup>8</sup> La roya, cuyo nombre científico es *Puccinia graminis*, es un hongo que produce una enfermedad que afecta a diversos granos de cereal. Esta plaga aflige, particularmente, a los cafetos; y se la considera como uno de los principales problemas del cultivo cafetero.

variedad Colombia (Cortina et al, 2013). Este cruce contiene la alta productividad de la Caturra junto a la resistencia del Timor. Este arbusto llegó al consumidor en 1980, tres años antes de la llegada de la roya (Cortina et al, 2013). Como podemos ver, la búsqueda por frenar los ataques de la roya, y el deseo por aumentar la productividad, impulsó el desarrollo de las variedades de café en el país.

Indico todo para destacar que el café en Colombia toma diversas formas. Primero, aunque el país es conocido por la producción del café arábica, existen diferentes variaciones en tamaños, características y resistencias a diferentes plagas y climas. Segundo, la producción no está confinada a una sola región como a veces parece insinuar el imaginario del cafetero paisa. Y tercero, así, como se dio en varias partes, se produjo de varias formas aunque eventualmente el modelo productivo de la pequeña parcela tomó fuerza y parece ser el más utilizado. Estos tres puntos están fuertemente articulados. Las diferentes variedades, la diversidad geográfica en el país y el pequeño cultivo son observados como ventajas para desarrollar diversas combinaciones de sabores y olores. Y de esta manera ofrecer diversas experiencias sensoriales. Con todo esto en mente, se puede observar como las particulares históricas del cultivo de café permiten pensar en Colombia como una región ideal para desarrollar cafés especiales. Quiero decir que estas formas de producción y la trayectoria histórica económica que tomó fuerza en el país modelaron la manera en que se entiende este alimento y su industria, y si estas particularidades fueran otras sus significados habrían variado. Lo que interesa ahora es explorar la definición de un café especial, su producción y su procesamiento en la práctica, y la conexión con la idea de terroir.

### **¿Qué es eso de un café especial?**

El término café especial vincula una multiplicidad de aspectos, muy diversos entre ellos. Esta expresión alude al proceso productivo, así como la preparación de la bebida (Ospina, 2017). Para la Specialty Coffee Association of America (SCAA), el término fue empleado por primera vez en el año 1978 por la noruega, experta en café, Erna Knutsen; ella puntualiza que los “microclimas geográficamente especiales producen granos con perfiles sensoriales únicos” (Rhinehart, 2009). Para esta organización, el café especial es el café que

ha pasado todas las pruebas encontradas en el proceso abarcado desde su origen en el cafetal hasta acabar en la taza de café para poder ser bebido (Rhinehart, 2009). En el mismo documento se destacan tres ideas claves que deben prevalecer: 1) el potencial, es decir, la posibilidad de una experiencia estupenda con el grano; 2) la preservación, que se refiere a la etapa en que se recoge la cereza en el momento adecuado, de un cafetal saludable en un suelo apropiado; 3) la revelación, que hace mención a las características del café por parte del tostador, que debe identificar y desarrollar los sabores, y poder empacarlo de manera adecuada. En este sentido, y al seguir todos estos pasos, se consigue un café especial cuando todos sus procesos salen de la mejor manera posible, lo que demuestra la importancia de cada actor y la cantidad de tiempo y esfuerzo necesarios para lograr dicha calidad.

La Specialty Coffee Association otorga un papel de una profunda relevancia a los procesos y a las personas relacionadas en la producción de este tipo de café especial; porque es la dedicación de los productores lo que logra la calidad de los granos (Rhinehart, 2009). Por su parte, en Colombia, la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) denomina al café especial como aquel que es valorado por los consumidores por sus atributos consistentes, verificables y sostenibles; los consumidores deben estar dispuestos a pagar altos precios que favorezcan el mantenimiento de la producción de calidad, y así se genera un mayor bienestar de los productores. De esta manera, para ser especial, el productor debe ser retribuido por su esfuerzo (FNC, 2019). La FNC asigna gran importancia a la calidad del café, pero, al mismo tiempo, se centra en el valor y en la retribución económica proporcionada a los productores. Asimismo, se estipulan cuatro categorías de café: de origen, de preparación, sostenibles, y orgánicos; dichas categorías, tienen a su vez subcategorías:

Primero, Los cafés de origen que provienen de una región o finca, y presentan cualidades únicas, es decir, no contienen mezclas con otras calidades y no poseen otros orígenes. Aquí se encuentran los de regiones reconocidas; los de suelos excepcionales como el suelo volcánico y los de un cultivo de una finca específica. Se denomina: regionales, exóticos y de finca respectivamente. Segundo, los cafés de preparación tienen granos con una apariencia especial por su tamaño, por su forma, y son un pedido del comprador. Se encuentran: los Selectos, que son mezclas balanceadas de varios tipos de café; los Caracol, que tienen formas similares al animal; y los Supremos, comercializados según el tamaño de su

grano. Tercero, Los cafés sostenibles son cultivados por comunidades que poseen un consistente compromiso con la protección del medio ambiente, y cuya producción se lleva a cabo por medio de una conservación de la biodiversidad de sus zonas. Cuarto, el café orgánico es cultivado sin que se requiera la utilización de productos químicos sintéticos, a saber: fungicidas, herbicidas, insecticidas y fertilizantes.

Discursivamente me parece que estas categorías sirven para ubicar a los cafés especiales en ciertas interpretaciones. Esto ayuda a crear los siguientes significados del café especial. Comenzando con que son alimentos producidos bajo un modelo productivo preocupado por el medio ambiente. Lo siguiente es que está producido con una responsabilidad social y desarrollo económico con el los caficultores. Y, también, con la idea de que existen cafés con diversidad sensorial gracias a las particularidades de su origen en un espacio delimitado. En este sentido, se significan en relación a proyectos colectivos e individuales como el desarrollo social de los caficultores, el cuidado del medio ambiente, y con la promoción de un mercado justo e imparcial.

### **Pero, ¿Por qué se producen estos cafés?**

Hasta este momento, describí la multiplicidad de procesos requeridos para la producción de café. Como se ha visto, esto significa invertir un gran esfuerzo en el cultivo y producción del grano. La razón para que la FNC promueva esta producción radica en los beneficios económicos que este mercado brinda. A comienzos de la década pasada, según la Organización Internacional del Café (OIC) el mercado mundial cafetero atravesaba una crisis “caracterizada por una falta de equilibrio entre la oferta y la demanda, una distribución sesgada del valor en la cadena de suministro, y un nivel inaceptable de pobreza entre los caficultores” (OIC, 2003, p.3). Una crisis que afecta sobre todo a los caficultores de países con una economía fuertemente entrelazada como Colombia

Para afrontar esta situación y recuperar una producción de café estable, se proponen diferentes ideas: aumentar la calidad de los cafés; lograr la expansión del mercado para obtener nuevos consumidores; promover y fomentar el consumo interno; diversificación de los productos, ya sea preparaciones o cafés aromáticos y con sabor añadido; elaboración de un café sostenible (OIC, 2003: 2-5). Se han impulsado otras ideas, pero, generalmente, estas

hacen referencia a cuestiones de índole económica o de disminución de los aranceles. La importancia de este documento reside en que la producción de cafés especiales posee las cualidades adecuadas para lograr un mercado sólido, en el que el café podría diversificarse hasta poder enfrentar la precariedad que atraviesan los cafeteros.

El consumo de cafés en el país pasó a ser un elemento importante. La FNC, a partir del año 1970, utiliza como estrategia de diferenciación la producción de un café suave y de buena calidad (Urueña, 2013). Esta propuesta, en la mayoría de los casos, iba dirigida al mercado externo. En este sentido, el consumo dentro del país es una oportunidad para diversificar y aumentar el sector cafetero, y una propuesta frente a las dificultades económicas del sector cafetero en Colombia. A partir del 2004, la FNC difunde el Programa de Promoción del Consumo de Café de Colombia Toma Café, que pretendía aumentar el consumo interno de café en el país. En el 2014 se publicó un documento sobre los resultados del programa. Lo que se puede observar es que para la FNC y otras instituciones, la producción de cafés especiales es una oportunidad para afrontar los problemas económicos que se presentan en el sector cafetero.

Estas propuestas no solo hablan de unos problemas económicos que afectan al sector cafetero. Esta agrega un valor nuevo al café, la necesidad de apoyo por la precariedad económica. Esta cualidad que es de una dimensión socio-económica se combina con nociones de herencia como las particularidades, históricas, productivas, y naturales, que ya señalé del café y las prácticas y técnicas que describo en el siguiente apartado. Todos los elementos se utilizan para la 'invención de la tradición' (Ascione et al., 2020), donde se valoran todos estos puntos como únicos, se convierten en prueba del valor del producto y la necesidad de protegerlo.

### **Producción y procesamiento**

Al hablar de la producción de café es importante hablar de los factores de un paso anterior. Con esto me refiero a la siembra, o los procesos de finca. Estos elementos incluyen: la exposición solar y el manejo del sombrero; el despliegue de la lluvia; la tipología del terreno, si tiene un pH ligeramente ácido o la calidad de la tierra; la variabilidad climática como la latitud y altitud, el tipo de abono; los fumigantes usados para controlar las plagas como la

broca o la roya<sup>9</sup>; y, por último, la variedades que son numerosas. Los involucrados en la producción deben tomar en cuenta estos puntos porque influyen en la bebida que se prepara al final.

Una semilla de café se demora unos dos meses en germinar y convertirse en una planta. Alrededor de unos cuatro años después, este cafeto dará sus primeras flores; y a esto seguirá la llegada del fruto. Después de esto, la planta genera cerezas<sup>10</sup> cada año, en el caso de Colombia, se realizan dos cosechas anuales. Hay una recolección que comienza en abril o mayo, dependiendo de la maduración del fruto del café, llamado cereza, y continúa hasta agosto o septiembre. En diciembre, hay otra más pequeña que se extiende hasta finales de ese mismo mes o hasta el inicio de enero.

En el país se realiza el denominado proceso húmedo. Los pasos consisten en recoger la cereza; despulparla separando la fruta de la semilla; remover el mucílago, una baba que cubre la semilla; se lava en tanques con agua y, luego, se seca la semilla. Adicionalmente, existe el método seco, en este se recoge el fruto, se seca la cereza, con una máquina se retira la pulpa, el mucílago y el pergamino. En el semihúmedo se realiza un proceso similar al húmedo. La diferencia radica en que el mucílago no se retira y permanece en el secado. Una vez que culmina la etapa del beneficio, el café es pesado, y luego se lo empaca y es enviado para realizar la trilla.

Durante mi trabajo de campo tuve la oportunidad de visitar una finca en San Antonio de Tequendama, a la que mi familia le compra café. La razón para comprarles se debe a sus manejos del café. Como yo lo veo, el caso de la finca es importante por dos elementos. Primero, porque las especificidades de la recolección son comunes en el país. Ellos realizan una recolección manual y utilizan el, ya mencionado, proceso húmedo. Se podría decir que estas prácticas son lo suficientemente generalizadas para permitir entrever un proceso recurrente en los 21 departamentos con producción de café. Segundo, se realizan esfuerzos en la selección en cada punto que permiten clasificar el café como especial.

---

<sup>9</sup> La roya ya la nombre, la broca es un insecto similar a un escarabajo que se come la semilla.

<sup>10</sup> Los cafetos tienen un fruto circular que cuando madura se torna rojo.

En la finca, la familia realiza la recolección de las cerezas de café a mano, en esta actividad el caficultor se desplaza por la parte interna de los sembrados de café, portando un balde, un canasto o una vasija donde va depositando poco a poco los frutos, de tal manera que solo se escogen las cerezas maduras para llevarlas a la despulpadora, ubicada a un lado de la casa. En esta máquina el rodillo está dentado, lo que se hace es separar la pulpa del fruto del café del grano por presión. En este caso, la despulpadora es manual, la manivela lateral se gira para realizar el proceso correctamente; aparentemente el proceso es sencillo, pero requiere de fuerza y técnica para lograr que el rodillo gire y aplaste el fruto. La pulpa se acumula al lado de la despulpadora, y con una pala se amontona hacia la parte posterior de la finca. Esto luego se utiliza como abono orgánico. En el otro lado, el grano recubierto de la baba natural del fruto se introduce en tanques plásticos de 55 galones con agua. Este proceso se conoce como lavado, en este se limpia la baba del fruto y se separan los frutos malos de los buenos; los frutos buenos irán al fondo mientras los frutos inservibles flotan. El grano debe permanecer en estos tanques por un periodo de 14 horas, tiempo durante el cual se deben revolver para facilitar y mejorar la limpieza de los granos, al término de este tiempo el agua se debe cambiar y dejar por un lapso de entre 13 y 16 horas para lograr la fermentación controlada del café.

Lo que sigue es pasar el café por una zaranda, esta malla es batida para separar la pasilla de la almendra que está en buen estado. Se acumula el café amarillo; el que es visto con una buena estructura y presentación. A un lado van los defectos marcados por errores de recolección, o afectaciones de plaga y clima, y son desechados. Cuando este café se ha zarandeado, se procede a extenderlo sobre prados planos y de pasto corto, los cuales se cubren con plásticos gruesos que permiten separar la humedad de la superficie del grano y reflejan el calor del sol para lograr un adecuado secado. Extendido sobre estas cubiertas plásticas, el café se mantiene en capas delgadas y se remueve permanentemente con un rastrillo plano de madera o un batidor, que permite extender y revolver el café para aprovechar el calor y el viento. Con este proceso el grano toma un color amarillo y su cáscara se vuelve crujiente, por esto se lo conoce como café pergamino. Cuando por experiencia y práctica el encargado encuentra que el grano está lo suficientemente crujiente y seco se recoge en bultos de fique de 62,5 kilos de capacidad. Dos de estos bultos, 125 kilos, conforman lo que conocemos como una carga. Todo el proceso realizado hasta este punto, recibe el nombre de beneficio.

La salud de los cafetos debe ser revisada constantemente. Se busca que estos no tengan plagas, como la ya indicada roya, y cada tantos años los cafetos se renuevan para producir cafés sanos. En la finca que visite, al lado de la casa, frente a la máquina despulpadora, tienen unos brotes de cafetos para renovar la producción. La sola presencia de una infestación en las plantas, que puede reconocerse por las manchas en las hojas o la presencia de pequeños animalitos que consumen los recursos de la planta, hasta acabarla, es razón para no comprar el café a una finca.

La diferencia entre un café especial y otros cafés no radica en el mismo proceso, que es igual en ambos casos. La diferencia es la atención prestada a cada punto. En un café especial los pasos deben salir tan perfectamente como sea posible. En el caso de la finca de San Antonio, los cafetos y el terreno son saludables<sup>11</sup>; las cerezas tienen la misma maduración y no vienen con otros elementos; la máquina despulpadora separa, pero no daña las almendras<sup>12</sup> de los frutos; la fermentación es con agua limpia y su tiempo es controlado; la almendra es escurrida y secada uniformemente bajo el sol o en espacios diseñados para este proceso. En el otro caso, los cafés que no son clasificados como de especialidad, y se consideran cafés normales o de consumo<sup>13</sup>, tienen uno o más errores en el proceso de beneficio. El suelo no es adecuado, los cafetos tienen plagas o ya son muy viejos, las cerezas recogidas no tienen la misma maduración o los tamaños son muy dispares, en la recolección vienen piedras, ramas, hojas, insectos, o cerezas caídas, las almendras se rompen al despulpar, la fermentación sobrepasa el tiempo o el agua no es completamente limpia, el café no se seca bien y se pudre, y no se almacena en espacios adecuados. Que un café no obtenga la puntuación para considerarse especial se puede deber a una o más de las razones especificadas.

Regresando al proceso, una vez que se recoge y se pesa el café pergamino<sup>14</sup>, este se envía desde San Antonio a Chía. Y en el menor tiempo posible, para no afectar la calidad, se lleva una tostadora<sup>15</sup> donde es seleccionado, trillado y tostado, a esto se lo conoce como

---

<sup>11</sup> El suelo tiene la acidez adecuada, los cafetos no tienen plagas y aún son jóvenes.

<sup>12</sup> O semillas del fruto

<sup>13</sup> Al evaluar este café obtiene menos de 80 puntos.

<sup>14</sup> Como se le dice al café secado, ya que queda con una capa amarillenta

<sup>15</sup> También se las conoce como torrefactoras de café

maquila. La trilla consiste en separar el café verde, o almendra, del revestimiento amarillento que lo contiene; cabe resaltar que este proceso de separación podría ser realizado manualmente, pero el empleo de una trilladora acelera considerablemente los tiempos. En otra máquina, se coloca el café verde para llevar a cabo la instancia de separación del café por tamaño, y poder retirar los elementos defectuosos. En el proceso de torrefacción, se expone el café verde<sup>16</sup> al calor, para obtener el grano con el que identifica al café. La tostación se clasifica en: baja, media o alta. En el trabajo de campo tuve la oportunidad de visitar Café Techo, esta es una trilladora y tostadora ubicada en el centro de Chía. Ellos reciben grano para los procesos indicados y usualmente se llevan a cabo por el dueño o empleados, que atienden la cafetería.

En el establecimiento se puede ver cómo ellos ponen el grano en la parte de arriba, la máquina presiona y en la parte de abajo sale la almendra. La trilladora separa estos productos y los granos salen listos para ser tostados. En una malla, se coloca el café verde para separar el café por tamaños e impedir el paso de los granos defectuosos:

“Este es un café demasiado pequeño para la malla así que no queda seleccionado; esto de acá es la pasilla, todo lo que venía con problemas, si ves de estos tres sacos solo salió este poquito, es un buen café; y este es el café seleccionado por el tamaño de la malla”. Nota del 31 de julio de 2019

Una vez se ha trillado y tostado, el siguiente paso es empacar. Este es un servicio que se ofrece en Café Techo. Aunque existen varias formas de guardar el café, muchos dueños de marcas de café siguen los parámetros para el café tostado tipo exportación<sup>17</sup>. Según normatividad de la FNC el empaquetado de café debe venir con un empaque que impida la degradación del producto y con una válvula desgasificadora. El empaque debe proteger al café de factores externos que puedan alterar la calidad del café como: aromas, oxígeno y humedad. Otro aspecto importante es que el contenedor mantenga la vida útil del grano por hasta nueve meses. Para obtener el sello de 100% café de Colombia, el logo con el que se reconoce a la marca Juan Valdez<sup>18</sup>, los dueños de marcas deben utilizar café colombiano, y

---

<sup>16</sup> Ya no tiene la envoltura amarillenta, y ahora se observa una almendra de color verde

<sup>17</sup> Esto se encuentra en la Resolución 1 de 1999

<sup>18</sup> Pero es utilizado como logo del sello 100% café de Colombia

solicitar y diligenciar el trámite a través de tostadores certificados por la FNC. Otras certificaciones incluyen la Indicación Geográfica protegida para comercializar en Europa y la Denominación de Origen para países como Colombia, Perú, Ecuador y Bolivia.

Es importante anotar que el café se encuentra fuertemente regularizado en diferentes dimensiones. Primero, la FNC tiene una gran influencia en procesos como la producción, empaquetamiento, comercialización, exportación, y en el manejo parafiscal a través del Fondo Nacional del Café, además de la investigación científica sobre este alimento. La FNC nace cuando “en 1927 los productores colombianos de café se unieron y crearon una organización que los representara nacional e internacionalmente” (Código de Ética y Buen Gobierno, 2016, p. 2). Segundo, las normas del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación o ICONTEC establecen y regulan procesos técnicos del análisis sensorial y la manufactura de café verde, en grano, tostado y molido.

Todas estas regulaciones frente al café, lo convierten en un alimento regularizado y con la capacidad para replicarse por diferentes actores a lo largo de todo el país. Para los productores, baristas, catadores, tostadores y dueños de marca con los que pude hablar esto tiene dos grandes consecuencias. Uno, que los procesos del café son bastante rígidos: la variedad que se puede cosechar, los parámetros para certificarse, y los requisitos para exportar a otros países. Por esto, a veces es común escuchar a las personas comentar “que la Federación es bastante exigente” o realizar ciertos procesos es “cansón”. Dos, el término café colombiano se asociado con un nivel estandarizado de calidad. Esto lo hace un producto reconocido tanto al interior como al exterior del país. Por esto, a pesar de encontrar estas medidas como rígidas, se hallan necesarias y útiles. Las personas van a comentar que todas esas regulaciones son las que “nos dieron el nombre” o el “estatus” de buen café, y que por eso para mal o para bien se deben mantener.

Como se vio, el café es observado como un producto insignia de Colombia. Primero, esto se debe a su estrecha influencia en la economía del país y modelos productivos presentes en el mismo. Segundo, se intenta controlar a través de la regulación de la producción, distribución y comercialización de este producto. Lo que conlleva a que todos integrantes de la cadena productiva puedan replicar estos procesos de manera exitosa. A mi parecer estos puntos se corresponden con la búsqueda de un consumo de cafés de alta calidad, ya que existe

una lógica en la que las personas deben consumir que es un alimento representativo, y todas estas regulaciones son una muestra de esto. Asimismo, quise mostrar cómo el proceso para obtener un café especial y un café ‘normal’ no se diferencian en los pasos realizados. Lo que genera un cambio es el cuidado que se le presta. Con esto en mente, me parece que el conocimiento y las habilidades de cada personas vinculada en estos procesos juega un rol importante en el producto final. Ahora quiero mostrar cómo todo lo que señalé se vincula con los sabores del café.

### **Qué tiene que ver el lugar de origen del café con su sabor**

A lo largo de la cadena productiva del café se encuentran diversos valores y significados asociados al café. Los significados de una mercancía pueden variar en diferentes puntos y con diferentes actores (Appadurai, 1991). En mi caso, participé como vendedora, así que los significados que indago están atados a esta posición. Para algunos los cafés especiales pueden representar una decisión vinculada con el autocuidado, para otros el emprendimiento familiar, la justicia social o incluso con la distinción social<sup>19</sup>. No obstante, casi todos estos sujetos dialogaron, en un punto o en otro, sobre la importancia del proceso productivo en el desarrollo de los atributos organolépticos.

Para el antropólogo Jeff Pratt hay movimientos sociales que se dedican a producir y promover alternativas al actual sistema alimentario. Desde su perspectiva, estos colectivos utilizan ideas sobre lo local y lo auténtico en sus proyectos. Este activismo busca cambios en la producción y en el consumo que vayan de acuerdo a sus lecturas de lo que es local, y que logren: la disminución del impacto en el medioambiente, la generación de economías fuera del sistema capitalista, el aseguramiento de la soberanía alimentaria de las comunidades, la valoración del trabajo de los campesinos y el apoyo de la producción de alimentos de alta calidad (Pratt, 2007). En algunos casos estos objetivos se cruzan y chocan entre sí.

Un elemento clave de este análisis es el enlace entre la calidad de un alimento y la producción en espacios físicos delimitados. Para Pratt (2007) esto se debe al, ya citado,

---

<sup>19</sup> A lo largo de mi trabajo de campo encontré comentarios donde se hablaba del café en diferentes términos. Los dueños de cafés que hablaban de su trayectoria familiar, baristas que lo veían como un aporte positivo a la salud, el consumidor que lo compraba por la distinción asociada, o los representantes de comunidades que lo interpretaban en términos de oportunidades de desarrollo social y económico en el marco del posconflicto.

concepto de *Terroir*. Según Trubek (2008) el término se utiliza desde hace varios siglos, en Francia, como un concepto cultural; a principios del siglo XX, diferentes actores que buscaban proteger y promover la agricultura rural en ese país, lo utilizaron al ver los posibles beneficios de una perspectiva que celebra la vida agraria y rural. Este proyecto llevó a la creación del INAO y la denominación de origen para proteger estos productos alimentarios (Pratt, 2007, Trubek, 2008). En un principio la noción abarcó los distintivos físicos, la geología, el suelo, la inclinación y los microclimas, elementos que afectan el sabor del vino; luego este se extiende a las habilidades y el conocimiento que transforman el terreno; y posteriormente, comprende a los mismos individuos y sus costumbres (Pratt, 2007). A pesar de que la denominación de origen abarcó inicialmente los vinos, en 1992 la Unión Europea pasó un marco regulatorio que certificó y autenticó los productos con un lugar de origen garantizado o protegido (Pratt, 2007). Esto significó que el término se extendió al análisis de otros alimentos como los quesos o los chocolates. La autora Heather Paxson (2006, 2008), investigó el queso como parte de una economía moral que se vincula a la cadena productiva. Por su parte, la antropóloga Christy Shields-Argelès (2019) reflexiona sobre la forma en que una actividad ritualizada, como la catación de quesos comté, promueve y sostiene valores propios de una producción bajo el modelo del terroir. El concepto es útil a la hora de analizar aspectos simbólicos, sociales y sensoriales de los alimentos.

Las personas que conocí no interpretan el sabor del café como algo artificial pero sí como un elemento natural que conlleva un esfuerzo activo para ser desarrollado apropiadamente. Durante la versión del 2018 del *Cafés de Colombia Expo*, participé como vendedora del café de mi familia. Recuerdo que de un grupo de varias personas, se acercó un hombre a preguntarme qué era eso de que los cafés tenían sabores, y qué a qué sabía el café que yo promocionaba. Yo le intenté explicar que la marca que yo estaba vendiendo tiene notas a chocolate y que esto se debe a manejos en las fincas y tostadoras. Él, tal vez sorprendido o en duda, me preguntó si no era que se pusieran cosas como esencia de vainilla, porque él no quería cosas agregadas a su café. Yo le aseguré que no, que estos cafés desarrollan estos sabores por sus procesos y no que se les agregué algún saborizante. Incluí esta anécdota para señalar que los atributos organolépticos en las preparaciones no provienen de sustancias

agregadas como las esencias, sino de procesos que se pueden dividir en tres: la siembra, el beneficio, y la maquila<sup>20</sup>.

En el primer caso, la mezcla de los factores en la siembra influye en el desarrollo de la fruta. Una mayor altura disminuirá la susceptibilidad a las plagas, algunas variedades tienen mayor facilidad para desarrollar buenos sabores pero alta vulnerabilidad a infectarse<sup>21</sup>, los fumigantes protegen la planta pero pueden afectar el sabor y el medio ambiente. Los brotes, o chapolas, se deben sembrar correctamente o la planta puede crecer de forma inadecuada. En principio, pareciera que este proceso afecta solo la salud y el crecimiento de la planta. No obstante, la presencia de plagas como la broca se identifica como un defecto y la bebida resultante se describe como agria o terrosa. La falta de elementos como agua, nutrientes en el suelo y una mala salud en el cafeto desarrollan cafés averanados, cuyas bebidas tienen sabores y aromas que disminuyen notablemente. Y así, existen defectos vinculados con problemas en la siembra que se trasladan a la bebida.

Segundo, esta lógica se mantiene en el proceso de beneficio. Si se recoge un fruto verde, este provoca un sabor y aroma descrito astringente y a fermento, descrito como ‘una sensación pegajosa, sabe cómo cuando se muerde un mango biche’. Sí, es una cereza pintona<sup>22</sup> producirá un líquido con sensaciones a fermento y ‘avinagrado’. En cambio si la maduración es ideal desarrolla sabores deseables como a críticos, chocolate, vainilla, entre muchos más<sup>23</sup>. Si la despulpadora rompe el grano, la bebida será rancia, agria y a tierra. En el lavado, la almendra actúa como una esponja. Cualquier contaminación del agua se refleja en la bebida como sabores a químicos o aguas estancadas. En cuanto a la fermentación, si no se controla adecuadamente el tiempo, el sabor es ‘descomposición total del grano’.

Al secar la almendra, esta debe quedar con un porcentaje de humedad ‘entre el 10,30% y el 11,30%’, demasiada agua le otorga un sabor a fermento, y muy poca ‘re seca la

---

<sup>20</sup> Al término de los cuales, y dependiendo de la calidad con que los desarrollen el producto final podrá ser un café espacial (más de 85 puntos), un café, muy bueno (entre 80 y 84 puntos) o un simple café de consumo (menos de 80 puntos).

<sup>21</sup> Un ejemplo es la variedad Geisha, y un caso contrario es la Caturra que es conocida por su resistencia pero es más difícil desarrollar perfiles deseables.

<sup>22</sup> Un grano verde no ha terminado de madurar y un pintón ya pasó de su mejor punto.

<sup>23</sup> No podría todos los posibles sabores y aromas en un café, para ver estas posibilidades véase la rueda de sabores, esta es una herramienta y una representación física de los posibles sabores que se encuentran en el café.

almendra y al tostarlo se quema'. El último proceso es la maquila. Una trilladora mal ajustada puede aplastar el café, dañándolo visualmente y evitando una tostación uniforme, por la disparidad de los tamaños. El uso de temperaturas muy altas puede quemar el café completamente, dejando solo una sensación amarga y con sabor a ceniza o 'carbonizado'. En general, no manejar bien el proceso de tostación puede dañar todos los sabores que se han desarrollado en los procesos anteriores. El modo en que se lleve el cuidado culmina en el perfil sensorial de la bebida, que es la descripción de las propiedades al beber la infusión de café. Una siembra adecuada da una cereza sana; un beneficio cuidadoso lleva a sabores, como digamos chocolates, cítricos o frutales; la trilla ayuda a eliminar cualquier defecto restante y la tostación a desarrollar las características deseadas.

En el apartado anterior, narré cómo son los procesos del café; y lo hice para iluminar cómo se realiza el proceso, en este caso quise mostrar cómo el mismo afecta los sabores. Y quise ejemplificar con los defectos, y un pequeño resumen de un buen proceso, cómo cada paso puede influenciar un sabor que le corresponde más adelante en la preparación de la bebida. Y cómo se pudo observar en el apartado anterior, la diferencia entre un grano y otro no es el proceso mismo, sino la habilidad y los conocimientos de las personas que los realizan. En esta medida, el sabor del café se vincularía tanto al terreno, como a las prácticas, las personas y sus conocimientos.

A pesar de que mucha gente habla de estos pasos, en realidad en el caso de los cafés especiales no hay una mención directa del término terroir. Los actores impulsan estas interpretaciones en actividades donde se plantea que es un buen café. En estos espacios se entrelazan discursivamente todos estos elementos. Por ejemplo, la elección de la variedad y una siembra correcta de los brotes, implican ciertos rasgos distintivos:

“La cepa geisha tiene una condición para muy buenos aromas y sabores pero es muy delicada. La castilla es muy fuerte a la roya, a la broca y a los insectos pero los sabores no son tan buenos. Y hay que tener en cuenta la altura porque entre más alto es menos probable que tenga plagas. La chapola<sup>24</sup> si no se siembra bien y su raíz queda torcida genera un defecto

---

<sup>24</sup> La chapola es la planta del café cuando es pequeña.

llamado ‘cola de ratón’, solo genera granos que no tienen buena taza” Nota de campo de abril del 2020

La calidad y las especificidades del suelo donde se cultiva el café se enlaza a los sabores presentes en la taza. Durante una capacitación se observa en el siguiente comentario:

“(…) Entonces, tradicionalmente, en Colombia ese beneficio húmedo incurre en que se use agua desde la finca para procesar el café: se cosecha, se fermenta, se despulpa, se fermenta, se lava; entonces, el agua... está el agua involucrada. El sistema de producción del café es un sistema ácido. Eso quiere decir, que si tú Santiago quieres ser un caficultor, debes tener una finca con unos suelos de un pH ácido. Y esa acidez, tú tienes que jugar con esas notas de acidez cuando lo prepares porque generalmente, esa acidez se va desde la finca hasta la taza. Y es cuando uno empieza a entender por qué cuando empieza a sentir en el paladar de un tinto, un americano, yo encuentro una nota ácida agradable, puede ser una acidez cítrica o una acidez málica como una manzana. Pero lo ideal no es encontrar una acidez arsénica como el vinagre”. Nota de campo siete de julio de 2018

Esta apreciación la realizó Freddy Cruz, un ingeniero agrónomo y catador de café que realiza capacitaciones y cursos sobre la preparación y apreciación del café<sup>25</sup>. Aquí él entrelaza los sabores del café a su lugar de origen, especialmente cuando él sugiere que “tú tienes que jugar con esas notas de acidez cuando lo prepares porque generalmente, esa acidez se va desde la finca hasta la taza”, se hilan las cualidades del suelo con la dimensión organoléptica que luego se presentan en la taza. No solo esto, cuando él indica que se debe “jugar” incluye las influencias de las técnicas y las habilidades utilizadas al tratar el suelo, y como todos estos factores tienen una conexión directa con el producto final, la taza. La calidad del café está fuertemente ligada a la altura del cultivo, la fertilidad de la tierra y, los olores y sabores, a las otras plantas presentes en la zona.

Además de mencionar las haciendas o las fincas donde se produce, al hablar de un café, se resaltan los datos como el departamento, la zona donde se ubica, la altura, la variedad

---

<sup>25</sup> Conocí a Freddy como a la mayoría de las personas, a través de mí la empresa de café de mi familia. Me parece una opinión importante en la medida es que una persona que se ha dedicado a la industria de café, y que su conocimiento en el tema se considera valioso para otros al punto que cuando lo conocí participaba en capacitaciones del Sena.

y el tamaño del grano. La conexión es observable en las definiciones. Para Erna Knutsen los “microclimas geográficamente especiales producen granos con perfiles sensoriales únicos” (Rhinehart, 2009). Esta definición entrelaza el espacio y la calidad olfativa y gustativa. La SCAA valora las habilidades y el conocimiento, ya que es la dedicación de los productores la que logra la alta calidad del grano. Y la FNC destaca la retribución económica proporcionada por los consumidores, así que debe ser una cualidad percibida por quién compra.

El producto final se entrelaza con otro elemento, la preparación de la bebida. Durante mi visita en el 2018 a *Cafés de Colombia Expo* pude observar parte de la *Competencia Nacional de Barismo*. En esta competición los baristas realizaban una presentación de las bebidas que diseñan y declaran lo que consideraban importante dentro de su labor como baristas.

“¿De dónde provienen los sabores? A esta pregunta le daremos respuesta en el transcurso de mi presentación. Bebida diseño, perfil sensorial que no solo potenciará el sabor del café sino que creará nuevos sabores. Voy a utilizar, primero, sesenta mililitros de agua, la cual pasará por este embudo que tiene un campo magnético cuya función es reestructurar no sólo el agua sino los líquidos. Esto es para mejorar su sabor, aumentar su cantidad de oxígeno, y que así sea mucho más solvente, ya que necesito disolver el siguiente ingrediente, un polisacárido que dará una textura cremosa que es característica del café. Dos gramos de panela a la solución, ya que necesito potencializar un poco más el dulce de este café. También haré una infusión con la máquina de aeropress, ya que necesito hacer una extracción bien intensa. Utilizaré pétalos, sus ácidos orgánicos más los ácidos del café crearán un nuevo sabor. Dos Gramos de bayas de saúco de ciruela, este no va a aportar en el sabor pero si va a potencializar ese gusto posterior bastante prolongado. Y por último diez gramos de cáscara de café que sacamos del café que estoy utilizando el día de hoy. Esta cáscara potencializa las notas frutales en el aroma y en el sabor. Señores jueces tomen nota de mis descriptores: notas dulces a caramelo, sabor a moras y chocolate, cuerpo medio cremoso como mousse de moras y un final prolongado a ciruelas” Nota del cinco de octubre de 2018

Los baristas, los catadores y los tostadores, son actores que ayudan a desarrollar o generar variedad en los sabores de las bebidas de café. Además de su conocimiento de la industria cafetera, ellos construyen sensorial y discursivamente la descripción que da un valor

simbólico y material agregado al producto que se vende. Durante la competencia ellos describen la manera en que con su conocimiento son capaces de utilizar ingredientes para potencializar ciertos aspectos en el café e incluir nuevos elementos para generar una bebida con la experiencia sensorial como un agregado. A la vez, son ellos los que realizan la descripción de un café que se manda a analizar. En su trabajo de los cafés en Ruanda, Goldstein (2011) ya relata la importancia de los catadores a la hora de convertir el café en una mercancía deseable en el mercado internacional

A pesar de los esfuerzos por promover estas visiones del sabor, se busca que estas se vean como cualidades naturales del mismo café. De nuevo, estos temas son observables durante las capacitaciones. En este caso se realizó con los dueños de una cafetería en Tunja. La actividad fue dirigida por Freddy, luego de hablar brevemente sobre del origen del café y la historia del pastor Kaldi<sup>26</sup>. Él señala las especies más comercializadas en el mundo, y la presente en Colombia

“Si quieren se sientan, no hay problema para que estén relajados. Entonces, en términos de lo del café, ya hay un una claridad básica de lo que es la historia. Tenemos, dos, tres, especies de café diferentes en el mundo, la ibérica, la robusta y la arábica, pero hay más especies. La ibérica no se desarrolló comercialmente, entonces, en el mundo del café conocemos la arábica y la robusta. La arábica son los cafés que se siembran acá en Colombia pero también se sembraron en Brasil, y también se sembraron en África. Lo que pasa es que la robusta se desarrolló más por términos de altitud en África, y luego se estableció en Brasil. Gracias a Nestlé, en Brasil se estableció el café robusto porque si ustedes van a la historia del café, al principio del siglo veinte todo lo que se sembraba en América era Arábica”.

Una vez él habla de la presencia del tipo de café en el país, resalta las propiedades innatas de la variedad arábica, que están entrelazadas con sus componentes. Los porcentajes de cafeína, azúcar y aceite influyen en el sabor de esta variedad

“¿Cuál es la importancia de diferenciar una [variedad de café] arábico del robusta? Es un café mucho más suave, más delicado. Tiene la mitad de cafeína que un café robusta. Y

---

<sup>26</sup> Freddy dice que el café es originario del sur de Etiopía, y que se dice que el café fue descubierto por un pastor llamado Kaldi que encontró a sus cabras ‘locas’ luego de consumir un arbusto que resultaría ser café.

adicional a eso, tiene una posición importante, porque tiene un porcentaje de azúcar y un porcentaje de aceite que se van a expresar en un espresso; pero lo más importante es que tiene la mitad del porcentaje de cafeína. Mientras que un arábica tiene un 1,5% de cafeína, el café robusta tiene el doble. Entonces, por eso, la suavidad del café arábico”.

Así que para Freddy, aunque los procesos realizados por los caficultores generan un producto único, la especie arábica “siempre va a gustar” por sus condiciones biológicas.

Un café arábico puede prepararse de diferentes maneras, y siempre va a gustar porque tiene unos procesos de manejo de beneficio, porque viene con una calidad de finca, y porque además por la especie es mucho más suave y delicado, pero dentro de Colombia se establecieron de porte alto, de porte medio, y de porte bajo. Nota de campo siete de julio de 2018

En la explicación sobre los cafés, Freddy ata varias ideas. Él lee las cualidades físicas propias del café en concordancia con las características organolépticas presentes en las bebidas. Es una visión naturalizada del sabor y la producción. Este es un elemento presente en la idea del Terroir. Por esto, la suavidad y las posibilidades sensoriales al tomar el café se convierten en razones para vender para las tiendas y cafeterías que quieran dirigirse a un público que se enfoca en la experiencia sensorial.

Al llegar a este punto, aclaro porque primero vinculé los procesos al concepto de terroir, y luego mostré cómo la gente conecta estos elementos. Como indiqué, el terroir no es nombrado<sup>27</sup>, las ideas dentro de este término son discutidas por los actores, sobre todo los integrantes de la cadena productiva, y cuando lo hacen no es de una manera tan directa. Usualmente, se enfocan en un elemento: la variedad, la preparación o las habilidades de baristas y tostadores. Al pasar cada vez más tiempo hablando sobre el tema, se nota un hilo discursivo en estas conversaciones. Por esto, a pesar de no ser utilizado, me parece que este concepto ayuda a entender cómo se enlazan espacio, alimentos, y prácticas productivas y culturales. Para diferentes autores estas discusiones están integradas con este término (Trubek, Kolleen & Bowen, 2010).

---

<sup>27</sup> Lo escuché una vez, y no estoy segura si realmente la estaban utilizando porque había mucho ruido.

Ahora, para John Muñoz, quien es un barista desde hace trece años, y que ha trabajado para diferentes marcas y tiendas de cafés especiales en presentaciones, capacitaciones y preparación de café<sup>28</sup>, el enfoque en la promoción interna del café está entrelazado con la aparición de nuevos tipos de consumo. Él expone esta postura durante una capacitación en una cafetería. Al hablar con las personas que trabajan allí, él les comenta:

“Esto del café... El café es una bebida muy compleja, hay reacciones físicas y químicas. Y nos estamos profesionalizando en Colombia por eso. La gente se estaba aburriendo del café porque no lo sabían consumir, ni preparar, para esto son las capacitaciones. El café tiene componentes ácidos, fosfóricos que son los minerales, tiene dulces; y todo eso se resalta en una buena preparación. Por eso, hay cursos de barismo, catación, y de filtrado, cosas que no sabíamos (...)”. Nota del 11 de agosto del 2018

Cuando John habla de “la gente se estaba aburriendo del café” plantea la idea de un problema para el sector cafetero, la disminución de personas interesadas en consumir este alimento, ya a que con los cambios generacionales aparece un nuevo tipo de consumidor, estas personas observaban el café como una bebida de “abuelos, papás”, y no como una bebida llamativa que capte su atención. Es decir, el café no apelaba a los gustos o necesidades contemporáneas. En otra situación, él se refiere este tema nuevamente:

“El barista ha logrado a través del público que... Antes, se veía el café cómo algo de los papás. Gracias al barista, han visto que ‘oiga, esto es de jóvenes” Nota de campo del seis de octubre de 2018

La perspectiva de John frente a la disminución del consumo es el resultado de varias condiciones expuestas en el informe del Programa Toma Café. Primero, la apertura económica en 1991, la concentración de poblaciones en las ciudades amplía las opciones de consumo de las personas y el desplazamiento de un consumo del hogar a lugares fuera de este espacio (PPCTC, 2014). Segundo, entre el 2000 y el 2009 diferentes bebidas que compiten por el interés de los consumidores ampliaron e innovaron sus opciones: el aumento de los empaques

---

<sup>28</sup> John ingresó en el tema del café trabajando para una cadena de cafés, luego se convirtió en barista al estudiar el tema en el Sena. Él trabajaba en una trilladora en Bogotá cuando lo conocí, aunque John trabaja ofreciendo asistencias a diferentes locales y marcas cuando necesitan asistencia de baristas en sus eventos. A finales del 2017, Jhon junto a su hermano abrieron un local de café en Bogotá, donde venden su propia marca de café. Sus dos hijos son entrenados por John y su familia para participar en concursos de barismo para niños.

de gaseosas, la promoción de jugos envasados y en polvo como naturales, la diversificación de agua envasada y bebidas lácteas, la presencia de los téis, y las bebidas hidratantes y los energizantes (PPCTC, 2014). Y tercero, el creciente interés de las personas por mantenerse en contacto con el mercado, y estar informados sobre los componentes y las etiquetas (PPCTC, 2014). Según este documento, todas estas condiciones llevaron a una disminución y un desplazamiento del café frente a otras bebidas. Teniendo en cuenta todos estos factores, toma sentido el comentario de John. El trabajo del barista que diversifica la preparación de las bebidas con café ayuda a renovar el interés por este alimento. La aparición de nuevas preparaciones con y sin leche, el arte latte y la promoción del café como una experiencia sensorial que varía cada vez que se toma café. A la vez, deja entrever un imaginario social en la cadena productiva que crea la necesidad para estos actores de crear espacios para promover e impulsar el tipo de consumo que a ellos les parece más adecuado.

En este entendimiento el café colombiano es un alimento internacionalmente reconocido por su buena calidad, un tema estudiado en la historia económica del café; su calidad se consigue gracias a los esfuerzos de diferentes actores por realizar un proceso cuidadoso; así que la disminución en el consumo debe ser el resultado del desconocimiento del colombiano a la hora de reconocer un buen producto. Para John<sup>29</sup>, este hecho se da porque:

“Bueno, Colombia es un país productor no un país consumidor de su propia materia prima, tristemente lo digo. Los colombianos que tomamos café especial en Colombia, o los que buscamos tiendas de cafés especiales es porque tenemos algún contacto con este nicho de mercado, que es el café, o que hemos salido al exterior y ya sabemos que es un buen café, un café bien preparado; extrañamos el café colombiano cuando salimos y por eso llegamos acá a pedir un excelso<sup>30</sup>, de buena calidad, un café premium pero tristemente si hablamos del común o de la masa, se consumen cafés de tipo consumo o pasillas porque es lo que más se vende acá por tradición. Es lo que nos enseñaron a consumir los abuelos, pero ya eso está cambiando y la tendencia es a tomar cafés especiales, cafés saludables”. Nota de campo del treinta de mayo del 2018

---

<sup>29</sup> Es una opinión compartida por otras personas con las que tuve contacto.

<sup>30</sup> Se considera que un café es excelso cuando cumple los requisitos de calidad requeridos para la exportación presentes en la resolución 02 de 2016 del Comité Nacional de Cafeteros.

La postura de John frente al tipo de consumo en el país está vinculada a la idea de que los buenos cafés se exportan y que los defectos, llamados pasilla, se quedan para el consumo de los colombianos. No solo se considera que en el país se quede lo malo de la cosecha, sino que al colombiano le gusta este tipo de producto. Durante el curso de barismo me comentaron lo siguiente:

“¿ustedes sabían que una vez nos tocó importar pasilla? Hubo tanta demanda en Colombia que tocó importar pasilla pero el café bueno si se lo llevaron. Eso ha sido un tema difícil de manejar, la Federación [Nacional de Cafeteros] pone muchos obstáculos para que la gente trabaje con cafés especiales. Al principio eran controladores y ellos tenían todo el mercado, no se podía ni tostar, había pocas tostadoras en Colombia. Ya se puede exportar, no mucho, pero se puede exportar. Aun así eso fue lo que nos dio ese nombre, ese estatus” Nota de campo de agosto del 2018

Esta perspectiva sobre el control de la FNC concuerda con los efectos de su normativa. La Ley 66 de 1942 establecía en el artículo quinto que los exportadores de café debían vender “una cantidad de café de las clases denominadas consumos y pasillas, equivalente al seis por ciento (6%) de la que pretende exportar” y que esta sería adquirida por el Fondo Nacional del Café. Esta práctica se conoció como la “ley pasilla y ripio<sup>31</sup>”. Según el Programa Toma Café esta acumulación de sacos, manejados por el Fondo Nacional de café, llevó a unos bajos precios y un gran consumo de café (PPCTC, 2014). Luego, en su artículo 9, la ley 9 de 1991 elimina estos impuestos. Estos cambios, junto a nuevas formas de establecer los precios del café, llevaron a un aumento del precio interno del café y aportó en la eventual disminución de su consumo (PPCTC, 2014). Parece que esta es la razón por la que se observa el consumo de cafés tipo pasilla como una tradición por parte de algunas personas en el sector cafetero.

Todo esto se vincula con perspectivas de actores que se encuentran en la cadena productiva, ya que, si se la forma de significar el café, cambia cómo se los consume. Me parece que en esta situación se presentan elementos similares a los que se pueden analizar en otros casos relacionados con el terroir. Todos estos esfuerzos van dirigidos a una especie de

---

<sup>31</sup> El ripio es un residuo del café.

‘invención de la tradición’ porque se hace una construcción social consciente y activa del presente, para recuperar y revalorizar elementos de un pasado rural, para usarse para asegurar una nueva visión del futuro agrario (Ascione et al., 2010). En el caso que presento en mi tesis esos esfuerzos van dirigidos a reafirmar que la calidad café especial colombiano no se puede replicar fuera del país, y busca mantener unos sistemas productivos como el explicado a lo largo de este capítulo. En otros trabajos donde se utiliza el término terroir, los esfuerzos vienen cargados de un propósito que es cambiar prácticas y políticas agrícolas (Ascione, Belsky, Nelsen, Barbato, 2020). En el caso de mi tesis, creo que el proyecto no es una respuesta a una creciente industrialización como en el caso de Francia, es una contestación a los problemas económicos que presenta el sector cafetero. Por lo que se busca proteger una forma de producción específica que se ve como tradicional, en este caso la pequeña producción y la recolección manual. Se espera que esto se logre al impulsar un consumo que mantenga rentable la producción de este café. Ahora, sí las razones para producir este café y cómo se habla al respecto no son arbitrarias, tampoco lo es su consumo. En el siguiente capítulo reflexiono en cómo se aprende a apreciar sensorialmente, cómo se ata a ideas sobre la salud, cómo se consume este café y cómo esto enlaza con la producción de este café.

## CAPÍTULO II

### La construcción del gusto por el café

#### Introducción

El café es un producto que se encuentra atravesado por varias temáticas, como la producción, los significados asociados y el consumo. En conexión con el capítulo anterior, existe la idea de que los colombianos “no saben de café” o que “no saben tomar café”. Es algo bastante repetido por actores de la cadena productiva. La gente no *sabe* porque están acostumbrados a tomar la pasilla, el grano defectuoso que necesita ser endulzado para que no pueda percibirse el sabor a quemado. Una de las maneras de contrarrestar este ‘desconocimiento’, es formar a las personas en cómo tomar buenos cafés. La educación en el consumo del café se vincula con una forma específica para apreciar el producto a partir de sus cualidades organolépticas, cualidades que se desarrollan en un tipo específico de café. Esto se conecta con la forma en que se compra, prepara, consume, se significa el café, y sus efectos en el cuerpo. Más allá de una “buena educación” sobre lo que es un café de alta calidad, existe una construcción del gusto, que pretende encontrar la manera de promover un agrado en específico. El gusto es definido en este punto como una experiencia sensorial que permite percibir sabores, y olores a través de los diferentes sentidos como la vista, el olfato, el sabor, el tacto y la escucha.

Por eso, en este capítulo pretendo analizar cómo se construye el gusto por el café especial, tomando en cuenta mi trabajo de campo y los aportes de autores como Lupton (1996), Fischler (1995), y Bell (1997). Tanto el gusto como la salud son experiencias que pasan por lo corporal y afectan cómo las personas se identifican y deciden qué consumir, por lo que me parece que son temas que van de la mano. En una primera parte, analizaré posiciones sobre el café en concordancia con visiones de los efectos de los alimentos en el cuerpo.

En esta parte quiero argumentar cómo el significado de saludable en el café varía dependiendo del actor y que estas percepciones se pueden utilizar para estimular o disminuir el consumo de la bebida. Para esto me apoyaré en las reflexiones de la autora Deborah Lupton (1999) sobre las emociones y los significados de los alimentos que se atan a discursos médicos o que están ligados a ideas sobre los efectos en la salud física. En este caso específico, hablaré de posturas frente a los efectos del café en el cuerpo.

Para Lupton las decisiones alimentarias están influenciadas por discursos médicos o de salud. El bienestar y la longevidad están asegurados si se sigue una dieta correcta. Estos discursos que aparentan neutralidad tienen un elemento moral sobre la disciplina y el autocontrol del cuerpo (Lupton, 1999). Esto se debe a que se responsabiliza a las personas de las decisiones, que se consideran correctas, en lo que se refiere a su cuerpo y su salud. Esta perspectiva ignora otros factores que actúan sobre las nociones de lo que representa una alimentación saludable, como que están atravesadas por cuestión de género, etnia y clase social.

Otro autor en el que me apoyo es Fischler (1995) con su principio de incorporación. Este principio habla de un vínculo entre los seres humanos, su cuerpo y la comida. La incorporación “parece traducir, en efecto, una característica esencial del vínculo del hombre con el cuerpo. Ella parece fundar la tentativa, constante en la mayoría de las culturas, de dominar el cuerpo y, a través de él, al espíritu, a la persona entera, a la identidad, en definitiva” (Fischler, 1995, p.67). Aquí la ingesta de un alimento trae la adquisición de sus cualidades materiales y simbólicas. En este caso, y por esto, si estas no son adecuadas el sujeto corre el riesgo de contaminarse y poner en riesgo su salud.

En el siguiente apartado me enfocaré en las cataciones y demostraciones de cafés especiales. Para esto, utilizaré autores que hablan de aspectos sensoriales. Me parece útil el trato que Víctor Turner da a los símbolos. Para él, su significado se encuentra al observarlos con otros acontecimientos y, cómo estos actúan de manera dinámica, así que no son estáticos (Bell, 1997, pp. 21-22). Los símbolos pueden condensar varios significados a la vez y contener significados parecidos o diferentes entre sí (Bell, 1997). El significado tiene un carácter polarizado, para empezar, es ideológico o normativo; y paralelamente es sensorial, refiriéndose a los elementos naturales y fisiológicos. Bell (1997) comenta que para Turner el

cuerpo humano es la fuente de los símbolos, que luego son exteriorizados para organizar y entender el mundo social. En este caso, los símbolos sirven como una forma de comunicación.

Para Turner (como se citó en Bell, 1997) el cuerpo es la fuente y el origen de las clasificaciones. Uno de los mayores enfoques del consumo de café especial cae en esta dimensión sensorial. Esto es importante porque uno de los mayores enfoques del consumo de café especial recae en esta dimensión sensorial. La apreciación de los atributos del café como una práctica ritualizada influye sensorialmente en los individuos. Y por el otro lado, el antropólogo y sociólogo francés David Le Breton (2007) señala que los sentidos son una materia destinada a producir sentido, y que la percepción no sería otra cosa que pura interpretación. De esta manera, hay varias cosas que se pueden observar al prestarle atención a prácticas que se centran en lo sensorial.

Tal vez la mención de una construcción sensorial de la apreciación del café especial y las percepciones de los efectos de la salud en el cuerpo no parezcan temas compatibles. Decidí agruparlos en este capítulo porque son elementos que impactan a la hora de decidir beber o no beber café. En ambos casos, con cierta apreciación del café se espera explotar las peculiaridades de las demandas de los consumidores, como sus motivaciones socio-ideológicas como el compromiso social y la búsqueda de un cuerpo idealizado (Guy, 2011). En el caso de mi tesis esto se tradujo a una forma de consumir la bebida y los efectos que esto tenga en el cuerpo y la salud.

A lo largo de estos segmentos, argumento que el consumo de café involucra un aprendizaje sensorial que legitima e incorpora maneras de consumir alimentos, y que estas experiencias están vinculadas, al sostenimiento simbólico y económico de un sector productivo. En este sentido, no solo actores que pertenecen a la producción, distribución y preparación instrumentalizan los discursos para alcanzar propósitos económicos y sociales dentro del sector económico, sino que diversos actores debaten los elementos presentes en esta producción y consumo a través de espacios donde el gusto, vinculado tanto a un juicio estético, a la distinción y la experiencia sensorial, se presenta como una herramienta para establecer y calificar valores simbólicos y económicos que promueven y reproducen los valores de la comunidad de cafés especiales.

## **El consumo de café en Colombia**

En el 2014, entre las publicaciones de la Federación Nacional de Cafeteros se publicó un documento sobre los resultados del programa de Promoción del Consumo de Café de Colombia Toma Café, que pretendía aumentar el consumo interno de café en el país. Este artículo señala que el consumo de café se ha vinculado con el enfoque que el gobierno daba al café. En este sentido, el programa buscaba la promoción del café como una bebida que procuraba alcanzar un consumidor joven, y presentar a la bebida como actual y afín con la idea de una vida saludable para alejarse de ideas sobre problemas de salud y renovar el grupo consumidor.

Este documento es importante porque analiza al consumidor colombiano. En el país existe una gran cantidad de documentación sobre la producción cafetera, pero el consumo interno es un tema poco explorado. El documento rastrea el consumo de café en el país desde la década de 1970 hasta el año 2010, e identifica tres etapas diferentes (Programa de Promoción de Consumo Toma Café –PPCTC–, 2014). Una primera etapa, que va de 1970 hasta 1987, está caracterizada por un alto nivel de consumo gracias a un subsidio al consumidor (PPCTC, 2014). Este subsidio se otorgó gracias a la acumulación sostenida de sacos de granos, debido a que el mercado internacional del café poseía ciertas cuotas controladas de exportación (PPCTC, 2014). La presencia de un café económico, favoreció el consumo de tal manera, que se llegó a regalar la bebida en algunos establecimientos, lo que ayudó a que la población se acostumbrara a tomar café y se viera como una bebida cotidiana y de bajos precios (PPCTC, 2014). Otro elemento importante en esta época fue la aparición de “estudios médicos que asocian el café a efectos negativos en la salud generando barreras de entrada y deserción en la categoría” (PPCTC, 2014, p. 52). De acuerdo a las articulaciones entre discursos médicos y salud, la aparición de estos documentos ayudó a vincular el café con una mala salud física. Debido a esto, la bebida se entiende como perjudicial para el cuerpo, y consecuentemente, se la debe evitar.

La segunda etapa inicia en 1987, año en el que comienza a eliminarse el pacto internacional de cuotas, que culminaría de manera definitiva en 1989, y se extendería hasta 1998 (PPCTC, 2014). Con la caída de los pactos desaparece el subsidio al consumo, lo que incrementa el precio del grano, afectando negativamente su consumo (PPCTC, 2014). No

obstante, el aumento de los precios se logró moderar con la implementación de iniciativas como el Círculo de la Taza de Oro, la reducción de precios en 1991, y su estabilización en 1997; medidas que se llevaron a cabo para hacer frente a la fuerte helada ocurrida en Brasil en 1994, y que afectó los precios considerablemente, y la redujo los inventarios (PPCTC, 2014). Estos fomentos lograron que el consumo no se viera muy afectado negativamente durante la década de 1990. Aun así, estos años estuvieron marcados por la apertura económica que permitió la entrada de diversos productos en el país (PPCTC, 2014), y que sumado a la renuencia a pagar mayores precios por el grano, llevó a que las personas consumieran menos café a largo plazo (PPCTC, 2014). A pesar de los estímulos, existió una marcada disminución del consumo.

Una tercera etapa, de 1999 a 2010, presenta un bajo consumo debido a “la escalada de precios de la materia prima y la ausencia de un ejercicio coordinado de promoción impacta negativamente el consumo hasta principios del 2010” (PPCTC, 2014, p. 52). Como se indicó en el capítulo anterior, este período estuvo marcado por la presencia de una diversidad de bebidas, que fueron poco a poco desplazando al café de la lista de bebidas predilectas; fue una etapa donde resaltan ideas que enlazan la salud y la belleza con la alimentación, y la aparición de nuevos consumidores que buscan involucrarse de manera más intensa con el mercado (PPCTC, 2014,). Al mismo tiempo, la aparición de las tiendas especializadas impulsa el consumo de experiencia y del café de calidad (PPCTC, 2014). Todas estas cuestiones favorecieron y estimularon que diferentes sectores busquen impulsar el consumo de café en el país. El mercado de cafés gourmet, premium o de alta calidad se ve impulsado, a su vez, en las tiendas especializadas que representan un espacio de interés para las nuevas generaciones (PPCTC, 2014). Asimismo, para lograr que el café sea un producto competitivo frente a otro tipo de bebidas, fue clave una cuestión esencial: “elevar el valor percibido de la experiencia de consumo del café frente a las demás bebidas para conseguir la preferencia emocional y funcional del consumidor y así generar oportunidades para la cadena, el país y el productor” (PPCTC, 2014, p. 61). Como se ve este artículo porque deja entrever un aspecto importante del consumo de café en el país. El café especial está dirigido a nuevas generaciones, busca atar el consumo a experiencias positivas con la belleza y la salud. Y que se busca mantener el café con elementos renovadores para que los consumidores vuelvan a tomar café.

## **No es que el café sea malo para la salud, lo dañino es consumir un café mal producido**

Antes de iniciar mi trabajo de campo veía el café como una bebida dañina que debía evitar a toda costa. Para mí era un estimulante que solo consumía para disminuir la sensación de cansancio, pero que podría provocar efectos negativos como dolores de cabeza o taquicardias. Cuando participé como vendedora, las personas señalaban razones para disminuir o dejar el café, estas se conectaban con sus efectos en la salud. Por ejemplo, llevando café a establecimientos, en este caso un restaurante y una veterinaria, pregunte si les gustaba tomar café. En ambos casos aludieron a los efectos en su salud. El dueño del restaurante añadió que le gusta el café y si pudiera lo tomarían todos los días pero el médico le prohibió tomarlo porque le estaba generando problemas en su salud. Al médico veterinario no le disgusta tomar la bebida pero no le deja dormir, y por eso lo evita.

Estas personas continuaban comprando el café para ofrecerlo a sus empleados, alguna visita o incluso tomar esporádicamente. Y esta situación no solo se presentó en establecimientos donde se compraba el grano. En otra ocasión, participando en una feria de emprendimiento en el Carulla de la calle 140, en Bogotá; noté que pasaban bastantes adultos mayores y adultos jóvenes, con ropa deportiva.

“Cuando le ofrecimos un postre para acompañar el café nos comentó que quería pero que no puede por la dieta. Específicamente, en este día tuvimos varias personas de edad avanzada; sus comentarios se volcaban a decir que no podían tomar café porque es malo para su salud y el médico se los prohibió. Así, en dos ocasiones pasaron señoras que veían el *stand* y nuestros productos. Una sencillamente nos dijo “quisiera tomar tintico pero el médico me dijo que no puedo” y siguió a ver los otros productos. La segunda pasó acompañada por una mujer más joven, ya que no podía caminar bien por sí sola. Ellas pasaron por el *stand* y la señora comentó ‘que rico se ve todo esto ¿tienen algo para diabéticos? No puedo comer dulce’. Le contesté que lamentablemente eran postres muy dulces. Entonces la señora nos preguntó qué bebidas teníamos y yo le dije que ‘un rico cafecito’. La señora arrugó el rostro lamentándose y dijo ‘no, no, no puedo’ y la otra mujer nos dijo ‘el médico se lo prohibió, gracias’ y siguieron su camino”. Nota del 21 de junio de 2019

En otra situación, personas que consumían café decidieron discontinuar después de pasar por un momento crítico en su vida que las llevó a reconsiderar sus hábitos alimenticios. En este caso, durante el 2019 dos mujeres que consumían el café de mi familia decidieron suspenderlo. Una pasó por un infarto mientras la otra descubrió que en sus arterias se había acumulado demasiado colesterol y que esto ponía su salud en peligro. En ambos los médicos les aconsejaron diferentes cosas para mejorar su salud física. Entre estos cambios se encontraba la disminución o la suspensión completa de ciertos alimentos o de formas de prepararlo. Esto las llevó a suspender el consumo de café.

Un último grupo de personas son las que descubrieron que tenían problemas en su salud pero se alegraron al saber que los médicos que consultaban no les aconsejaban reducir su consumo. A finales del 2019 una persona que consumía café varias veces al día y lo consideraba como un elemento importante de su rutina, descubrió que tiene artrosis. Como en el caso anterior, esto la llevó a reconsiderar ciertos hábitos; sin embargo, al preguntarle si esto incluía el consumo de cafés, comentó que fue un tema que tocó con el médico y que afortunadamente no debía hacerlo.

Estas restricciones en la alimentación están atadas de manera directa con la tendencia hacia las dietas equilibradas. A partir de los siglos XVII y XVIII, mediante la Revolución Industrial y el nacimiento de los estados modernos, se acentuó considerablemente el consumo de alimentos debido a sus cualidades intrínsecas y sus efectos sobre las personas; por ejemplo, el médico escocés George Cheyne utilizó, en el siglo XVIII, la metáfora del cuerpo como una máquina, para considerar a los alimentos como una especie de combustible (Gracia- Arnaiz, 2007). En el siglo XIX, por su parte, hubo una marcada limitación del consumo excesivo de alimentos, y en la actualidad, se busca implementar una dieta equilibrada al promover o limitar la ingesta de ciertos alimentos (Gracia- Arnaiz, 2007). El consumo de café, no está exento de estas consideraciones, y se ve limitado por sus efectos en la salud de las personas.

En estas notas se observa una asociación entre el consumo de café y problemas en la salud. Esta vinculación entre los alimentos y la salud no es arbitraria. Para la antropóloga Deborah Lupton (1996) esto se debe a que, para muchas personas, las decisiones dietarias están influenciadas por los discursos médicos o de lo saludable. En esta perspectiva, una buena salud está asegurada si se sigue una dieta correcta. Ella también comenta que se dividen los

alimentos en dos categorías según su efecto en el cuerpo. En la primera, la comida es un patógeno, ya que es fuente de enfermedades y problemas en la salud (Lupton, 1996). Y en la segunda, la comida es medicina, aquí están las una sustancias que por sus nutrientes u otros compuestos, ayudan a la salud (Lupton, 1996). Y dependiendo del lugar que ocupen los alimentos, la gente procura aumentar o disminuir su consumo.

Si bien en algunas de notas de campo, como en las que referencio el restaurante, la veterinaria, el evento en el Carulla, la capacitación en Tunja, la capacitación en la panadería y en general en los eventos dedicados al café, pude ver que el tema de la salud era sugerido; para mí fue necesario recurrir a las historias de mi familia, valiosas en la medida en que ellos interactúan con personas al venderles café, ya que ellos recordaban diferentes momentos y personas que pensaron en su salud como un elemento determinante de su consumo. Ambas fuentes me llevan a creer que café hace parte, desde una gran mayoría de representaciones, al primer grupo que revela Lupton. Esto se debe a que su consumo se entrelaza con efectos negativos en el cuerpo de las personas. Una de las razones por la que se conoce al café, es por frenar el crecimiento, aumentar el riesgo de padecer cáncer y problemas en el corazón (Clínica Mayo, 2017). Según un informe sobre el consumo de café en Colombia, en la década de 1980 aparecen estudios sobre el café, que lo asociaban con efectos adversos en la salud física, uno de estos fue un trabajo que encadenó el consumo de café a problemas en el corazón (PPCTC, 2014). Al parecer desde esta época se empieza a entrelazar este alimento con diversos efectos negativos.

Esto también evidencia otro elemento. La percepción de los efectos del café está ajustada por la opinión de actores que hacen parte de un sector científico y médico. La mayoría de las personas rechazaba este consumo por el consejo de médicos, sujetos que se observan como imparciales y objetivos, por lo que se percibe su opinión como confiable. Así como autoridades con el conocimiento para indicarles a las personas que beneficia su vida. Por ejemplo, en el mismo trabajo sobre el consumo de café en el país, dice que la aparición de estudios médicos que asociaban el café y enfermedades tuvo como efecto la disminución del consumo (PPCTC, 2014) Bajo esta misma lógica la producción científica y médica afectan la apreciación que se tiene de un alimento.

No obstante, las percepciones sobre los efectos de un alimento pueden cambiar. El efecto del café en la salud es un tema propuesto en pequeños y cortos comentarios, pero que aparece constantemente. Así como las personas que lo quieren consumir, el tema es mencionado por actores en la cadena productiva. Las ocasiones en que un catador comenta que es bueno tomar una malteada de café y banano para salir a montar cicla, algún dueño de tienda comentando que es útil para solucionar el estreñimiento, o que es útil para aumentar la energía en el día a día. Este tema es uno en el que no hay consenso claro. Cuando se aprende a realizar bebidas se aprenden como el café tiene más componentes que la cafeína, y que esto hace parte de una dieta saludable.

Por ejemplo, mi madre, María Elena Moncada, la dueña de María Elena Café, participó en diferentes cursos de preparación y conocimiento sobre el café. En el 2014 hace un curso de sensibilización de aromas y fragancias con Educafés, participa en un curso de Catación para principiantes y luego en uno para avanzados; en el 2015, aprende sobre barismo con cursos en Educafés y Lucía Londoño; y en el 2016, hace un refuerzo de sus conocimientos volviendo a participar en actividades de catación y barismo con el ingeniero agrónomo Freddy Cruz. En todos estos casos ella resalta los buenos efectos en el cuerpo o como ella me comentó “los beneficios de tomar un buen café”. Mi propósito al incluir esta experiencia es resaltar que no solo yo observé que hay una gran mención de los enlaces entre salud y café en las actividades donde se aprende sobre este alimento.

Actores como baristas y catadores intentan contrastar la imagen del café como un problema para la salud al comentar los efectos que ellos consideran favorecedores en la salud del cuerpo. El tema de los efectos del café en la salud es importante para John, un barista hace unos trece años, cuando se le pregunta por qué las personas deberían tomar un buen café, él ata el café con el cuidado del cuerpo, o como revela él, con el autocuidado:

“Yo lo relaciono con el autocuidado, cómo nos queremos y qué queremos comer bien. Las personas que se cuidan, que cuidan su cuerpo, que cuidan su salud tienden a comer cosas que no les afecte su calidad de vida saludable. Si tomamos café de buena calidad, obviamente estamos generando en el cuerpo lo que realmente el café, pues, ocasiona ¿sí? Que secretemos dopamina, que nos sintamos activos pero con un café de calidad. Cuando estamos tomando pasillas regularmente lo que estamos haciendo es hacer daño a nuestro sistema

digestivo porque esas pasillas son cafés de no muy buena calidad, no de muy buena procedencia y lo que hacen en el estómago es causar acidez, cáncer. Pues claro, estamos tomando café, o sea cuando de café pasilla estamos hablando de café sobre-madurado, paloteado, que estos son defectos por mala cosecha, mala fermentación, pues en la recolección se recoge todo. Lamentablemente, en la industria todo se utiliza, y es en todas las industrias, y pues lo más malo, lo peor es la pasilla; y es lo que nos meten a nosotros los colombianos y la que estamos acostumbrados a tomar. No hay que demeritar pero aun así debemos cambiar la manera en que tomamos café y empezar a respetar el trabajo del caficultor como tal. Y una de las maneras de hacerlo es pagando un costo lo que vale una libra de café de calidad y aceptando lo que queremos comer. Yo pongo el ejemplo de como si fuéramos a la tienda y cogiéramos unas naranjas que ya están muy feas, muy pichas, digámoslo así, o bueno en muy mal estado y al lado tenemos las saludables y bonitas. Las pichas nos las venden a mil pesos la bolsa y las otras valen diez mil, pero como sabemos que a las pichitas les podemos colocar azúcar pues compramos esas y pasamos el jugo, y pues ya. Pero eso está mal, lo que debemos hacer es comprar cosas de calidad uno, para exigirle calidad al que nos la está vendiendo y, dos, pues porque hombre, es nuestro autocuidado del cuerpo y es lo que debemos tomar. Entonces está es una de las preguntas que más controversia causa pues por factores económicos, contexto por el trabajo del caficultor pero es muy interesante profundizar en ella”  
Nota del treinta de mayo de 2018

Uno de los elementos que resalta es que los cafés con buenos procesos tienen efectos deseables en el cuerpo, y que es la pasilla la que genera problemas en la salud. Digo esto por varias razones. Primero, porque como propuse en el capítulo anterior la buena o mala calidad de un café especial está atada al cuidado que se le prestó a sus procesos. Cuando John habla de un café de buena calidad está perfilando indirectamente un café al que se le prestó mucha atención en sus procesos. Aunque más que nada al decir esto, hablan al respecto de la torrefacción utilizada. La idea es que al someter el café a altas temperaturas se destruyen los componentes buenos del café y se deja un grano casi carbonizado que si es dañino para la salud. Sumado a esto, se encuentra la idea de que se le debe adicionar azúcar una sustancia que se asocia con el sobrepeso, otro estado del cuerpo que es observado como indeseable.

Bajo esta lógica sobresalen dos cosas. Primero, el café tiene elementos que son beneficiosos para el cuerpo, él referencia una sustancia como la dopamina, la una sensación de energía; y que los procesos cuidadosos conservan estos componentes. Sobre todo, el comentario de John sobre las naranjas es significativo. Aquí los efectos del café, así como la citada fruta, dependen de la calidad del alimento. El café especial vendría a representar las naranjas “saludables y bonitas”, mientras que el café pasilla equivaldría a las naranjas “pichas” a las que “les podemos colocar azúcar”, pero luego su consumo tiene efectos adversos en el cuerpo porque tiene efectos como “causar acidez, cáncer”. Y John no es el único que observa el café como una bebida con beneficios para el cuerpo. De manera similar, Freddy conecta el consumo con los beneficios en la salud y en la vida de las personas.

“Cuando Freddy mencionaba razones para tomar un buen café mencionó cosas como “poder desarrollar mejor su trabajo en la oficina, o estudiar mejor y adicional a eso el café también previene el cáncer, controla las migrañas. Estas son sus bondades” Nota del doce de mayo de 2018

En esta perspectiva, la mala calidad del producto, y por lo tanto los procesos relatados, son los que llevan a que un producto saludable tenga efectos adversos en el cuerpo. Por esto, en la posición de John la bebida tiene beneficios en el cuerpo.

Y segundo, él señala que en el país se consumen cafés tipo pasilla por ser una costumbre, y que deberíamos cambiar este consumo porque para él esto significa apoyar el trabajo del caficultor. En este caso, el consumo de cafés no solo es beneficioso para el cuerpo sino que viene cargado con visión de responsabilidad social. El consumo de cafés especiales va de la mano con una retribución económica justa a los grupos campesinos que los producen. Aquí el café especial no es solo bueno por la calificación de la calidad, es bueno porque es saludable y se ayuda al productor nacional.

En este caso, el café ya no sería visto como un elemento dañino para el cuerpo sino como un elemento deseable. Esa sería la segunda categoría que presenta Lupton. En sí todos los tipos de café tienen estos componentes pero es el cuidado con el que se realiza lo que garantiza que estos elementos se mantengan hasta la preparación de la bebida. Esto es afín con las nociones de lo saludable. Según Lupton, no es suficiente evitar ciertos alimentos, comer de

manera saludable implica estar pendiente de la forma en que se produce, prepara y procesa la comida, es responsabilidad del consumidor estar pendiente de todo esto (Lupton, 1996). Aquí recae la responsabilidad de las personas de rastrear lo que consumen como una forma de cuidado como indicó John.

En los discursos médicos de las sociedades occidentales, que aparentan objetividad, se encuentran implicaciones morales (Lupton, 1996). Respecto a este tema, Lupton (1996) explica que inició en el siglo dieciocho, cuando con el incremento de la seguridad alimentaria y la búsqueda de las clases altas por diferenciarse de las bajas, se abrió el espacio al interés por el autocontrol y la moderación del apetito. Este interés se articula con la proyección de delicadeza y la reducción de actos considerados vulgares y no en una búsqueda de efectos favorecedores en la salud física; luego estas prácticas se interiorizaron en el cuerpo (Lupton, 1996). Como estas restricciones se dirigían a controlar la naturaleza animal del ser humano, se habla de un cuerpo civilizado (Lupton, 1996). Aquí, los alimentos son vistos como elementos que se incorporan al cuerpo, es decir, las personas son lo que comen, y esto lo convierte en un factor primordial en la formación del individuo (Lupton, 1996). Por esto, en las sociedades occidentales se entrelaza la alimentación y la disciplina, otorgando valores como la racionalidad y el autocontrol a los individuos que ‘manejan’ adecuadamente su alimentación, y mostrando como irracionales y perezosos a los que no siguen o no se interesan en las recomendaciones de los médicos (Lupton, 1996).

En cuanto al café, la idea del autocuidado está presente. Interesantemente, En este caso, el autocuidado, como lo narra John, se entiende como el consumo de alimentos con efectos positivos en el cuerpo, por ejemplo, él sugiere que es bueno tomar café porque se secreta dopamina y esto tiene efectos deseables en el estado de ánimo y en el rendimiento, y a la vez se deben evitar elementos que generen problemas en la salud física. Para Freddy el consumo de café tiene que ver con la prevención de enfermedades o con el aumento del rendimiento. Es decir, se entrelaza el consumo al control y la regulación del cuerpo. Se debe recordar que en esta perspectiva los problemas de la salud se generan por lo que se ven como malos hábitos alimentarios. Las bebidas, incluyendo el café, no se escapan de esta visión de la comida.

La cuestión acá es que este autocuidado es interpretado de manera diferente. Al principio de este apartado relaté las experiencias de diversos sujetos, que aquí se podrían llamar consumidores, y en su mayoría ven el café como un potencial peligro para su salud. Para estos sujetos el autocuidado conlleva un control, o suspensión total, de las bebidas de café por encima de si disfrutaban beberla o no. En esta postura son claros los efectos negativos del café. Es clave que no conté los casos donde se consume café porque lo encuentren saludable, y esto se debe a que en mi caso nadie nombró esto como una razón, porque en este caso particular no se lo ve como un elemento que hace parte de los beneficios de la bebida.

No obstante, desde el lado de la producción dueños, baristas y catadores si observan el café como saludable. En este caso, el autocuidado incluiría productos con café. En parte ellos respaldan su opinión con los cambios en la percepción médica sobre el café. Si trabajos como el de La Croix mostraban una desconfianza a esta bebida por vincularlo con problemas cardiovasculares, trabajos más recientes en los que se vincula con diferentes efectos preventivos o reducción de problemas. Investigaciones más recientes, muestran al café con efectos antiinflamatorios, disminución del riesgo de cáncer de colon y problemas en el hígado (PPCTC, 2014). Charlas como la realizada por un médico en la versión del 2019 de la feria de cafés especiales sobre los efectos del café en la salud, son utilizadas como respaldos de esta opinión.

Me parece que esto se ata a otro elemento. Ya que se observa el consumo de café como un elemento deseable y saludable. Se justifica la idea de ‘educar’ a las personas sobre su consumo, ya que esto simbolizaba que las personas podrán tomar decisiones más racionales, informadas y saludables, sobre qué poner en sus cuerpos. Desde la perspectiva del productor, con el café no hay disputa entre lo que se disfruta y lo que es saludable. Ya que un café de buena calidad es ambas cosas. Estas nociones son expuestas en las actividades donde se muestra a la gente qué es un café especial, y que este tiene efectos buenos en su salud y la forma en que se habla de ese café.

En el caso del café no solo se incorpora el café por sí solo, sino las interpretaciones que se tienen de este. A los cafés de consumo se los describe con palabras sobre estados, objetos y sensaciones que tienen una connotación negativa. Algunos términos se refieren a elementos inapropiados para el consumo. Los cafés con una tostación demasiado alta se

nombran ceniza, carbón o caucho quemado; o los que hablan de objetos en descomposición como podridos, fermentos o mohosos. Otros generan una estimulación sensorial desagradable y se los detalla con palabras como arenoso, medicinal fuerte o punzante. La incorporación de estos cafés representa riesgos de contaminación del cuerpo con estas sustancias. Mientras que los cafés especiales son descritos con palabras como. Al cambiar la manera en que se describe el café, cambian los efectos. Dentro de la lógica de Fischler sobre la incorporación, se adquieren las propiedades del café. En este caso, se debe cuidar el tipo de café que se consume para evitar las propiedades inadecuadas. Si estas cualidades son potencialmente negativas entonces se corre el riesgo de perjudicar la salud física.

Toda esta temática del café y la salud, se puede vincular con un término que ya toqué en el capítulo anterior: el terroir. Hay que tener en cuenta que al ser un concepto cultural, este está sujeto a cambios, y por lo tanto no es estático; el concepto explota las peculiaridades de las demandas de los consumidores (Guy, 2011). Guy (2011) nos dice que las elecciones en el consumo tienen motivos socio-ideológicos como el medio ambiente y la solidaridad social. Estas razones pueden ser de carácter individualistas como el cuidado y mantenimiento de un cuerpo idealizado, o ser ideales colectivos como la protección de la naturaleza y la respuesta frente a una desconfianza generalizada a procesos industrializados en la alimentación (Guy, 2011). En este caso, al ser una preocupación latente a la hora de elegir qué consumir, el paso del tiempo permitió incorporar ideas sobre a la salud al entrelazamiento entre comida, espacio y prácticas culturales.

Con todo esto quiero decir que se busca proyectar el café de manera positiva, en este caso tocando un tema que es de preocupación para muchas personas, los efectos en la salud. Para los actores en la cadena productiva y en la distribución, bien sean cafés o torrefactoras que ofrecen cursos de catación y barismo, como Café Techo o Lucía Londoño; catadores como Freddy Cruz o baristas como John Muñoz, los efectos del café están ligados con su calidad, y por esto, con sus procesos productivos. Esto lleva a que ellos se apropien de ciertas formas de entender el café para promover el consumo de este producto. La importancia de cambiar estas opiniones es que el éxito de los productos depende de la habilidad de los productores de convencer a los consumidores que los productos son más que objetos de consumo (Guy, 2011). Por esto, se aprovecha la preocupación de las personas sobre el

consumo de productos nutritivos y saludables. No obstante, es un reto porque muchas personas asocian el café con efectos perjudiciales.

Así las cosas, la noción de saludable es convertida en un elemento para estimular el consumo de cafés. Esto se debe a que detrás de las nociones de lo sano y saludable se pueden encontrar ideas sobre la manera en que la gente debe comportarse, controlar sus cuerpos y las formas en las que se sienten. Primero, se lo asocia con las sensaciones que puede generar la bebida: sentirse enérgico, aumentar el rendimiento físico, la productividad en el trabajo y en el estudio. Segundo, al mostrarle a la gente como hablar del café se establece lo que están incorporando en sus cuerpos y los efectos en sí mismos. Todo esto influye en el conocimiento sobre las comidas que son mejores para consumir, pero le falta un elemento clave de la comprensión: la experiencia sensorial (Lupton, 1996). En el siguiente apartado presenté las prácticas utilizadas para aprender sobre la apreciación sensorial del café.

### **Volver a aprender a disfrutar un café**

El barismo es la preparación de bebidas que utilizan el café como base. Esta práctica incluye un amplio conocimiento en cuanto al café en general, integrando preparaciones como el cappuccino, el latte o café con leche, y el americano, una bebida similar al tinto. Los baristas tienen un conocimiento sobre el café que le permite idear, mezclar, preparar y crear sabores a partir de estas bebidas. Asimismo, una catación es una descripción, o medición, de los elementos físicos y organolépticos de algún alimento, en este caso: el café; es decir: en una catación se califica la calidad del café a través de los sentidos. Ambas actividades pueden ser complementarias en la medida en que la preparación de una bebida se puede beneficiar a través de un conocimiento pormenorizado de la misma de conocer, y se puede apreciar con más detalle el producto a partir de sus cualidades organolépticas. Sí los cursos de barismo, como los ofrecidos por el Sena, pretenden formar personas que se entrenen en el ejercicio fundamental de cómo preparar un buen café, los shows de barismo actúan como espacios de transmisión de este conocimiento. Algo similar sucede con las cataciones, donde se aprende a apreciar y evaluar la dimensión organoléptica de la bebida.

Cuando se habla de cafés especiales se dice que tienen mejor calidad que los cafés ‘normales’ o de consumo, pero esto no es suficiente para convencer a las personas de consumir esta bebida. Al asistir a eventos como las ferias de cafés especiales, los eventos de emprendimiento, y a la mayoría de los eventos donde se realicen demostraciones, se repite una situación. Al ofrecerle a los espectadores un café existen personas que encuentran este tipo de café desagradable. Por ejemplo situaciones como la siguiente “Yo- Está rico ¿quieres probarlo? Igual te sabrá amargo. Ella- Detesto el café amargo”, esto se debe a que el café tiene un característico sabor amargo, y por esto muchas personas lo consumen con azúcar. Así que casi siempre que ofrecía café me decían que sí les podría dar azúcar, porque así les gusta. También situaciones en las que me sorprendió que alguien no quisiera aceptar azúcar, ya que me había acostumbrado a que me lo pidieran “Recuerdo que los primeros [en llegar] tomaron un poco del café e inmediatamente les ofrecí azúcar. Ellos movieron la mano para decirme que no necesitaban azúcar”.

No solo yo tuve interacciones con personas que me daban su opinión o su rechazo, al no recibir, o simplemente decir que no quieren un café así. Algunas personas que trabajan en establecimientos prefieren otro tipo de café:

“Un momento interesante fue cuando John les dio a probar café a las chicas, y ellas mismas comentan su desagrado a la manera en que él les estaba enseñando. John: ‘Pruébalo, ¿no te gusta?’. Ellas le responden que ‘no’. John les dice que ‘deben empezar a tomar espressos’. Ellas, ‘me conformo con el otro (refiriéndose al café con leche)’. Nota de campo de 11 de agosto 2018

Además no hay que olvidar que en Colombia se entiende el consumo de café con azúcar como una tradición. Esto incluye endulzantes como Stevia, azúcar, panela o miel. Cuando le pregunté a José Luis, el dueño de Café Techo, si tomaba café con azúcar me respondió lo siguiente:

No tomo con azúcar, y normalmente casi no tomo en mi casa porque aquí en el negocio casi todo el tiempo estoy tomando; entonces, como dicen: en casa de herrero cuchillo de palo. En mi casa muy poco tomamos café. Mi esposa, quien toma mucho menos y es quien atiende el negocio, es la que prepara el café en la casa. *¿Y por qué sin azúcar?* Aprendimos que el café, que un buen café no lo necesita; y un mal café no se lo merece. Cualquiera persona, y es algo que yo le digo a la gente que

conozco, no importa si le gusta con azúcar o sin azúcar. Mi mamá toda la vida ha tomado café y toda la vida le ha echado azúcar, normal para ella. Muchas personas que conocen del tema del café cuestionan y juzgan a las personas por una tradición que lleva muchos años, y eso no es un buen ejercicio porque empieza a generar barreras con las personas. Yo lo tomo sin azúcar porque después de muchos años aprendí que el café tiene dulzura y no es necesario, y se aprecia mejor cuando no le agregas azúcar.

El comentario de José Luis sobre su madre que toma café con azúcar desde que recuerda, convierte a esta práctica vista como una tradición. Como mencione en el capítulo anterior esta práctica es vista como la pérdida de la oportunidad de tener una experiencia sensorial.

Este es uno de los temas que se tocan en una catación, en esta se prepara una infusión de café tostado para analizar sensorialmente sus atributos organolépticos. En el espacio en el que se realiza la catación, se alistan todos los utensilios. La tetera para el agua caliente, las cucharas para beber, la vajilla para las infusiones, los vasos para escupir, para limpiar las cucharas y para el agua con la que se limpia el paladar. Una pesa para pesar los granos, la cuchara para sacarlo del empaque y varias muestras de café. El café que viene en grano es molido, y se ubica en las tazas donde se preparan las bebidas. Las muestras de café son pesadas y cada recipiente recibe la misma cantidad para llevar a cabo una actividad rigurosa. Los participantes acercan su rostro a las tazas con el café para olerlo. En este punto, como aún no se agrega agua, el olor se denomina fragancia.

El catador que guía la actividad aconseja recordar los olores agradables y desagradables en nuestras vidas e identificar en la taza. Luego, que cada uno los nombre: el olor a una manzana fresca o el efecto incómodo de algo impregnado con hongos. En el siguiente paso, el agua caliente es servida en las tazas. Las altas temperaturas dañan la experiencia, así que se consume luego de reposar unos cuatro minutos. En este punto, una capa se forma encima de la taza. El siguiente paso es “romper la taza”. Es decir, con la cuchara se remueve la capa formada en la superficie, y esta se limpia en un vaso con agua. En la superficie de las tazas no quedan granos y solo una pequeña cantidad de espuma es observada. Una vez se han discutido los aromas de la infusión y ya han pasado unos minutos, la bebida estará lo suficientemente fría para beberla. Con la cuchara se toma una muestra del café que se

lleva a la boca, sin tocarla, y se sorbe el líquido. Aquí se busca reconocer la reacción de cada una de estas zonas ayuda a analizar la taza.

Esta es la estructura básica de las cataciones. No obstante, la organización de esta actividad se repite en las demostraciones de café, aunque de manera más sencilla. En una demostración, lo que se hace es moler el café, dárselo a oler a los espectadores, preparar la infusión y darle a probar a las personas el resultado. A mi parecer es una versión más corta de la catación porque incluye elementos en los que se huele, prepara y toma café para comentar sobre los aromas, fragancias y sabores presentes en la preparación, o en taza, como le dicen. Existen otros espacios en los que se utiliza este tipo de consumo de café. En tiendas de cafés especiales se ofrecen métodos que prepara el barista frente a la persona, comentando sobre sus atributos, o en algunas ocasiones, como con la prensa francesa se le lleva a los individuos para que ellos hagan la infusión. Cada una de estas actividades puede tener diferentes razones para realizarse pero en este caso hablé de las que se realizan las personas que pueden ser posibles consumidores. ¿Por qué es importante indicar esto? Porque es en esta actividad en la que se involucran los sentidos, y se le da significado al consumo de cafés especiales.

Esta es una actividad multisensorial porque involucra la vista, el tacto, el gusto y el olfato. Es visual y táctil porque el café se observa para ver los defectos, los tamaños, el color del grano y el tipo de molienda. El color del grano puede ser señal de diversos sabores o por el contrario, puede ser muestra de una bebida carbonatada. Al observar se pueden identificar defectos como cafés rotos, de tamaños desiguales u observar granos uniformes. Esta es una razón para preferir el café en grano, ya que con el molido no es posible realizar este análisis. Es gustativa y olfativa porque:

Freddy- Nosotros probamos y en la lengua tenemos células o papilas gustativas por grupos. Las que están en la punta de la lengua siempre nos van a dar una connotación de sabores dulces, de apreciar el dulce. Entonces cuando un cliente es muy curioso y dice “yo quiero probar el café pero yo no le encuentro sino dulce a su café”, es porque todo el tiempo están haciendo (probando) con la lengua. Cuando yo quiero descubrir la acidez yo tengo que ubicar el café en los laterales anteriores de la lengua, que es donde están las papilas gustativas que ubican el ácido. El salado está en todo el cuerpo de la lengua, y el amargo en la parte posterior. Para esto, yo tengo que coger una pequeña cantidad de café y hacer un sorbido

profundo para que haya un efecto retronasal. Al hacer un sorbido profundo hago que unas partículas de café suben hasta una parte de la nariz. La respuesta que tiene el cerebro es algo natural, el cerebro simplemente va a responder con dulce, salado, ácido, amargo y umami; o lo que sea, porque logró con la nariz llevar ese mensaje hasta el cerebro, y el cerebro responde, es el olor de lo que estoy probando. La lengua es el mecanismo donde ubico bebidas y alimentos pero es la nariz la que hace el 80% del trabajo. Por eso cuando yo llego a un sitio a comer pescados donde es intenso el sabor y el olor, pero si yo tengo sinusitis, rinitis, gripe o tengo tapadas las fosas nasales yo puedo probar pero no alcanzó a degustar. Hay una relación directa del gusto con el olfato. Por eso, debo hacer un sorbido profundo, deposito en toda la lengua parte de vapores de la nariz, que son como partículas, y listo. Tiene una acidez suave, tiene un dulce agradable y persistente. Si yo me concentro mucho al pasar voy a notar el sabor amargo. Todo el café tiene una nota amarga, solo que los cafés mucho más tostados van a tener una nota más amarga porque estoy quemando un poco más el café.

El objetivo de estas actividades es mostrarles a las personas cómo apreciar y analizar gustativamente los cafés especiales. En el primer caso, la manera en que se reconoce un buen café. Este elemento es expresado por un presentador a la hora de explicar el porqué de la catación: “No vamos a aprender cosas grandísimas, como que vayamos a ser catadores profesionales o a ser baristas. Es, simplemente, que disfrutemos tomar una taza de café (...)”

Nota de campo del 10 de mayo de 2019

La apreciación se encuentra atada a lo que se dijo en el capítulo anterior, ya que se busca apreciar los elementos que se desarrollan en la parte de la producción de cafés especiales. No es que todos los cafés deban ser iguales sino que hay elementos que ayudan a identificar su calidad. El color habla del nivel de tostación, y esto de los posibles sabores. Los problemas en la apariencia física hablan de problemas en la siembra, la recolección o el procesamiento. El olor y el sabor hablan del cuidado en estos procesos. Identificar, atar y nombrar estos atributos ayuda a que sea más fácil navegar cuáles son los estímulos beneficiosos y cuáles son los no deseables, y por lo tanto los que se deben evitar.

En las demostraciones y en las cataciones se muestra a las personas cómo hacer esto cuando se describe cómo identificar y nombrar los estímulos sensoriales generados por la bebida.

“Yo quiero que ustedes identifiquen dónde se queda concentrado el sabor, si en la punta de la lengua, en los lados o en la parte de atrás. Uno, y dos, que ustedes me digan cómo que saborcito le encuentran. No es que les va a saber a eso, sino que ustedes tienen la sensación. Esos toques lo que dan es una sensación, que nos lleva, nos transporta a algo. A veces hace eso, nos transporta a algún lado, o algo diferente” Nota de campo del 10 de mayo de 2019

El segundo elemento, es que la evaluación sensorial busca mostrar a las personas que tipo de cafés deberían comprar y qué es lo distintivo de un café especial, por esto es como una forma de juzgar el valor de un café. Se prefieren granos con tamaño y color similar; olores y sabores florales y frutales; y con tostaciones que se denominan medias y algunas veces altas. Los que se alejen mucho de la descripción de un café especial, se pueden considerar malos. Y elementos reconocidos como malos indicadores en las preparaciones son utilizados para determinar el valor del café. De nuevo, esto es observable a la hora de escuchar el por qué se hacen las cataciones:

“Uno que ustedes aprendan un poquito más de café del que ustedes ya saben. Dos, ustedes ya tengan un empoderamiento en el momento en que ustedes se sienten a tomar una taza de café y tengan el conocimiento para devolverla si está quemada o si les parece que no es un buen café, o si les parece que es un café que lo hicieron en la mañana y lo están sirviendo a las cinco de la tarde” Nota de campo del 10 de mayo de 2019

El análisis sensorial del café no es exclusivo de las personas que son posibles compradores, es utilizado por diferentes actores. Por un lado, los ya indicados consumidores que utilizan sus sentidos para examinar los productos y tomar decisiones. Ellos buscan que cumplan con los perfiles y valores que han incorporado en sus prácticas de consumo. Por otro lado, los productores pueden determinar el valor económico y simbólico del café al examinarlo sensorialmente. El perfil sensorial de un café es formalizado por los catadores certificados por la SCAA. Ellos realizan una evaluación física y sensorial con la que generan el “perfil de taza” de una muestra de café. Este perfil contiene información sobre los atributos e incluye una puntuación al café. Esta evaluación permite clasificar el tipo de calidad del café. Una vez se establece el tipo de café, su valor simbólico es asignado y se tiene un sustento para establecer el precio de venta.

En este sentido, el gusto es reflexivo. La apreciación y el análisis sensorial son incorporados en estas actividades, sostenidos en la comunidad de los cafés especiales y utilizados para resolver las tensiones sobre el valor material y simbólico del producto. Son espacios de deliberación entre los participantes. Los presentes hablan sobre qué representa para ellos un buen café, su valor simbólico y las formas de consumirlo. Por ejemplo, diferentes dueños de marcas, los baristas y los consumidores hacen referencia a su postura sobre el uso de endulzantes, los consumidores nuevos hablarán de su uso, mientras los otros señalan que es decisión de cada uno pero que es perder la oportunidad de una experiencia. La preferencia frente al uso de mezclas de fincas, algunos critican el uso de las marcas expansionistas de los *blends* y los sabores fabricados, mientras los dueños pueden verlo como una oportunidad para exponer los atributos que ellos prefieren. El tema de la salud es entendido de dos maneras diferentes. Las personas con las que yo tuve contacto, que participaron como consumidores, comentan prohibiciones de médicos y la consecuente suspensión de la cafeína como una medida para cuidar su salud; mientras los baristas y dueños de marcas alegan que el problema es el tipo de café. No todo el café es igual, y lo que se hace bien, en este caso los llamados cafés gourmets o de especialidad, le hace bien a la salud física.

Se busca atar este producto a discursos ya señalados. Para una autora como Shields-Argelès (2019) este tipo de actividades y su lenguaje sirven la cadena del alimento. En mi caso, no tuve la oportunidad de seguir un solo grupo de catadores que se reúnen constantemente pero creo los aportes de esta autora se sostienen. Los actores que guían estas actividades le señalan a las personas como describir cada café, y de una vez crean una asociación negativa o positiva con este. Al nombrar el esfuerzo de los campesinos, las cualidades del terreno y llevando la conversación al sabor, al perfil sensorial y la puntuación de la calidad, se establecen las relaciones que detallé en el primer capítulo. A la vez que se incluyen comentarios que aluden a estos temas, se intenta llevar la conversación a temas que parezcan atractivos a los espectadores. En las oportunidades que tuve para interactuar con estudiantes universitarios las conversaciones se tornaron hacia las prácticas que protegen el medio ambiente o como su compra podría ayudar a las comunidades productoras. Para ofrecer café los actores deben adecuar su discurso a la persona que se interesa en el tema. Sin embargo, no considero que estos los elementos se vean solo como estrategias de comercialización. Cuando no hay posibles compradores presentes, estas opiniones se

mantienen<sup>32</sup>. Aun así, es claro que estos son factores que otorgan un valor simbólico agregado y que justifican el valor del producto. Estos elementos del café, se convierten en determinantes económicos.

Con todo esto en mente, quiero señalar que prácticas como comprar y beber este tipo de café se dirigen a grupos sociales específicos. El principio de incorporación y las implicaciones del consumo de alimentos que se ven como mercancías, es útil en este punto (Fischler, 1995; Lupton, 1996). Los cafés especiales son dirigidos y consumidos por grupos sociales específicos, en general se busca conectar este producto a adultos jóvenes, pero lo más importante es tener el capital económico para adquirir este producto. Se intenta llegar a individuos que se encuentran interesados en incorporar en sí mismos las cualidades de este alimento. Es decir, parte de su subjetividad, aunque sea de manera pasajera, adquiere el capital simbólico que los actores de la cadena productiva intentan inculcar: el refinamiento sensorial, el compromiso con causas sociales y ambientales, el lenguaje, los modismos utilizados al tomar la bebida y el cuidado sobre la salud y el cuerpo. Autores como Quintão, Brito y Belk (2017), indagan acerca del papel de los ritos en el consumo y en el gusto de los consumidores “especializados”, argumentando que los individuos transforman su gusto a partir de la práctica y de los rituales. En la primera, el agente es separado del grupo. Ellos dejan de asistir con otros individuos a los establecimientos donde no se consumen cafés especiales, aunque mantienen el consumo de café mezclado con otras bebidas y endulzantes (Quintão, Brito y Belk, 2017). En la segunda etapa, los individuos intentan adaptarse a las costumbres y creencias del nuevo grupo. En esta situación la comunidad de cafés de especialidad. En este punto el gusto por los cafés especiales es desarrollado y un entendimiento de la comunidad es adquirido. Además, en esta etapa, las personas escuchan los consejos de los expertos, los dueños de establecimientos, los catadores, los baristas y los tostadores. En la última parte, los consumidores ya son considerados conocedores del tema y se espera que ellos actúen de acuerdo a su nueva posición (Quintão, Brito y Belk, 2017). El elemento más importante de este análisis es que el ritual de la catación de café les sirve a los agentes para diferenciarse como consumidores conocedores frente a los consumidores regulares.

---

<sup>32</sup> La marca de mi familia era invitada por la gobernación de Boyacá a ser uno de las marcas representantes del departamento, ya tiene un café que se cultiva en Moniquira. En estos espacios se comparte con otras marcas y esto es propicio para interactuar con los otros participantes, en algunos casos se habla sobre la frustración que genera la indiferencia de las personas sobre los esfuerzos detrás del café.

En las trayectorias que vi durante el trabajo de campo otra perspectiva se me presentó. No todos los individuos que experimentaron la apreciación sensorial del café se transforman en consumidores informados o especializados. Algunos no están interesados en realizar un cambio en las prácticas y técnicas de consumo. Primero, están los que expresan interés por consumir cafés especiales pero rechazan el desuso de endulzantes y las restricciones en las preparaciones. Segundo, los cafés especiales tienen un valor muy por encima de los cafés regulares, y la construcción discursiva de este café no siempre se ve como un justificante de estos precios. En eventos como la feria de Cafés Especiales Expo en Corferias y recientemente el Bogotá Coffee Fest, es común encontrar personas que se niegan a comprar el café cuando consideran desproporcionado el valor de una libra de café a veinticinco mil pesos, o en ocasiones incluso más altas, y comentan que ellos pueden encontrar cafés por precios mucho más bajos.

Por parte de los baristas, los catadores, y los dueños de establecimientos y marcas es esperado que los agentes cambien su consumo pero no se espera que se conviertan en consumidores conocedores. Esto se debe a que “el café más rico es el que café que le gusta a uno” y este no siempre es el que tiene más certificaciones o el precio más alto. El punto es se entusiasmar a las personas para que prueben diferentes cafés de esta categoría, y no que consuma una marca en específico.

Este entusiasmo ayuda a que los posibles consumidores de café tengan un tipo conocimiento y un gusto que beneficie el mercado de los cafés. Por un lado, son personas que buscan cafés que resalten los elementos de la siembra, el beneficio, el proceso de maquila y las preparaciones. Bajo esta lógica están dispuestos a pagar los precios más altos de los cafés especiales, que pueden ir desde 25 mil pesos hasta 50 mil pesos por libra. Los consumidores usan elementos que ayuden a generar diferentes experiencias sensoriales como los métodos de filtrado. Y están dispuestos a probar cafés para aumentar y mantener un paladar que identifique las sensaciones. Para esto, se deben acostumbrar a preparaciones que permitan esta evaluación: los espressos o el café filtrado, sin aditivos. Por otro lado, son personas que validan el consumo con ideas como buenos efectos en la salud, y en algunos casos los vinculan con unos estilos de vida donde tiene gran importancia el rendimiento deportivo. Y

son personas que han escuchado como desde la cadena productiva se vincula su compra con el apoyo a diferentes comunidades caficultoras, y a los proyectos que se ligen los productos.

## **Conclusiones**

En este trabajo de grado busqué responder la siguiente pregunta ¿Cómo el consumo del café especial se relaciona con formas particulares de producción, construcción de significados y gustos en la sociedad actual de Colombia? En un primer capítulo quise mostrar que el café es un alimento representativo y que esto no se puede desligar de las particularidades de su producción en Colombia. Las singularidades incluyen las diversas variaciones del café arábica, y sus cuidados, las presencia en diversas regiones del país, los terrenos donde se puede cultivar, y una producción a pequeña escala. En una segunda parte, quise resaltar lo que ciertos actores están entendiendo el café bajo la lógica del terroir aunque no parezca ser de forma consciente.

Señalé cómo se define un café especial, y cuáles son algunas de las motivaciones para producirlo. El cuidado y la dedicación utilizada en la siembra, el beneficio y la maquila son elementos claves a la hora de producir este tipo de cafés. Con este contexto, reflexioné sobre cómo se produce y se procesa en la práctica un café especial. Tomé como referencia de estos procedimientos una finca ubicada en San Antonio de Tequendama y Café Techo, una tostadora de Chía. Los esmeros en cada punto se observan como determinantes a la hora de obtener experiencias sensoriales se conecta con la idea de terroir.

Las particularidades que manifesté se articulan con el primer significado, que el café es un alimento representativo. Esto lleva a unos esfuerzos por regularizar la producción, distribución y comercialización de este producto en búsqueda de un mantenimiento y replicación de la calidad de este alimento. El segundo es que es visto como un producto idóneo para la producción en Colombia. Estos factores son observados como ventajas para desarrollar numerosas combinaciones de sabores y olores. Tercero, que actores como los productores, baristas, catadores y dueños de empresas entienden a la vez que describen la calidad del café dentro de las lógicas del terroir. Se espera que las personas consuman esta bebida de manera que se admiren todas sus propiedades y se le dé centralidad al grano. Por

ejemplo, no utilizar endulzantes y el consumo de infusiones concentradas, se ven como las mejores preparaciones.

El café al ser tanto una mercancía y un signo que circula cambia sus significados. Si se pasa las perspectivas de actores de la cadena productiva a los consumidores, la forma de significar el café varía. De hecho es probable que otros productores o en espacios diferentes se diferencien los valores asociados al café. Yo tuve una entrada a campo gracias a que mi familia tiene una empresa de café, lo que me ayudó a conocer catadores, baristas y gente que lo consume. Los significados y valores están entrelazados con esa posición en la que ingrese a campo y seguro serían diferentes en otro grupo. Esto no solo impactó como ingrese a campo, también algunas de las experiencias de mis padres influenciaron como vendedores que me sirvieron para analizar o entender las dinámicas del café. Esto limitó mi tesis a una visión más empresarial.

En el segundo capítulo quise argumentar que el consumo de café involucra un aprendizaje sensorial que legitima e incorpora maneras de consumir alimentos, y que estas experiencias están vinculadas, al sostenimiento simbólico y económico de un sector productivo. En este capítulo quise mostrar cómo se le enseña a las personas como apreciar un café especial. Esta idea de la necesidad de ‘aprender’ a tomar café se consolida a partir del imaginario social de que los colombianos “no saben de café” o que “no saben tomar café”. Se asume que la gente no *sabe* apreciar la bebida porque alguien que sí sabe, no tomaría pasilla, y no tomaría la bebida endulzada porque no podría percibir la gama de posibles sensaciones. En esta lógica, esta es la razón para tomar cafés tipo consumo. Por un lado, se lo ata emociones y sensaciones que se observan como positivas como la salud. Para esto utilicé el trabajo de la autora Deborah Lupton (1996) de su capítulo sobre la comida, la salud y la naturaleza. Por otro lado, se utilizan los sentidos para desarrollar un gusto por cafés que entren en la descripción de especial.

El consumo de cafés de especialidad abre la opción a espacios y momentos en los que se comparte y se mantienen los valores asociados al café. En estos períodos es cuando los baristas y los dueños de las marcas pueden transmitir a las personas cómo la calidad del grano se ata a las fincas donde se cultivan, a las habilidades y al conocimiento de los caficultores. Y que los atributos sensoriales son el resultado de estos elementos. Esto conlleva a entrelazar la

producción del sector cafetero con los hábitos de consumo de cafés y a buscar una apreciación organoléptica del grano. Elementos que la institucionalidad cafetera observa como una manera de fortalecer la estabilidad del sector.

Las visiones sobre los efectos del café en la salud varían dependiendo de quién lo proponga. En específico, desde la cadena productiva, en la distribución y preparación se unen a los efectos del café con la calidad de café, y a su vez, con sus procesos productivos. En el caso del café se habla de este alimento como naturalmente bueno, ya que, tiene compuestos beneficiosos, y que es el mal procesamiento el que genera problemas. Es beneficioso apropiarse de esta perspectiva para promover el consumo de este producto, aprovechando la preocupación del consumidor sobre el consumo de productos nutritivos, saludables y perjudiciales.

Asimismo, el análisis sensorial es utilizado más allá de un juicio estético. Para Bourdieu (2012) el gusto es parte de las disposiciones a las que los sujetos están predispuestos socialmente. No obstante, esta visión puede oscurecer el trabajo corporal involucrado en el juicio estético de productos alimenticios como el té, y en este caso del café (Tsigkas, 2019: 156). Si bien el análisis de Bourdieu puede ser útil a la hora de analizar las razones para el consumo, en este caso, puede escapar del uso dado al análisis sensorial que atraviesa el gusto de diferentes actores a la hora de la toma de decisiones para establecer el valor económico y simbólico del café.

Una de las consecuencias de una apreciación específica del café es que existe una forma correcta de apreciar sensorialmente y de consumir. Es decir, se genera la idea de que es necesario un capital social específico, para dirigirlo así a un grupo más específico que valore la experiencia sensorial, la innovación gastronómica, la justicia social, el cuidado del medio ambiente, el cuidado del cuerpo a través del consumo de alimentos ‘orgánicos’ o ‘naturales’, y con un capital económico que sustenta esta forma de consumo. Esto contrasta con un consumo más tradicional, accesible económicamente y un consumo más práctico, y que por esto se distancia como actores que ayuden a aumentar la rentabilidad económica de la producción cafetera en el país.

Si bien se habla de una diversidad sensorial, al acercarse al consumo de estos cafés, es necesario adecuarse a ellos para percibir las especificidades organolépticas. Existe una manera correcta de describir, tomar y disfrutar estos cafés. De lo contrario, se distingue solo un sabor amargo, que puede convertirse en la razón para evitar este producto. En un principio esa fue mi propia experiencia pero parte de mi entendimiento aumentó cuando empecé a participar y a intentar disfrutar el café como me decían que se debía hacer.

Hay otro aspecto de la apreciación sensorial que no solo se podría realizar en cafés especiales, porque hay que resaltar que la diversidad sensorial no solo está presente en los *cafés de alta calidad*. Al observar la *rueda de sabores*, esa imagen donde se colocan las descripciones que se le pueden dar al café, así como al escuchar la cantidad de sabores negativos que puede tener un café, es evidente que el café pasilla tiene tanta diversidad como otros tipos de café. Incluso pude conocer un catador que realiza cataciones cafés tipo pasilla porque estos cafés también son diversos.

En actividades como la catación se borran las distancias entre la producción y el consumo de un alimento. Es un espacio donde tanto los consumidores como los productores pueden mostrar sus posturas y platicar sobre el café. Si bien los cafés especiales existen desde hace años, al revisar documentos como el del Programa Toma Café se ve que estos se ven como una forma de promover el consumo y apoyar económicamente el sector cafetero. A la vez los productores crean estos espacios para que los consumidores se envuelvan en esta cadena, pero es la demanda por estos productos la que sostiene la existencia de esta bebida. De manera, el enlace entre ambas partes no es completamente claro y tiene una interacción dialéctica en la que una parte estimula la otra y viceversa.

En futuras investigaciones se podría explorar el papel de lo sensorial en el consumo de cafés especiales, o incluso de otros tipos de café con mayor profundidad. Un espacio de interés pueden ser las cataciones de café, ya que estas tienen un elemento sensorial bastante fuerte, y que a mi parecer vienen cargadas de significados. Aunque no tuve mucho acceso, sé que se realizan cataciones para cafés de gamas bajas, en donde se puede aprender sobre la construcción de significados de cafés que en los análisis sensoriales se consideran como un mal café.

## Bibliografía

- Ascione, E., Belsky, J., Nelsen, M., Barbato, M. (2020). Cultivating activism through terroir: an anthropology of sustainable winemakers in Umbria, Italy. *Food, Culture & Society*, 23(3), 277-295.
- Appadurai, A. (1991). Introducción. En Appadurai, A. (1991) *La vida social de las cosas. Perspectivas culturales de las mercancías*. México: Grijalbo.
- Azevedo F, J. (2014). Liquid Fire: Alcohol, Identity, and Social Hierarchy in Colonial Brazil. En G. Pierce, & Á. Toxqui (Edits.), *Alcohol in Latin America. A Social and Cultural History*. Tucson: The University of Arizona Press.
- Barthes, R. (2012). Toward a psychosociology of contemporary food consumption. En C. Counihan, & P. Van Esterik (Edits.), *Food and Culture: A reader* (Tercera Ed.). New York: Routledge.
- Bell, C. (1997). *Ritual perspectives and dimensions*. Oxford University Press.
- Bejarano, J. (1980). Los estudios sobre la historia del café en Colombia. *Cuadernos de economía*, 1(2), 115-140.
- Bourdieu, P. (2000). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bushnell, D. (2014). *Colombia una nación a pesar de sí misma. Nuestra historia desde los tiempos precolombinos hasta hoy* (Décimo octava ed.). Bogotá: Planeta.
- Cárdenas C, B. (2014). Construcciones culturales del sabor: comida rarámuri. *Anales de Antropología*, 48(1), 33-57.
- Chacón M, S. (1990). *La presencia de la mujer en el desarrollo de la zona cafetera Colombiana*.

- Classen, C. (1997). Foundations for an anthropology of the senses. *International social science journal*, 49(3), 401-412.
- Cortina, H. A., Acuña, J. R., Moncada, M., Herrera, J. C., & Molina, D. M. (2013). Variedades de café. Desarrollo de variedades. En F. n. cafeteros, *Manual del cafetero colombiano. Investigación y tecnología para la sostenibilidad de la caficultura. Tomo I* (págs. 169-202).
- Csordas, T. (1990). Embodiment as a paradigm for anthropology. *Ethos*, 18 (1), 5-47.
- Delgado, S. R. (2001). Comida y cultura: identidad y significado en el mundo Contemporáneo. *Estudios de Asia y África*, XXXVI (1), 83-108.
- Douglas, M. (1972). Deciphering a meal. *Daedalus*, 61-81.
- Federación Nacional de Cafeteros. (2016). Código de ética y buen gobierno de la Federación Nacional de cafeteros de Colombia.
- Federación Nacional de Cafeteros. (2013). *Manual del cafetero colombiano. Investigación y tecnología para la sostenibilidad de la caficultura*. Legis.
- Federación Nacional de Cafeteros. (5 de octubre de 2018). *Cámara de representantes*. Recuperado el 2 de Agosto de 2019, de <http://www.camara.gov.co/sites/default/files/2018-10/RTA.FEDERACIÓN%20DE%20CAFETEROS.PROPOSICIÓN%20099%20-%202018.pdf>
- Federación Nacional de Cafeteros. (2018). *Informe del Gerente General*. Bogotá.
- Fischler, C. (1995). *El (h) omnívoro: El gusto, la cocina y el cuerpo*. Barcelona: Anagrama.
- Garzón C, M. (2002). *Mujeres trabajadoras del café*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Grinshpun, H. (2013). Deconstructing a global commodity: Coffee, culture, and consumption in Japan. *Journal of Consumer Culture*, 14(3), 343-364.

- Goldstein, J. (2011). The “Coffee Doctors”: The Language of Taste and the Rise of Rwanda's Specialty Bean Value. *Food and Foodways*, 135-159.
- Goyan K, & P. Sucher, K. (s.f.). *Food And culture*. Belmont: Thomson Wadsworth.
- Gracia-Arnaiz, M (2007). Comer bien, comer mal: la medicalización del comportamiento alimentario. *Salud pública de México*. 49 (3), 236-244
- Guy, K. (2011). Silence and Savoir-faire in the marketing of products of the terroir. *Modern & Contemporary France*, 19 (4), 459-475
- Hensrud, D, (2017). ¿el café ofrece beneficios para la salud? Revisado el 15 de abril del 2020
- Holtzman, J. (2006). Food and Memory. *Annual Review of Anthropology*, 35, 361-378.
- Kjeldgaard, D., & Ostberg, J. (2007). Coffee Grounds and the Global Cup: Glocal Consumer Culture in Scandinavia. *Consumption Markets and Culture*(2), 175-187.
- Larrea, C. (1997). *La cultura de los olores. Una aproximación a la antropología de los sentidos*. Quito: Abya-Yala.
- Le Breton, D. (2007). *El sabor del mundo. Una antropología de los sentidos*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Lock, M., & Farquhar, J. (2007). Introduction. En *Beyond the Body Proper: Reading the Anthropology of Material Life* (págs. 1-18). Duke University Press.
- Lupton, D. (1996). *Food, the body and the self*. Sage Publications. Londres, Reino Unido.
- Lyon, S. (2011). Introduction. En S. Lyon, *Coffee and community: Maya farmers and fair-trade markets*. Boulder: University Press of Colorado.
- Marín L, S., Arcila P, J., Montoya R, E., & Oliveros T, C. (2003). Relación entre el estado de madurez del fruto del café y las características del beneficio, rendimiento y calidad de la bebida. *Cenicafé*, 297-315.

- Méndez, Á. (2010). Saber/sabor. El alimento como medio sensual de significación, cognición y comunicación. *Diario de Campo. Nueva época*, 1(1), 39-48.
- Ministerio de Educación; Federación Nacional de Cafeteros. (2014). *Guía para la incorporación del paisaje cultural cafetero en la revisión y ajuste de los planes de ordenamiento territorial (POT, PBOT, EOT)*. Bogotá.
- Mintz, S. (1996). *Dulzura y poder el lugar del azúcar en la historia moderna*. Siglo Veintiuno.
- Mintz, S. (2003). *Sabor a comida, sabor a libertad. Incursiones en la comida, la cultura y el pasado*. México D.F.: Ediciones de la Reina Roja.
- Mintz, S; & Du Bois, C (2002). The Anthropology of Food and Eating. *Annual Review of Anthropology*, 31, 99.
- Ocampo, J. A. (2013). En J. A. Ocampo, *Colombia y la economía mundial 1830-1910* (Segunda ed., págs. 261-303). Bogotá: Ediciones Uniandes.
- Organización Internacional del Café. (2003). *Ideas e iniciativas surgidas en la reunión de alto nivel en mesa redonda OIC/Banco Mundial del 19 de mayo de 2003, en busca de soluciones a la crisis del café*. Londres.
- Ospina Marulanda, Alejandro (2017) La industria de los cafés de especialidad. Relación entre certificaciones de calidad o especialidad, y los ingresos de los caficultores en Colombia. 1989- 2015 (tesis de pregrado). Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia
- Palacios, M. (1979). *El café en Colombia (1850-1970) Una historia económica, social y política*. Bogotá: Presencia.
- Paxson, H. (2006). Artisanal Cheese and Economies of sentiment in New England. En *Fast Food/ Slow Food*, editado por Richard Wilk, 201-217. Lanham: Altamira Press.
- Paxson, H. (2008). Post-Pasteurian cultures: the microbiopolitics of raw-milk cheese in the United States. *Cultural Anthropology*, 23 (1), 15-47

- Phillips, L. (2006). Food and globalization. *The annual review of anthropology*, 35, 37-57.
- Pilcher, J. (1998). *¡Que vivan los tamales! Food and the making of Mexican identity*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Pratt, J. (2007). Food Values: The Local and the Authentic. *Critique of Anthropology*, 27(3), 285–300.
- Programa de Promoción de Consumo Toma Café. (2014). Dinámica del consumo interno de café. *Ensayos sobre economía cafetera*, 37-72.
- Puglisi, R. (2014). Algunas consideraciones metodológicas y epistemológicas sobre el rol de la corporalidad en la producción del saber etnográfico y el estatuto atribuido a los sentidos corporales. *Antípoda Revista de antropología y arqueología*, 19, 95-119.
- Quintão, R., Brito, E., & Belk, R. (2017). the taste transformation ritual in the specialty coffee market. *Revista de Administração de Empresas*, 57(5), 483-494.
- Ramírez Bacca, R. (2010). Estudios e historiografía del café en Colombia, 1970- 2008. Una revisión crítica. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 7(64), 11-29.
- Rhinehart, R (2009). What is Specialty Coffee? Revisado el 25 de marzo de 2019 [scaa.org/?page=RicArtp1](http://scaa.org/?page=RicArtp1)
- Roseberry, W. (1995). Introduction. En W. Roseberry, L. Gudmundson, & M. Samper Kutschbach (Edits.), *Coffee, Society and Power in Latin America* (págs. 1-30). Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Roseberry, W. (1996). The Rise of Yuppie Coffees and the Reimagination of Class in the United States. *American Anthropologist*, 98(4), 762-775.
- Saldarriaga, G. (2011). Alimentación e identidades en el Nuevo Reino de Granada, siglos XVI y XVII. Bogotá: Editorial de la Universidad del Rosario.

- Saldarriaga R, C., & Ramírez A, S. (2014). Usos y abusos del paisaje cultural cafetero: una reflexión desde el concepto de patrimonio. *Jangwa Pana*, 12(1), 115 - 128.
- Saussure, F. (1954). *Curso de Lingüística General* (Vigésima Cuarta ed.). (A. Alonso, Ed.) Buenos Aires: Losada.
- Shields-Argelés, C. (2019). A cooperative model of tasting: comté cheese and the jury terroir. *Food, culture and society*, 22 (2). 168-185.
- Stoller, P. (1989). Introduction. En P. Stoller, *The taste of ethnographic things* (tercera ed., págs. 3-11). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Sutton, D. (2010). Food and the senses. *Annual review of Anthropology*, 39, 209-223.
- Tocancipá-Falla, J. (2006). Cafés en la ciudad blanca: Identidad, crisis cafetera y el. *Revista Estudios Sociales*, 25, 67–79.
- Tocancipá-Falla, J. (2010). El juego político de las representaciones. Análisis antropológico de la identidad cafetera nacional en contextos de crisis. *Antípoda Revista de antropología y arqueología.*, 10, 108-136.
- Tocancipá-Falla, J. (2011). Cafés in Colombia: socio-political and cultural forms of representation at the turn of the century. *International Social Science Journal*, 421-432.
- Trubek, A. (2008). *The taste of place. A cultural Journey into Terroir*. University of California Press.
- Trubek, A., Kolleen, G., Bowen, S. (2010). Terroir: A French Conversation with a transnational Future. *Contemporary French and Francophone Studies*, 14 (2), 139-148

Urueña, M. (2013). El mercado mundial y nacional del café en el siglo XXI. En F. N. Cafeteros, *Manual del cafetero colombiano. Investigación y tecnología para la sostenibilidad de la caficultura. Tomo I* (págs. 17-25).

Weismantel, M. (1988). *Food, Gender, and Poverty in the Ecuadorian Andes*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.