

**El café en la vida cotidiana: prácticas culturales que conectan y comunican**

**Miguel Ángel Cortés Valencia**

**Trabajo de investigación realizado en el marco del semillero Mospejo Cultural  
para optar al título de Comunicador Social - Periodista**

**Ingry Carolina Rodríguez Rubiano – Líder de Semillero**

**Corporación Universitaria Minuto de Dios**

**Rectoría Bogotá**

**Bogotá Presencial**

**Escuela de Ciencias y Cultura**

**Comunicación Social - Periodismo**

**2025**

## AGRADECIMIENTOS

El camino no fue fácil, pero ha llegado a su recta final, después de casi cinco años de esfuerzo, dedicación y sacrificio se ha logrado culminar la carrera. Hablar de café ha sido una experiencia llena de emociones inesperadas para conectar con mis raíces y vivencias en Bogotá, hablar desde cómo un tinto consigue conectar a la sociedad en cualquier espacio ha sido único, especialmente porque es una puerta para dimensionar la diversidad del país y reflexionar desde la identidad de colombiano.

Desde aquí agradezco a todas las personas que me permitieron conocer sus historias alrededor de este producto, a mis padres por apoyarme durante toda la carrera estando lejos de casa, por su sacrificio y amor en todo este proceso, a mí por no haber agachado cabeza y haber seguido fiel a la meta propuesta. Este trabajo no sólo significa el fin de mi pregrado, sino una huella de lo que es Colombia y recuerdo de dónde vengo, Manizales.

**ÍNDICE DE GRAFICOS**

Anexo 1..... 51

Anexo 2..... 51

Anexo 3..... 52

Anexo 4..... 52

Anexo 5..... 52

Anexo 6..... 53

Anexo 7..... 53

Anexo 8..... 54

Anexo 9..... 54

Anexo 10..... 55

Anexo 11..... 55

Anexo 12..... 56

Anexo 13..... 56

Anexo 14..... 57

Anexo 15..... 57

**TIPO DE PROPUESTA DE CREACIÓN:** proyecto de revista de reportera grafica

**RESUMEN DEL PROYECTO:** En esta descripción debe aparecer una síntesis del contexto y los propósitos, su vínculo con las líneas de investigación de la FCC, el mapa de antecedentes y la ruta metodológica de la creación. (máximo 300 palabras)

El café colombiano reconocido a nivel nacional e internacional por su calidad en la producción por familias caficultoras del país teniendo un sabor autentico y altamente demandado en las personas, el cual hace parte en las diferentes rutinas de las personas, el cual participa como objeto central de momentos, situaciones y conversaciones entre personas. Por eso, Este proyecto de investigación-creación surge del interés de investigar y reconocer las dinámicas cotidianas del café como espacios de intercambio y construcción de comunidad. Se analizó desde las prácticas culturales de la ciudad de Bogotá en espacios frecuentes, donde se tienen en cuenta rutina y tradición del consumidor, la historia del producto y los instrumentos utilizados en diferentes contextos de tertulia y encuentro social. Esto permite conocer los aspectos de identidad del individuo, la recolección de memorias familiares y conocimientos expertos en el proceso del manejo del producto.

Este proyecto de investigación sigue la línea uno de comunicación y cultura donde se abordan “dinámicas de transformación sociocultural y política, analiza el papel de los medios y las tecnologías de comunicación e información” (Programa de Comunicación Social – Periodismo. 2023. P.6) donde se tiene en cuenta la relación social y la importancia cultural que tiene este producto en las rutinas de las personas en sus diferentes espacios de intercambio. En el proceso se identificaron tres categorías de antecedentes presentando diferentes miradas sobre el tema como Historia y raíces del café en Colombia, Narrativas del café e Interacciones en el territorio. Para la investigación se enmarcó en el paradigma histórico hermeneútico o interpretativo, con enfoque cualitativo y tipo de estudio investigación creación. Para este proceso se implementaron técnicas de entrevista semiestructurada, observación y diario de campo. Por último, como resultado la conexión existente entre la persona y el producto, la diversidad espacios para compartirlo y métodos de preparación de café que funcionan como intercambio.

**PALABRAS CLAVES:** Café, prácticas culturales, identidad, memoria, compartir

## 1. CONTEXTO DE EMERGENCIA DE LA IDEA

Colombia es un país reconocido mundialmente por su gran variedad y riqueza en biodiversidad, donde según el World Economic Forum (2024), el país está en el cuarto puesto por encima de Ecuador y la India, ya que, dentro de su territorio se encuentra el 10% de la biodiversidad mundial, con más de 1800 especies de aves y es el segundo país con más especies de plantas y anfibios. Es un territorio rico en vegetación y fuentes hídricas que lo recorren. Uno de sus recursos más representativos económica y culturalmente es el café, como lo comenta Johnny Pava, analista de mercadeo, porque “la diversidad de climas y altitudes en Colombia permitió que el café se cultivara en diferentes zonas del país, lo que dio lugar a una amplia gama de perfiles de sabor.” (Pava, 2023) Un producto reconocido por su alta calidad, lo que puede convertirlo en insignia en los productores y comerciantes, favoreció al crecimiento de la industria a lo largo de la historia y sus hitos desde la primera exportación del bulto de café en 1817 hacia Estados Unidos. Por el café, el paisaje cafetero tiene varias atracciones locales que llaman la atención por sus paisajes, parques nacionales, actividades al aire libre, festivales reconocidos por su patrimonio cultural cafetero, donde este último incluye la tradición gastronómica y productora del café, insignia característica del país.

Históricamente podemos ver cómo el cultivo representó una oportunidad para la economía del país, en particular para las familias campesinas “el cultivo se popularizó rápido a partir de 1910 porque en pequeña escala era rentable, no requería mucho capital y podía disponer de la mano de obra familiar. Era fácil sembrar el grano y cultivar”. (MACHADO A. P 96) Sustenta cómo muchas personas se han dedicado al trabajo del café, donde también son las familias las que lo cultivan convirtiendo la labor como una tradición propia de ellos, esto permite el uso de la mano de obra familiar sin la necesidad de contratar trabajadores externos para el manejo de los cultivos, lo que conlleva a que alrededor de este trabajo de la planta se genere una integración al mercado consiguiendo un crecimiento y mercado, gracias a su fácil acceso y manejo.

Por medio del trabajo del café por las familias caficultoras, el crecimiento que tuvo el manejo del producto, la buena contribución económica que se consiguió con la

exportación y la marca de alta calidad que se presenta en el producto colombiano, se podría inferir que gracias al ingreso monetario en país se comenzó a invertir en acciones de desarrollo e infraestructuras para la población, tal como lo explica Machado en la siguiente cita de su texto El café en Colombia a principios del siglo XX.

El café generó un modelo de desarrollo agrario único o de desarrollo rural, aunque no perfecto sí suficiente y con un gran impacto. La Federación lo lideró con los gobiernos, que no tuvieron problema en aceptar las sugerencias de los cafeteros: vías, salud, vivienda, educación, electrificación, comercialización, información, desarrollo tecnológico e institucional (P 84, 2001).

La cita anterior resalta el papel fundamental del café en Colombia, desde una perspectiva económica, social y cultural. De tal forma se apropió el cultivo de café en el país, donde se mantiene como el producto de comercio insignia, lo cual sugiere que el café no sólo impulsa la economía, sino, a su vez es un elemento clave para el desarrollo del país, porque gracias este no sólo se ha generado ingresos, sino que, a también se han construido obras públicas que favorecen a la población, donde esto último Machado lo menciona desde el impacto al bienestar en la sociedad que lo trabaja el cultivo de café, con base al desarrollo de infraestructura y necesidades.

Un producto, que, por medio de su trabajo ha sacado frutos, que presenta la importancia de la tradición en la permanencia de este proceso. No sólo es una actividad económica sino a su vez un legado cultural. Así que, este proceso ha perdurado a lo largo de los años por medio de la tradición, logrando en Colombia un reconocimiento por su café a nivel mundial.

El café colombiano, como ya se ha mencionado con anterioridad, es reconocido internacionalmente por su sabor, calidad y que las condiciones del país permiten su trabajo constate, dando hasta dos cosechas en el año. El artículo de Inovatione explica que la semilla del café necesita unas especificaciones en el terreno para su cultivo y cosecha, donde por ejemplo en la zona cafetera colombiana presenta una temperatura media muy uniforme a través del año para una misma región. Tiene una temperatura media que varía entre los 18°C y los 22.5°C. (Innovatione, 2022) Estas características que se cumplen el territorio colombiano facilita que en una buena parte del país se cultive el producto, como lo es eje cafetero, en esta zona los

cultivos están ubicados en su mayoría sobre las dos vertientes de las tres cordilleras que recorren el país. Donde actualmente están asentados 564 municipios en 16 departamentos cafeteros. (Federación Colombiana de Cafeteros, s.f.) El eje cafetero, el cual es la unión de tres departamentos como Caldas, Quindío y Risaralda, solo es una parte de los 16 departamentos que trabajan el café. Ya que, como lo nombra la Federación Colombiana de Cafeteros, hay una gran cantidad de municipios dedicados y relacionados con el café.

En el país existen cerca de 500.000 familias caficultoras, las cuales se pueden encontrar ubicadas en varios de los municipios anteriormente enumerados. (Federación Nacional de Cafeteros, 2020) La población que se dedica al trato y comercio del grano del café representan el 22% del PIB agrícola en el país, esta cifra refleja la importancia económica para Colombia. De esta forma la producción cafetera en el país marca un hito para los colombianos en su historia, donde el trabajo de la planta a cruzados fronteras y se ha referenciado de manera global. Colombia es un ejemplo para el mundo cafetero por su organización desde 1927, cuando se fundó la Federación Nacional de Cafeteros, la cual es una entidad sin ánimo de lucro con el objetivo de trabajar por el bienestar de los caficultores y sus familiares, donde a su vez ha invertido y administrado el Fondo Nacional del Café para ejercer garantía de compra, un mecanismo que brinde un precio justo para el productor (Pava, 2023).

Con lo mencionado arriba sobre el valor del café, se puede visualizar desde el mercado como se asegura al caficultor en puntos de venta teniendo la relación a las actualizaciones de precios del producto en la bolsa de New York. (Gaitán, 2018, p. 36) Se debe agregar, como se mencionó anteriormente, que en el exterior la marca del café de Colombia es reconocido por el icónico personaje Juan Valdez, la cual representa parte de la cultura del país y el proceso del cultivo cafetero donde presenta la actividad económica de los productores más el factor de bienestar social de los caficultores de los municipios que lo cultivan y trabajan este producto. Además, no sólo por el buen sistema de producción que garantiza la Federación Nacional de Caficultores es reconocido el café colombiano, sino también por su buena calidad de grano y el reconocimiento del buen trabajo de los agricultores, gracias a esto se puede destacar el agradable sabor cuando llega la taza de café, porque

Los cafés colombianos no solo son reconocidos internacionalmente por su calidad, sino también admirados por la identidad de sus productores, por su cultivo sostenible en las imponentes laderas de los Andes, por su procesamiento amigable con el ambiente y por el beneficio en el tejido social del país. Esta espléndida bebida congrega e invita a socializar, sin importar la hora ni el lugar. (Gaitán, 2018, p.2)

Sin embargo, no sólo se debe hablar de la producción masiva que existe en el país, sino también hay que enfocar la mirada en el consumo interno, ya que, este aumentó desde el crecimiento de la industria, convirtiéndose en uno de los alimentos diarios de los colombianos. (MACHADO A. P 96) Es así como el café es un producto que acompaña en la rutina de las personas. Se establece una distinción entre la exportación y el consumo interno del café dentro del país, lo que representa la forma como hace parte de la vida cotidiana de los colombianos. Se podría apreciar que, durante el crecimiento de la industria agrícola, fue creciendo a su vez la cultura cafetera en el país, por esta razón, se puede afirmar que esta bebida se volvió parte de los colombianos hasta el punto de ser un consumo diario, de esta forma se resalta la importancia en la identidad y hábitos en la población.

El café hace parte de la rutina de las personas, ya que, es un producto altamente consumido, según el artículo de Livelihoods Funds "Se calcula que los consumidores beben 2.600 millones de tazas de café, cada día en todo el mundo" (Livelihoods Funds, 2021) lo que hace al café la bebida más consumida después del agua. Así pues, es una bebida que es constante con importancia social y que ocupa un espacio en la rutina de los colombianos. Pero, así cómo se toma el café constantemente, existen muchas metodologías y formas de disfrutar de esta bebida con sus preparaciones. Al ser un producto con importante en las mesas de las personas, se podría decir que no puede faltar, con parecido a la importancia que tiene el agua, pero en este caso la bebida más consumida del mundo es el café, la cual se puede preparar o presentar de diferentes maneras. Gracias a la diversidad cultural, tradicional, los momentos del día que se consume y los motivos de tomarlo.

Muchos lo toman por el simple placer de disfrutar del café, sin embargo, también es el polo a tierra que ayuda a la concentración para algunos. Para otros, es simplemente costumbre o rutina que les ayuda a despertar, pues el

café es una bebida revitalizante con un buen sabor que les ayuda a conseguir esa energía que buscan para activarse durante todo el día. (Arévalo y Charria, 2020, p. 33)

Con relación a la cita anterior, el café es una de las bebidas más populares en el mundo, donde su consumo responde a diferentes motivaciones. Donde algunas personas lo toman por placer, disfrutan de su sabor, otras lo toman como parte de su trabajo o productividad y unas pocas lo pueden beber por descanso o compartir. Sin embargo, la mayor motivación referente al café es la energía que se da y la rutina que existe cuando se bebe, que suele ser en las mañanas. (Comunicación personal, 2025)

Por ello, es importante entender el significado de la rutina cómo la acción que “contiene la repetición, y la materia de lo cotidiano edifica lo mismo para que, poco a poco, lo mismo sea más hondo y se pueda percibir esa línea de sombra que detalla una escisión misteriosa”. (Díez, L. 2017. p.321) Según Díez, se parte de lo cotidiano y como las acciones recurrentes son recibidas en la realidad de los actores que lo realizan, los cuales son aquellos que repiten estas acciones en su día. Entonces, la cita quiere decir que esta repetición en el día a día de la persona toma un significado con mayor profundidad para su comprensión en lo cotidiano. Con relación al café, la rutina con este producto no sólo se encuentra en consumirlo, sino que, al estar presente en diferentes momentos del día y beberlo repetidamente en ciertos rituales de las personas, llega a significar algo más que sólo tomar café.

Una taza de café, dentro de la rutina de la persona, puede representar diferentes sensaciones al momento de tomarla, como darle energía en la mañana, ayudar a dormir, tomar después de comer o para simplemente recibir las visitas, cada persona desde sus raíces le da el espacio a su producto. Además de tener esta variedad de motivos para tomarlos, el producto del café está unido a su forma de ingerirlo, donde en algunas partes del mundo y territorios se ofrece con pequeños detalles que hacen la diferencia. Por ejemplo, los italianos beben el espresso con azúcar, los mexicanos lo beben con canela. En Bogotá se acostumbra por cortesía a ofrecer un tinto a las visitas a cualquier hora del día y en el campo el café se endulza con un poco de panela (Mariel, D y Noel, N. 2010 p 55). Esto demuestra que tanto en lo urbano como en lo rural y en las diferentes zonas del mundo y de Colombia, cada bebida

puede tomarse de manera diferentes, con la misma esencia del café y el querer compartir. Donde se refleja su forma de preparación y consumo varía según la región.

Además, con relación a los rituales y las formas específicas de preparación de la bebida, como se nombró anteriormente, existen también lugares determinados para compartir el café, cada uno de ellos muestra sus virtudes y razones para atraer a sus clientes. Los Cafés, como espacios de preparación y concentración de personas, pueden representar detalles singulares que una en conjunto a los consumidores que lo habitúan. Como lo es explicado en:

¡Todo depende del café! Cada establecimiento tiene sus propias características. Los precios, las bebidas que sirven, la música y la decoración son criterios de selección. Uno no va a un café cualquiera. En realidad, lo que determina la decisión son los factores de identificación. Uno tiende a frecuentar los cafés que se le parecen. De hecho, la mezcla social está limitada por esos criterios. Aunque es cierto que son lugares abiertos al público en general, no todo el mundo acude al mismo café. (Bardon, 2023)

Estos factores diferenciales de las cafeterías son importantes ya que destaca que la elección del café no está aleatoria, lo cual depende de la diversidad de ambientes y especialidades del lugar. Donde a su vez las personas que eligen es sitio, lo hacen con relación a su identidad y preferencias.

Para este caso, la investigación se plantea ciudad de Bogotá, con relación a los sitios donde concurre la relación de personas y se comparte el café para consumir. Ya que, estos sitios tienen sus propias características y crean un espacio único para sus clientes, donde no sólo se centra en servir un buen café, sino que a su vez todo lo que rodea dentro de él, incluyendo a las personas que ingresan. Esto último reafirma lo dicho más arriba, donde las personas escogen el lugar y el producto con base a su gusto e identidad, donde hay tener en cuenta que existen diferentes grupos sociales, que dependiendo de sus características eligen el lugar, por ejemplo, las primeras cafeterías “eran focos de inteligencia y de genio y lugares de origen de importantes”. (König. 2002. p.8) Es así como la cita sugiere que ciertos espacios han servido como centros de encuentro, ya sea artistas, políticos, jóvenes o intelectuales. En estos lugares se pudieron generar ideas de creatividad y

transformación. Siendo así, los cafés literarios han sido foco de conocimiento e intercambio social.

Además, en estos sitios, las características que los representan con sus preparaciones que se realizan junto al café, tienen una amplia diversidad de estilos, donde se escogen según los gustos y momentos del día para disfrutar de la bebida. Algunas preparaciones pueden ser el moka, espresso, café cortado, café con leche, capuchino, americano, carajillo, turco, irlandés, entre otros (Mariel, D y Noel, N. 2010 p 49) En paralelo a estas preparaciones especializadas, a su vez existen practicas populares, con ejemplos más cercanos a las personas en cómo tienen su rutina con el café y preparan la bebida. Entre las costumbres populares es común en las casas que ofrezcan primero que todo un tinto, a diferencia de cualquier otra preparación, donde se contrasta lo ya presentado y acostumbrado en la preparación dentro de un Café.

Estas preparaciones hacen parte de la cultura, donde se resaltó lo unido que está el café a los colombianos. Sin embargo, hay un significado que se debe abordar, es el de “cultura popular”, en cual aquí se tomará como la cultura que es hecha por las personas para ellos mismos. Es importante resaltar que, algunos investigadores y expertos han hablado del tema donde se refieren a la cultura popular con las rutinas sociales, donde caracteriza la existencia de una línea que divide y relaciona a la población por medio de la cultura. (Storey, 2002, p 20) Con el tema del café, es importante e interesante relacionarlo, ya que, el producto se puede ver en ambos lados de esta línea que separa a la sociedad. Tal como, en las preparaciones con el café que se tienen como el tinto que se ofrece en las rutinas de los hogares o las diversas preparaciones especializadas que se preparan en los cafés. Ya sea en un lado u otro, el café como producto se encuentra en los dos sitios y no responde a un lugar específico o división social. O sea que, sin importar su valor añadido y su forma de servir, el café sigue siendo parte de la cultura y la sociedad.

El café hace parte de la cultura y esa variación e intercambio del producto es una forma de cómo se preserva la tradición, hace parte de la rutina de los colombianos. (König, 2002.P.9) Como los menciona König en su cita, el café no es simplemente una bebida, sino un producto fundamental y característico de la identidad cultural de Colombia, es así como por el paso del tiempo ya sea por ritual o tradición se pasan estas costumbres.

Es así como, este trabajo va a analizar cómo las prácticas culturales populares en torno al consumo del café en Bogotá reflejan las transformaciones sociales y económicas de la ciudad y contribuyen a la construcción de la identidad cultural local a partir de las relaciones entre personas se generen los espacios de intercambio de experiencias y construcción de significados, como lo explica Monje es su escrito Los Cafés de Bogotá hay “reuniones sociales, de intercambios, de interacciones. La sociabilidad es nuestro punto de mira. La sociabilidad, es más que temas para la conversación, exige individuos, alteridades” (2011). Con la cita, se puede ver que en estos lugares de consumo del café existe una sociabilidad entre individuos, los cuales se reconocen y se aceptan, lo que lograría el proceso de interacción y construcción de relaciones.

En experiencia personal, la relación con el café en entornos académicos y sociales generó en mí la necesidad de analizar práctica común de compartir un café, el cual hace parte de la cultura del país, con personas y a su vez intercambiar información entre sí, donde mi enfoque está en la tendencia de pedir este producto y sin importar el momento del día que sea se genera la interacción, es decir, el tinto es el punto de partida para que surjan dinámicas referentes a distintos temas de conversación.

Estos momentos surgen cotidianamente en la sociedad, ya sea cultura o rutina y se presentan para realizar un intercambio de experiencias que están dentro de las memorias de cada individuo. Desde el ámbito investigativo, surge la intención de visibilizar estas prácticas culturales y presentar cómo este producto conecta a la sociedad gracias a su consumo cotidiano y a la identidad que refleja en el país, así trae al análisis las memorias desde el primer café que las personas han probado, hasta evidenciar el proceso que tiene producir una taza de café, lo que cuál genera una conexión del tinto con el individuo.

Proveniente de una ciudad del eje cafetero, donde los cultivos de café son habituales en el paisaje y el café es común consumirlo. Como investigador esta bebida ha estado presente en varios momentos de mi vida, el cual es un producto que ha estado presente en varios proyectos, ya que, hace parte de algo que denomino La Tertulia, la cual es un sitio web con enfoque periodístico donde se publican noticias y contenido que prevé como objetivo ser compartido y dialogado en

espacios sociales, como cafeterías, conlleven la relación personas, las cuales pueden tener de por medio un tinto.

En el tiempo que he estado en Bogotá, el café se volvió esencial en la universidad para acompañar salidas con mis amigos, en las mañanas frías que llegaba a clase y en momentos de reflexión con alguien cercano. Ya no era una bebida que tomaba de vez en cuando en mi casa, sino un producto que casi diario consumía en otros espacios. Gracias a experiencias cotidianas y académicas, la relación con el producto para la investigación se ha dado en medio de conversaciones de las personas que comparten. A su vez, desde la experiencia en la universidad, se tuvo la oportunidad de visitar a cafeticultores de Tena, Cundinamarca, para conocer el proceso del cultivo del café hasta su tostado y venta al público. Gracias a todo este recorrido, parte la idea de investigación y la razón fundamental que tiene como importancias estas prácticas sean analizadas y reconocidas.

Este proyecto de investigación-creación surge del interés del investigador por reconocer las dinámicas cotidianas del café como espacios de intercambio y construcción de comunidad, por medio del semillero de investigación Mospejo Cultural que tiene como objetivo “analizar la cultura popular y su influencia en la representación de identidades en diversos contextos, con el fin de desarrollar instrumentos y estrategias” (Corporación Universitaria Minuto de Dios. 2022. p.2) con el fin de fomentar la comprensión de ideas y su interacción por medio del área de la comunicación. Para ello, se analizarán las prácticas culturales populares en Bogotá, enfocándose en los lugares de consumo de café frecuentados por el investigador. Se examinarán aspectos como la tradición y rutina del consumidor, la historia del producto y los instrumentos utilizados en diferentes contextos de tertulia y encuentro. Esta perspectiva permite una aproximación tanto desde la identidad individual como colectiva del investigador, integrando memorias familiares y los saberes de expertos y consumidores de café

A partir de esta exploración, se busca comprender cómo el consumo de café trasciende lo individual para convertirse en un espacio de interacción social y construcción simbólica. Las prácticas cotidianas asociadas a esta bebida no solo evocan memorias y tradiciones, sino que también reflejan dinámicas más amplias de la cultura popular en Bogotá. En este sentido, resulta fundamental indagar cómo estas

prácticas permiten interpretar la identidad cultural de la ciudad, lo que lleva a la siguiente pregunta de investigación ¿De qué manera las prácticas culturales populares en torno al consumo de café en Bogotá reflejan la identidad cultural local?

## **2. ANTECEDENTES Y REFERENTES DE CREACIÓN**

Para este proyecto de investigación creación se hizo un rastreo de 15 antecedentes y referentes relacionados con la pregunta problema, entorno para relacionar la información del objeto de estudio. De esta forma se identifican tres categorías para ser abordado: Historia y raíces del café en Colombia, Narrativas del café e Interacciones en el territorio.

En la primera categoría nombrada como Historia y raíces del café en Colombia se encuentra el proyecto Colombia y su Café: La Joya de la Corona en la Cultura y Economía del País del autor Pava publicado en OasisCom del año 2023, donde presenta el origen y evolución de la cultura cafetera en Colombia. Contextualiza la variedad, perfiles de sabor, implementos de cultivo y procesos innovadores de la industria. En este artículo se aportan hitos importantes de la producción del café desde la primera exportación en 1817 hasta la creación de la campaña de marketing “Juan Valdez”.

De tal manera, esto último acompaña el rol social que tiene el café en la población, donde presenta que no sólo es un cultivo de producción, sino que también, conlleva a un sentido de comunidad y hospitalidad que está arraigado a la cultura cafetera, ya que se presenta alrededor de momentos para compartir historias, experiencias y pensamientos que tienen de por medio una taza de café.

Como segundo proyecto de esta categoría, se encontró un artículo de investigación de la Universidad del Quindío publicado en el 2018 los autores Guzmán, Hernández y Chamarro, titulado Identidad y manifestaciones culturales del departamento del Quindío en el contexto del paisaje cultural cafetero de Colombia. En este presenta que, a lo largo de la historia cafetera, en la región del Quindío, se ha desarrollado la “Cultura Cafetera”, que incluye diversas manifestaciones culturales y artísticas, convirtiéndose en un atractivo turístico, nacional e internacional.

Es así como, este artículo busca registrar la identidad departamento Quindío y las manifestaciones culturales que lo definen, llevando el tema a tomar relevancia en las entidades del gobierno que trabajan políticas públicas enfocadas en el desarrollo

territorial, enfocado en los actores del sector cultural y turístico. Comparte cómo es el fortalecimiento de la identidad cultural a través de la preservación, divulgación y conservación, que contribuye al desarrollo económico y social de la zona de investigación.

Como tercer producto de esta categoría se encuentra el artículo de investigación e innovación titulado *Práctica social y cultural del campesinado cafetero en cuatro municipios de Caldas (Colombia)*, realizado por Sanabria en la ciudad de Manizales en el año 2017. Donde este consiste en una Investigación realizada en dos épocas importantes de la cosecha del café, como lo son la temporada fría y de recolecta. En esta investigación se estudió las relaciones de las familias cafeteras, donde se evaluó su identidad sociocultural en el trabajo de la planta de café y su cosecha. Es así como, por medio de la práctica social realizada en esta investigación se logra profundizar en los elementos significativos que representa, el proceso que conlleva y los simbolismos que rodea al trabajo familiar en la recolección del café.

El cuarto proyecto de esta primera categoría es titulado *El Café colombiano: un viaje a sus raíces*, realizado por Sarmiento en el año 2024 y publicado en *Señal Colombia*. Este producto presenta desde el inicio la importancia del café en Colombia y su reconocimiento a nivel mundial por su exportación en el mundo, lo que ubica al país en el mapa mundial. Este reportaje cuenta la forma de cómo pudo haber llegado la planta de café a Colombia desde hace más de 300. Donde incluye cómo comenzaron las primeras plantaciones y la relación que tuvo con la religión, donde se daba el caso en los fieles a ser encomendados a plantar esta semilla. Lo que dio como resultado una unión de la creencia con esta labor. Por último, presenta la cultura cafetera y la importancia del café en diferentes espacios sociales, donde incluye la tertulia y el gesto de hospitalidad al ofrecer una taza de café,

Como quinto y último proyecto de la categoría *Historia y raíces del café en Colombia*, está el programa *DeCafePodcast* creado en el 2019 con su episodio inaugural *La Historia del Café*, donde se centra su conversación alrededor del café, compartiéndolo y hablando sobre él, se da explicación de herramientas y trabajo en el campo para el cultivo. En el capítulo se habla de cómo se expandió el producto en el mundo por medio del intercambio oral y los espacios para compartir. De esta forma se fue adoptando la tradición e identidad entre las diferentes culturas en el

mundo. El canal está grabado en dos idiomas y habla sobre las actividades, áreas profesionales, tipos de café, invitados expertos y más, pero siempre en relación con la bebida y lo que se transmite.

Los proyectos antes mencionados fueron agrupados en esta categoría por su aporte de hechos históricos del café en Colombia, por su cercanía en los procesos trabajo y por su identidad cultural en el manejo del producto aplicado en el espacio, donde se incluyen las regiones donde se aplicaron estas investigaciones: Quindío y Caldas, para observar su proceso e identidad con el territorio.

Se identifica el aporte de actores sociales relacionados con el tema, donde por un lado están las familias caficulturas en cargadas de los primeros procesos con café, luego observar la relación de la identidad cafetera con los baristas en sus negocios y experiencia al cliente, también ver los formatos, como Podcast, que comparten el gusto por el producto y hablan sobre él.

Es así como, en esta categoría se vio la necesidad de agrupar productos que se hayan desarrollado por medio de fechas importantes, muestren los procesos de producción en el territorio, cuenten la relación de actores, los significados al rededor del tema y maneras de hablar sobre un gusto que se identifica.

### **Narrativas del café**

En la segunda categoría nombrada Narrativas del café, está la obra de teatro ¿Otro Café? Realizado por el director Ruge, presentado en el Teatro Casa Kilele en el año 2022. Esta historia presenta a una pareja en medio un conflicto entre sus hijos, motivo el cual los reúne para resolverlo, pero la reunión expone sus propios problemas como la falta de comunicación, adicción al trabajo, infidelidades y resentimientos. Es así como por medio de la comida comedia y tensiones del conflicto de la conversación, se maneja el tema mientras toman muchas tazas de café que acompaña la situación.

El segundo proyecto de la segunda categoría es El oro negro de Colombia Documental de café colombiano realizado por el autor Geffen en año 2024 encontrado en YouTube. Este documental recorre varias fincas del eje cafetero y enseña el trabajo del cultivo de café. Presenta toda la labor campesina y familiar que existe detrás de una taza, a su vez que enseña el paisaje donde se trabaja, es decir las montañas del eje cafetero. Además, presenta la planta cultivada como

productora y parte de la cultura, la cual en su significado y representación se encuentra en espacios como el Parque del Café o el turismo en los pueblos tradicionales como Salento.

Como tercer proyecto para esta categoría está el corto documental elaborado en el 2024 y nombrado El Café por su autor Castellano y publicado por la Universidad Jorge Tadeo Lozano. En este producto es apoyado por la Federación Nacional de Cafeteros, donde el narrador trae anécdotas por medio del café, donde menciona tradiciones asociadas al café como convoca a un lugar de tertulia y encuentros, ya que, deja en claro que es una bebida global que se disfruta en diferentes momentos y comparte con compañía.

El cuarto proyecto para la segunda categoría se llama Hablemos de café, es una página web creada en el año 2024 por Lara, Ramírez, Rodríguez y Zarate. En su contenido se presentan entrevistas de expertos, informes sobre como prepara una taza de café, con su variedad de herramientas, además, gracias a su trabajo de campo, el equipo incluye los entornos relacionados con esta bebida para darlos a conocer con sus especialidades como Café, a su vez que la identidad se comparte.

Como ultimo producto de la categoría Narrativas del café, se trae la entrevista realizada por Peláez publicada en Sietefotografos en el 2016, en la cual se formulan 4 preguntas a un barista sobre su labor, el significado que lleva con el café y su intensidad durante la preparación. Por medio de las respuestas expresa la pasión por su profesión, donde el contacto con los clientes es de las cosas que más disfruta, en especial cuando percibe la satisfacción con el producto. Se aclara que el barista no sólo prepara café, sino que, a su vez busca vender y compartir una experiencia única, donde por medio del proceso da detalle de lo que hace, contando la historia del producto que se va a tomar y el proceso que lleva, con el fin de compartir el conocimiento para generar cultura.

Por la necesidad de identificar maneras de tratar el tema y adecuarlo a algún formato, se agruparon estos proyectos con el sentido de inspiración para el manejo de esta investigación. Los productos anteriores aportan relación del café con los actores involucrados, se puede observar la variedad con documentales, entrevista, obra de teatro, escritos y más.

La intención de la categoría está en conocer narrativas que funcionen al producto final de esta investigación y a su vez analizar cómo se trata el tema del café, ya que, puede ser el motivo principal o simplemente el canal que relaciona a los actores por medio del producto.

### **Interacciones en el territorio**

La última categoría nombrada Interacciones en el territorio, tiene como primer proyecto el artículo académico El café literario en Colombia: símbolo de la vanguardia en el siglo XX del autor Brigitte, publicado en la Universidad de los Andes Mérida de Venezuela en el año 2002. Este artículo contiene un estudio histórico del café literario, el cual es definido como un lugar de intercambio cultural, político, artístico y social, donde se agrupan las personas a tratar estos temas. Este producto agrupa la historia los cafés y la llegada de ellos a Colombia desde 1920.

Estos espacios son presentados como vanguardia cultural, definiéndose como forma de romper con lo viejo y luchar por lo nuevo. Presenta a Colombia como “El país cafetero sin café” donde la bebida no era producto principal de los colombianos. Sólo es hacia el año de 1900 que el café colombiano ya se había convertido en producto principal de cultivo. Al paso de los años se fueron creando lugares “parecidos” a los cafés europeos.

El segundo producto de esta última categoría es una monografía titulada Sabores Locales por Acosta y publicada en el año 2018. En esta se cuestiona ¿Cómo narrar desde el periodismo gastronómico la historia de la comida criolla que se come en Bogotá? Donde parte de la identidad de la población hasta su tradición popular en lo que consume. La investigación tuvo como objetivo realizar un podcast que retrata la historia de los platos típicos bogotanos, donde identifica su origen e identificar los lugares provenientes para caracterizaos.

Como tercer antecedente el Ministerio de Cultura realizó un documental llamado Biodiversidad, comida e identidad en el pacífico colombiano, publicado en el 2019, el cual es una reflexión sobre la riqueza cultural y gastronómica de Buenaventura, donde destaca su identidad vinculada a la región mencionando sus raíces familiares. Buenaventura se presenta como un crisol de culturas, donde convergen tradiciones culinarias de distintas poblaciones y enriquece su gastronomía. Aquí se pueden ver

sus platos típicos, que incluyen comida de mar y productos locales, reflejan la diversidad culinaria de la zona y sus procesos en cocina.

El cuarto antecedente de la última categoría se titula Caribe cafetero: Cultura y tradición indígena por Orozco y Espitaleta del año 2017, esta monografía pretende visibilizar, por medio de un audiovisual, las prácticas de la comunidad indígena Kankuamo que desea ganar reconocimiento ante la sociedad. Por medio de planos fijos y comunicación oral fortalece la construcción de memoria cultural, donde con la tradición del café, la tesis se enfoca en la producción por parte de los indígenas, los cuales están ubicados en la Sierra Nevada de Santa Marta.

Como último antecedente de la categoría Interacciones en el territorio, realizada por Ospina en el año 2015 y presentado en la Universidad Eafit, la monografía se aplica en la región del Quindío y trabaja en relación con las tiendas de Café especializadas, las cuales han crecido gracias a gusto del cliente por el café y las experiencias que agrupan. El proyecto quiere conocer las preferencias de los consumidores, la relación de las tiendas con sus clientes y la motivación del consumo. En este se presenta por medio de estadística el crecimiento del consumo, las zonas con el conocimiento experto en el manejo del café y las inclinaciones del cliente utilizando su perspectiva. Gracias a estos resultados, los especialistas pueden usar los datos agrupados para el crecimiento de su negocio e interés de sus clientes. Por último, presenta la importancia que tiene el producto, donde la calidad de la bebida garantiza la relación entre los baristas, los productores y los consumidores, lo que llega a exponer la oferta cultural y tradicional dentro del departamento.

De los anteriores proyectos se identifica la necesidad de interacción que presenta el café en la sociedad, donde la importancia de esta categoría se encuentra en cómo se forman los espacios especializados en el producto, donde su atmosfera gira alrededor de él, incluyendo la bebida, la compañía, la experiencia, los temas de conversación y el ambiente del lugar.

Este espacio pone en conjunto la relación existente del territorio y los alimentos, en este caso el café, donde el objetivo es poder apreciar el contacto e influencia de un plato con su lugar de elaboración. Además, se incluye, gracias a los documentales, el detalle de los espacios culturales que atrae a persona a compartir su identidad.

Por medio de esta categoría se abarca la importancia que hay en el café con su tradición en la sociedad colombiana, la cual tiene un enfoque de la interacción que existe de un producto con los actores que lo comparten, los cuales aportan su perspectiva y significado con la bebida, el espacio que la acompaña y el intercambio comunicacional que existe en medio de ella. Este vínculo también aporta la posibilidad de evaluar el desarrollo que genera el café dentro de un negocio y las preferencias de un cliente para su gusto.

### **3. PROPÓSITO DEL EJERCICIO CREATIVO – OBJETIVOS**

#### **Objetivo general**

Analizar las prácticas culturales populares en torno al consumo de café en Bogotá y su relación con la construcción de identidad cultural local desde la experiencia cotidiana del comunicador social – periodista Miguel Cortes.

#### **Objetivos específicos**

1. Documentar las experiencias y dinámicas de consumo de café de Miguel Cortes en distintos espacios de Bogotá, identificando sus prácticas y rutinas cotidianas.
2. Analizar cómo estas experiencias individuales se relacionan con prácticas culturales populares más amplias en torno al consumo de café en la ciudad.
3. Explorar de qué manera estas prácticas reflejan y contribuyen a la construcción de identidad cultural local, integrando tanto la memoria personal del investigador como los relatos de otros consumidores.

### **4. IDEA DE CREACIÓN E IMPACTO**

La idea que se llevará a cabo es una revista gráfica con inspiración en foto reportaje, la cual estará disponible en físico en el semillero de Mospejo Cultural, para ser revisada y archivada como producto del proceso de investigación por medio del espacio. Este producto será narrado principalmente con fotografías que inspiren e ilustren la relación del café con personas de la ciudad de Bogotá alrededor de su

entorno. La revista estará dividida en tres capítulos donde cada uno presente donde aprendió a tomar café y recuerdos, con quienes suele tomar y en que espacios, por último, cómo suele prepararlo y acompañarlo. Cada capítulo consta de una serie de fotografías y frases que dan idea de lo que se muestra en la imagen, además de un corto párrafo explicativo al inicio de cada capítulo como contexto para el tema a tratar.

La idea inicial nace de la pasión y hobby de salir por las calles y tomar fotos del entorno el cual lo rodea, de este contenido lograr captar experiencias, paisajes, momentos y perspectivas. El primer objetivo era realizar una serie de fotografía por medio de un paseo por el centro de la ciudad donde estuviesen consumiendo café y compartiendo, simplemente identificar espacios cotidianos donde las personas toman tinto. En esta idea se obtendría un producto únicamente gráfico y con poco texto que acompañe, inspirado de fotógrafos profesionales donde en una imagen expresan más que con palabras.

La idea de producto se fue desarrollando con el contenido de investigación recopilado en este trabajo, pasando por líneas de tiempo y collage que agruparan las prácticas culturales al rededor del café. Se hizo un primer borrador de revista con el nombre “El cafetero”, esta contuvo ejemplos de distribución del contenido y las primeras fotografías que podrían servir de portada.

Los motivos que llevaron a elegir producto definitivo fue la división del trabajo de campo por medio de su análisis en tres de capítulos titulados Café desde casa, Café en sociedad y Café como intercambio, donde cada uno de ellos contextualiza el título que llevan. Además, se realizó una modificación al objetivo de cómo serían tomadas las fotos, ya que se debe cuidar los derechos de imagen de las personas, esto hace que no se puedan tomar fotos en aleatorio en la calle y mejor sea pedir los permisos. Con base a esto último, las fotografías se enfocaron a ser conceptuales evitando la vista de rostros e incomodidades, en el caso del capítulo de Café en sociedad.

Link de producto realizado: <https://heyzine.com/flip-book/29a185bb39.html>

## 5. RUTA EXPERIENCIAL

### 5.1 Diseño metodológico

El presente trabajo de investigación se desarrolla con enfoque histórico hermenéutico que “busca reconocer la diversidad, comprender la realidad; construir sentido a partir de la comprensión histórica del mundo simbólico; de allí el carácter fundamental de la participación y el conocimiento del contexto como condición para hacer la investigación” (Cifuentes, 2011, p 30), donde deja claro que debe existir una relación del autor del investigador con el campo de estudio, donde la información debe ser adquirida del contexto de los actores, sus particularidades, pensamientos, sentidos, intenciones, motivaciones y entre otros, lo que hace parte de su día a día. El investigador debe entrar a la realidad del sujeto, entenderla y adquirir conocimiento para su análisis.

Con respecto al método cualitativo, se puede definir como “la conjunción de ciertas técnicas de recolección, modelos analíticos normalmente inductivos y teorías que privilegian el significado de los actores, el investigador se involucra personalmente en el proceso de acopio, por ende, es parte del instrumento de recolección” (Sánchez, 2005, p 117). Según el autor el objetivo de la investigación cualitativa es establecer relaciones y los significados que están alrededor de objeto de estudio, donde se quiere conocer la realidad de los actores por medio de la experiencia y exploración su identidad.

Para llevar a cabo la investigación se emplearán tres técnicas las cuales tienen como objetivo el participar en el proceso como captadores de información de los actores, para luego poderlo analizar y comprender.

La primera técnica que se usará es la observación, la cual el investigador intenta acercarse lo más posible a los escenarios naturales en que se lleva a término la acción social. El observador participa, en mayor o menor grado, de las vivencias (experiencias y acciones cotidianas) de los sujetos a los que observa, interactúa con ellos, y puede contrastar lo que dicen con lo que hacen. De esta manera tiene acceso y puede conectar todos los aspectos o dimensiones a que rodean la vida social. (Penalva et al. 2015, p 58)

Con esta cita se puede evidenciar que la observación permite profundizar en el contexto, donde gracias a la participación del investigador, se puede lograr conocer las perspectivas de los actores y sus acciones, para si luego comparar la información recolectada. Este conocimiento adquirido parte de la experiencia y el tiempo que se comparte en el espacio, en la cual no se tiene una temporalidad en específico, lo que da a entender que el observador debe tomarse el tiempo de compartir y mantenerse en el espacio para obtener un mejor análisis.

Luego, como segundo método, se optará por realizar entrevistas, la cual tiene como objetivo “obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas. Siempre, participan –como mínimo- dos personas. Una de ellas adopta el rol de entrevistadora y la otra el de entrevistada, generándose entre ambas una interacción en torno a una temática de estudio” (Folgueiras, s.f,p 2). Con base al autor, el enfoque principal de la entrevista es la formulación de preguntas para conseguir información específica de hechos o experiencias que tenga en el entrevistado, con relación al tema que se trate.

Por último, se utilizará el diario de campo el cual es “Un instrumento de registro de información procesal que se asemeja a una versión particular del cuaderno de notas, pero con un espectro de utilización ampliado y organizado metódicamente respecto a la información que se desea obtener en cada uno de los reportes” (Valverde, s.f,p 309). Relacionado con lo que dice el autor, esta técnica está siempre en uso, donde se puede dejar anotado los detalles importantes que se deben tener en cuenta durante la investigación. El diario de campo tiene como ventaja poder estar siempre presente en los espacios, ya que, permite anotar durante el proceso de las herramientas anteriormente nombradas y así no perder ningún dato fundamental. Además, con relación al tema de este proyecto, el diario de campo puede ser utilizado en los espacios donde se comparte el café para registrar los temas hablados, el ambiente que lo rodea, las interacciones y demás aportes que sucedan en ese momento.

## **5.2 Fases**

## **A. Documental**

En la fase experimental se trabajaron cuatro etapas del proceso de investigación, las cuales cada una aportan contenido de desarrollo para este proyecto, estas son: construcción documental, experiencia, delimitación y creación. Cada agrupación de las anteriores etapas se ha realizado en diferentes momentos y no corresponden directamente a un orden continuo del proceso.

Para la primera etapa se retomó la lectura de Jesús Martín Barbero “Perder el objeto para ganar el proceso” y la explicación sobre las corrientes del funcionalismo, estructuralismo, posestructuralismo, estudios culturales y Latinoamérica, en la comunicación, lo cual ayudó a recordar las bases de la academia para fijar un camino para recorrer durante el proyecto.

Además, se tomaron y conversaron textos como “Sin garantías” de Stuart Hall, “La cultura obre en la sociedad de masas” de Richard Hoggart y “El corazón de los Estudios Culturales” de Grossberg Lawrence, los cuales aportaron la teoría para entender y sumergirse en cómo entender los estudios culturales. A su vez, para ampliar la mirada, también se trabajaron los autores Stuart Hall, Edward Thompson y Raymon Williams, que aportó a conocer otras perspectivas de cómo analizar la sociedad en base a su cultura.

## **B. Experimental**

Durante este proceso, a su vez, se tuvieron experiencias que complementaron las lecturas y ayudaron a guiar la idea de investigación para el proyecto. Se comenzó desde la perspectiva interna e individual, donde por medio de una carta al YO del futuro se redactó objetivos a cumplir, acompañados del presente y su contexto para alimentar lo que se quiere. La carta, aporta sentido propio, se puede analizar la perspectiva que se tiene hacia uno mismo, para luego ir buscando lo que gusta.

De esta forma, la siguiente experiencia fue hacer un listado extenso de cosas, lugares, comidas, entre otras, que prefiera, para luego en reunión elegir solamente cuatro de estas y dibujar cada una en una ficha. Esta actividad se centró en compartir estos dibujos e interpretar los de los demás, cada uno dio su opinión de lo que percibieron. Para terminar, cada uno escogió el que más lo identifica de los

cuatro papeles. En esta experiencia, quedó seleccionado el dibujo que representaba la comida. (Anexo 1)

A razón de este, se comenzó a explorar la cultura alrededor de la comida, donde el objetivo principal era definir un tema y comenzar a delimitarlo. Para este punto inicial se realizó una presentación que agrupó el tema de la comida y cómo está inmersa en la cultura, donde la idea de la actividad fue vender al semillero tres prácticas que evidenciara este contacto. (Anexo 2) De las ideas presentadas fue elegido El Café como tema de investigación. Para el proyecto era importante identificar los caminos que se podían tomar y de igual manera encontrar un centro para tratarlo, para ello se propuso una actividad de collage, donde la idea fue, por medio de imágenes, dejar plasmado todo lo relacionado con el Café, como lo es el campesino, barista, producto, métodos de preparación, tazas, hogar y más. Una experiencia que aportó a la visualización del objeto de estudio y las perspectivas que se tienen de él con las opiniones del semillero. (Anexo 3 y 4)

Con el semillero se realizó una actividad experiencial sobre el café, la idea fue conocer cómo los integrantes preparan su tinto y qué marcas toman, la actividad debía incluir la fotografía de lo que se estaba hablando, para relacionarlo en el contexto. Durante el ejercicio todos tomaron tinto y se guió la charla a las preguntas pre formulas, pero a la vez se dio la libertad de intercambiar más temas, pero sin salirse de foco principal. Se preguntó a cada uno sobre ¿a quién le recuerda cuando toman café? ¿dónde ha sido su café más lejano? Y ¿una anécdota que haya sucedido mientras toma café? La relación de las respuestas estuvo enfocada en la memoria, conocer detalles de la historia de cada uno y dar una vista al pasado. Los resultados fueron agrupados y analizados como base para la investigación. (anexo 5)

En campo, se buscó la visión de una barista profesional, el objetivo fue que por medio de una entrevista conocer ¿con qué ojos ve el café un especialista? Y ¿Qué significa para él tomar el producto? Con estas y más preguntas, se logró adquirir una fuente experta que para él la taza café un conjunto que encaja desde la siembra en campo hasta la experiencia que cuida el barista en la preparación, ya que, el producto no sólo es una bebida, sino que agrupa sensaciones, recuerdos y compañía.

Finalmente, como última experiencia, el objetivo se centró en compartir el café en diferentes espacios y personas, la idea era observar cómo transcurría el momento y se daban los temas de conversación por medio de un café. Para unos primeros acercamientos, se aprovecharon momentos espontáneos con amigos, cercanos a la familia y espacio laboral, de aquí se recolectar la conversación que se compartió, la comida que acompaña, anécdotas que surgían, sentimientos profundos y rutinas de algunos con el café. (Anexo 6 y 7)

### **c. Experiencial**

Para trabajar con la realidad y salir en busca de entrevistas, primero se tuvo que comprender culturalmente el punto donde de parte que encuentra la sociedad y cómo el café hace parte de la identidad colombiana. Se realizó una línea de tiempo con primera fecha del siglo XVIII donde se estima que llegó la planta de café, pasando luego a hitos importantes como la primera exportación en 1817 a Estados Unidos, la fundación de la Federación Nacional de Cafeteros y el registro de la marca Juan Valdez en USA, con su logo representativo del caficultor colombiano. Además, en este proceso se presentó la adopción del café como símbolo en país, ya sea por la selección Colombia o el reconocimiento por marca cafetera en el mundo. (Anexo 8)

Con esta información ya recopilada y una primera idea de producto, se diseñó el primer borrador de revista de reportaría grafica para hablar del proyecto de investigación sobre el café. Esta ilustración contiene la división de portada con el nombre “El Cafetero” y unas imágenes de apoyo como propuesta a futuro para su uso. También, se presentaba la idea de distribución de contenido, especialmente de las fotos y sus tamaños. Esta primera revista ayudó para comenzar a dimensionar el objetivo de la realización del producto de creación innovación. (Anexo 9 y 10)

En campo, se realizó una salida por el centro de Bogotá iniciando por la carrera séptima hasta llegar al Chorro de Quevedo, el objetivo fue realizar entrevistas cortas a diferentes personas que estuvieran bebiendo café alrededor de este camino. Se preguntó sobre la relación que tienen con el café, recuerdos que tengan con él, frecuencia con que lo toman, en que momentos y que café estaban consumiendo en ese momento. Se lograron respuesta de 20 personas con sus experiencias personales y un contexto con la realidad. (Anexo 11)

Luego, toda la información recopilada en entrevistas, diarios de campo, talleres y experiencias se agrupó en una matriz de análisis para organizar todo el contenido. Lo obtenido se distribuyó por preguntas, espacios, categorías de marco teórico, prácticas culturales y proceso de cómo se preparó el café que estaban tomando. (Anexo 12) Luego se dividió utilizando las categorías, con el sentido de armar los capítulos y los aportes que se utilizarían en la revista, a su vez que se relacionó con la realidad de las personas consultadas con la teoría de investigación, todo unido con la voz del propio autor. (Anexo 13 y 14)

Por último, con todo lo anterior estructurado, se construyó una revista de reportaría grafica dividida en tres capítulos, cada uno habla del café y la relación con las personas según el entorno, ritual y forma de prepararlo. Aquí por medio de fotografías se dejó evidencias las ideas explicadas y de manera de exposición poder relacionar la teoría con la realidad.

## **6. Marco Teórico**

A continuación, para el desarrollo teórico de este proyecto se presentarán algunos conceptos abarcados como cultura, cultura popular, identidad, comunicación y memoria, abordados por diferentes autores, expertos, libros y revistas publicadas con el objetivo de darle peso a lo desarrollado apoyándolo con un contexto de investigación para el objeto de estudio del café, su manejo practicas e relación con las personas.

Para esta investigación se debe plantear el concepto de Cultura, ya que, lleva por dentro la identidad gastronómica que idéntica a una sociedad, donde Szurmuk y Irwin entienden la cultura como “dimensión y expresión de la vida humana, mediante símbolos y artefactos; como el campo de producción, circulación y consumo de signos; y como una praxis que se articula en una teoría” (2009. p. 72) entendiéndose que se puede entender la realidad de las personas desde la cultura, donde son los significantes los cuales representan la realidad de esa sociedad. Este concepto aporta al proyecto en sentido de ver el café no sólo como producto, sino que a su vez tiene significado que lo hace estar relacionado y parte de una población, como lo es en el caso de Colombia. Además, la cultura mediante los símbolos y artefactos permite a las personas interactuar y compartir, donde el café cumple la función de

relacionar e intercambiar, no es un vínculo estático sino un intercambio constante con las otras realidades de las personas.

Asimismo, esta interacción antes nombrada entre las personas forja una relación entre aquellos individuos que comparten la misma realidad en la cual se encuentran, donde se tejen lazos sociales, explicado como “La cultura es el espacio de los movimientos simbólicos de grupos que tejen relaciones de poder”. (Szurmuk y Irwin. 2009 p.72) Con base a los autores, se entiende estos movimientos simbólicos como aquellas costumbres, rutinas, intercambios, acciones, representaciones, actividades, comidas y más que se comparten entre las diferentes personas. Lo cual explica que la cultura hace parte y es un espacio donde se comparten entre individuos símbolos en común, deja entre ver el tejido social formado por el intercambio entre sujetos en un entorno. Por último, los autores hablan del tejido social con referencia al poder, con el sentido de explicarse dentro de la cultura como acción de resistencia a procesos que busquen interceder en medio de la red que une, fuerza y protección con la identidad que los une.

La Cultura popular dentro de este proyecto se hace relevante usar porque se debe entender al café como símbolo que refleja tradiciones, ya que, como lo explica Hollows , este concepto “popular, según Hall, es más celebratorio y asigna a menudo una equivalencia entre cultura popular y cultura folklórica, algo tanto producido como consumido por “la gente””. (S.f. p 21) donde se puede entender que es un símbolo de tradición hechos desde las personas para la misma comunidad. De esta forma lo producido por la sociedad es apropiada, donde se adapta e instala significados relacionados, esto convierte al concepto en un espacio de expresión y de relación. El café, un producto altamente consumido interna y externamente del país, relaciona a la población con el mismo motivo de tomar el producto, sin importar el método de preparación, y se identifica con él.

Para entender más la apropiación de los símbolos creados por las personas, es importante abarcar el concepto de identidad y la manera como se relaciona con la sociedad para hacer la expresión propia. Cuche lleva a considerar a “la identidad como algo que se construye y reconstruye constantemente en los intercambios sociales”. (1966. p.110) Lo cual el autor explica que de igual manera cómo los símbolos están en constante movimiento y transformación, de tal forma la identidad

se comporta en las personas con relación a estos, donde todo parte de los intercambios sociales. Para el objeto de estudio de este proyecto, este concepto tiene relevancia porque se aclara cómo las personas se sienten identificadas con el café y se apropian de él para consumirlo en su cotidianidad.

Además, este concepto va de la mano de lo que piensa y siente el sujeto con relación al entorno en el que está, donde sus convicciones influyen en esa construcción o reconstrucción de los intercambios sociales donde la identidad los criterios “constituyen el objeto de representaciones mentales; es decir, de actos de percepción de apreciación; de conocimiento y de reconocimiento en los que sus sujetos involucran sus intereses y sus conjeturas”. (Bourdieu. S.f. p 315) Es decir, el autor afirma que este concepto va con las preferencias que tiene el individuo, donde desde sí encuentra representaciones como actos o cosas que lo hacen sentir parte de él y tener un interés de por medio.

Para analizar este intercambio entre los actores sociales, este proyecto quiso definir el concepto de comunicación como proceso de intercambio de la realidad social, donde Barbero explica que se debe “pensar los procesos de comunicación no desde las disciplinas, sino desde los problemas y las operaciones del intercambio social” (2012 p 80). El autor considera que se debe alejar de la teoría, para poder entrar a estudiar el proceso del intercambio y comprender mejor lo que se presenta, lo que quiere decir que no existe una teoría general para estudios de comunicación, sino que, son los procesos lo que exponen como se construyen las realidades sociales. Donde el café es considerado como canal de relación, lo que da la posibilidad de compartir diversas temáticas entre los individuos.

Explicar el concepto de comunicación de otra manera es tomarlo desde el contexto en el cual se realiza esta investigación, ya que, desde Latinoamérica es posible pensar que puedan existir muchos procesos de comunicación que sobre pasan lo nacional “desde la multiplicidad de las formas de protesta regional, local, ligadas a existencia negada pero viva de la heterogeneidad cultural”. (2012 p 81) Donde explica que gracias a la diversidad de realidades que existen en este territorio es difícil ver y hablar desde y para la comunicación desde una misma teoría y proceso, como es en el caso de la academia en otros territorios alejados. Por esta razón,

Barbero se enfoca en los procesos de cómo recorre el mensaje y se intercambien significados.

Dentro de este proyecto se habla de la memoria y los recuerdos conectados con el café, es importante traer este concepto para relacionar cómo ciertas acciones u objetos traer a la mente recuerdos del pasado, los cual Jelin explica que estas son “vivencias personales directas, con todas las mediaciones y mecanismos de los lazos sociales, de lo manifiesto y lo latente o invisible, de lo consciente y lo inconsciente” (2001, p 52) donde el autor explique que son experiencias que se conectan relacionando lo vivido con lo actual, lo que da la razón de cómo por medio de una taza de café la memoria puede transportar al sujeto a un lugar diferente al que se encuentra, también cómo el sabor puede traer momentos en específicos o personas con la cual estuvo compartiendo.

Además, dentro de la memoria se guardan, archivan y mantienen esas vivencias que en ocasiones se traen a flote en el presente, ya sea por una acción o interacción que haga referencia a dicho momento, de tal manera “en la medida en que son activadas por el sujeto, en que son motorizadas en acciones orientadas a dar sentido al pasado, interpretándolo y trayéndolo al escenario del drama presente, esas evocaciones cobran centralidad en el proceso de interacción social.” (Jelin. 2001 p 56) Donde el autor se refiere que estas memorias del pasado vuelven y toman sentido en el momento que mantienen presenten en la memoria y los sucesos. Además, incluye la interacción social en la acción de traer las experiencias, donde se puede relacionar con el tema de investigación y la relación que puede tener el café alrededor de un recuerdo y qué sentido tiene este recuerdo gracias a esa bebida que se está consumiendo.

Con relación a todos los términos explicados anteriormente para realizar esta investigación, se presenta como último concepto y dar cierre a este conjunto teórico con base a las actividades de estudio. Los autores Itchart y Donatí hablan sobre las prácticas culturales como “una idea de proceso, de acción que constantemente cambia para resignificarse en su relación con el tiempo y el espacio”. (2014, p.18) los cuales hacen referencia a la relación que existe entre el individuo y su entorno donde se encuentra, los autores explican que constantemente las ideas están en constante cambio y se relacionan con el contexto en el que se encuentran, donde

dan a entender que las acciones, costumbres y rituales se están resignificando acorde como el contexto ha evolucionado.

Los autores Itchart y Donatí amplían las prácticas culturales desde una perspectiva para poder interpretar de mejor manera el concepto, ya que “hablan más de nuestra vida cotidiana que del panteón de los consagrados de cualquier museo de arte” (2014, p.18). Con esto refiriéndose de como las prácticas culturales hacen parte de la vida de las personas, donde constantemente son acciones realizadas y pueden ser observadas de forma frecuente, donde sin la necesidad de explicar su significado expresan su identidad.

## 7. Análisis y conclusiones

Por medio de entrevistas, diarios de campo y talleres, se recopiló las memorias y prácticas culturales de las personas alrededor de una taza de café, esta información se sistematizo en un matriz con el objetivo de ser analizada y luego sintetizada en tres practicas relacionadas con el café, la primera tiene que ver con la familia y raíces donde se explica cómo esta bebida se integra entre las rutinas del día unida a los recuerdos de tradiciones al café denominando al capítulo **Café desde casa**. El segundo capítulo denominado **Café en sociedad**, trata de la compañía y los momentos que surgen en medio de un café, donde se puede observar la variedad de temas que se pueden tratar a su vez de las compañías que están en ese espacio. Por último, tratar las preparaciones, uso y producción de café dentro de las practicas culturas alrededor de las rutinas de las personas para denominar este capítulo **Café como intercambio**.

### **Café desde casa**

Tomar café es común en la sociedad, pero sin importar el momento en el que se encuentre esa persona siempre está ligada a sus recuerdos y cultura, porque en la memoria están, como lo explica Jelin, los “saberes, creencias, patrones de comportamiento, sentimientos y emociones que son transmitidos y recibidos en la interacción social, en los procesos de socialización y en las prácticas culturales de un grupo” (2012. P. 52). La memoria guarda todas estas experiencias que se llegan a relacionar con acciones del presente trayendo así el recuerdo vivido, en este caso, al tomar café se puede conectar con momentos o personas los cuales se comparte

un recuerdo, para Romero al tomar tinto llega a su mente su abuelita porque “a ella le encantaba el tinto, en la casa siempre olía a tinto de olla”. (Angela Romero, comunicación personal, 2025)

Desde una carga emocional, se puede evidenciar que el café lleva el recuerdo de la abuela por el gusto que tenía hacia él y el olor particular de su casa, ya que constantemente lo consumía, estos sentires refuerzan en la memoria de Romero la relación del producto con la persona demostrando la interacción social que existió en su momento con el espacio compartido, donde desde la emoción se mantiene el recuerdo.

Además, se podría inferir que, al ser una figura a seguir y mayor a ella, por ser un familiar cercano, haya adoptado el consumo de café por repetir sus acciones. De esta forma se podría marcar de una mejor manera el sentimiento por medio del café. Como lo es en el caso de Puerto, la cual tiene marcada en su memoria cómo y cuándo fue la primera vez que probó el café estando en la casa de la abuela con tan solo 9 años.

Porque a todo mundo le daban tinto y a mí no, porque decía que eso era malo para los niños y nunca me daba. Entonces ese día estuvo toda la familia y mi abuela hizo tinto para todos. Con la esperanza que me dijera que no, le dije si me regalaba un poquito. Cuando la veo, ella fue llegando con el posillito. Tengo la imagen en mi cabeza de mi abuela saliendo de la cocina, pasando por las escaleras con su posillito llevándome el tinto. (Puerto, comunicación personal, 2025)

Lo que sería algo único para guardar en la memoria, inicia fuertemente por un sentimiento de frustración por el hecho que a todos les dan tinto menos a una persona, pero se puede inferir que a partir de este sentir marcó a un más el significado de probar por primera vez el café, ya que, al creer que no le iban a dar, la reacción de sorpresa fue mayor para el recuerdo. Al hablar de memorias se deben incluir tanto cosas buenas como malas, ya que, hacen parte de esa persona, para hablar de memorias Jelin explica que “involucra referirse a recuerdos y olvidos, narrativas y actos, silencios y gestos. Hay en juego saberes, pero también hay emociones. Y hay también huecos y fracturas”. (2012. P. 51)

El recuerdo del primer café donde está marcado por su significado de ser la primera vez tuvo más peso por la acción que cambió y dio la oportunidad de probarlo, una anécdota que hoy tiene un lindo recuerdo de la abuela sirviendo el tinto, pero que a la vez llevaba la frustración de no haber sido tomada en cuenta desde un principio para compartir la bebida. A estos sentires, dentro de las memorias el café no es el actor principal, pero hace parte de un recuerdo, experiencia, anécdota, espacio e individuo que ha marcado la vida de la persona que lo cuenta.

A su vez, en relación de los relatos antes contados, se puede agrupar dentro un conjunto de las abuelas el hecho de recordar por medio del café, posiblemente a una persona mayor sirviéndolo y compartiendo su espacio con los otros, pero en común, existe esa constante en la casa de la abuela como el espacio donde se ha compartido el gusto por el tinto, donde son ellas las que más lo consumen y dejan momentos para recordar, con sensaciones como el olor que transportan a la persona directamente a su casa, así le ha sucedido a Meléndez que el café la lleva a “la casa de mi abuela donde siempre había una cafetera prendida con tinto fresco a cualquier hora del día”. (Mónica Meléndez, comunicación personal, 2025)

En los referentes anteriores se ha mencionado que cuando era pequeños no les permitían tomar café, como es en el caso de Puerto, ya que, para la abuela por motivos de salud y creencia no se le debe dar café oscuro a los niños. Lo más cercano para consumir café, en algunos hogares, es mezclarlo con algún producto para suavizar la bebida, como fue en la niñez de Meléndez donde también opina que “a los niños en Colombia le inculcan el cafecito con leche desde pequeños. Entonces creo que lo tomaba en las onces, el desayuno, el café con pan. Ya el tinto el tinto en la Universidad”. (Mónica Meléndez, comunicación personal, 2025)

Desde una postura medica se sabe que el alto consumo de café en edades tempranas puede generar un efecto en los niños como acelerarlos. Sin embargo, relacionándolo con la anécdota de Meléndez y Puerto, existe una conexión con la cultura la cual puede tener incluido la creencia del café como algo malo para los menores, ya que se debe recordar que la cultura se “puede entenderse como dimensión y expresión de la vida humana, mediante símbolos y artefactos; como el campo de producción, circulación y consumo de signos” (Szurmuk y Irwin 2009. p. 72) Donde los autores explican que dentro de la cultura existe la creación y consumo

de significados al rededor del entorno en el que se encuentra las personas, donde se entiende que la cultura es una expresión que hace parte de la vida y se puede analizar desde diferentes posiciones como el conocimiento empírico recolectado y lo que va unido a la persona como el lugar donde proviene.

Con relación al tema de investigación, lo último nombrado sobre el lugar de nacimiento de la persona es fundamental tenerlo en cuenta, porque da la posibilidad de comenzar a tejer la relación que puede existir entre personas y así identificar su perspectiva. Donde en el caso de Meléndez y Puerto al originarias de Bogotá, se podría llegar a encontrar un vínculo desde su cultura.

Para confrontar las perspectivas que existen desde la procedencia de la persona, Lina Ayala desde su recuerdo, toma café desde muy pequeña gracias a su familia, ya que “mis papás son del Tolima y es un pueblo super cafetero” (comunicación personal, 2025) Dando a entender que el café siempre ha estado presente en su vida y de igual forma lo ha consumido, donde ella tiene una postura firme en relación con el café para los pequeños, explica que

El café si tiene un poco de estigmas y la gente cree que el café es malo y no les dan café a los niños porque piensan que los alborotan y no. No sé a qué edad, no me acuerdo, tampoco era un bebé, pero tampoco estaba en la universidad, pero si siempre era un tinto, mi abuelita con un pedacito de chocolate y ahí me enamoré, yo tomo tinto. (Lina Ayala, comunicación personal, 2025)

La bebida siempre ha estado presente en su vida, desde pequeña lo ha consumido y desde su familia adoptó el gusto por el producto, el cual no puede faltar en su lista de mercado para el mes, declarándose 100% cafetera. (Lina Ayala, comunicación personal, 2025) Puede, como ya se mencionó, que el café desde una edad muy temprana generó efectos en los pequeños, pero eso no quiere decir que sea malo para la salud de los niños. Se puede identificar que dependiendo de la casa, familia o raíces varia la costumbre de cómo ofrecer el primer tinto para el niño, ya sea con creencias o por la rutina del entorno.

Retomando el concepto de memoria para ver y preguntar dónde fue el primer tinto que probó, lleva a indagar el recuerdo y el sitio de ese momento. En su mayoría,

durante este recorrido, la constante respuesta está vinculada a un entorno familiar y de casa, lo que vincula estos sitios con sus raíces donde se aprendió a consumir café sin importar su tipo de preparación. Para que esto suceda, desde la teoría de la cultura se debe tener en cuenta que “es el objeto del conocimiento empírico; y la cultura, como diferencia cultural, es lo conocible que con autoridad sirve a la construcción de los sistemas de identificación cultural” (Szurmuk y Irwin 2009. p. 72) Donde en la persona ha hecho parte de su vida el gusto del café desde casa, porque allí fue presentado y la práctica cotidiana hace que lo haga parte de sí mismo, ya que, aprendió por medio de la experiencia y replica con sus familiares.

Con este sentido, el primer tinto para varias personas fue en su casa o la de los abuelos siendo uno de los recuerdos más marcados al momento de tomar café. Además, se tiene en cuenta el proceso de la preparación y cómo algunos de sus abuelos manejaban la leña para preparar el tinto campesino del día, uno de sus favoritos. (Amonte, comunicación personal, 2025) Sin embargo, por el pasar de los años al crecer, las nuevas rutinas adquiridas y descubrimiento de nuevos gustos, la práctica en la preparación del café y gusto por él puede variar, ya que, por lo nuevo acostumbrado resignifica la relación del tiempo y el espacio en que se encuentra la persona en ese momento, diferencia la rutina de pequeño a cómo es actualmente, (Itchart y Donatí 2014, p.18) las prácticas culturales están en proceso de constante cambio.

Es necesario partir de la raíz de la proveniencia de la rutina del café y la adopción por el gusto, como ya se ha ido nombrando a lo largo de este trabajo. Hablar de la representación del café para Colombia es sinónimo de su cultura y trabajo en la cosecha de este producto, donde gracias al manejo del grano se adoptó su consumo en los hogares colombianos partiendo desde la tradición en el campo, como, por ejemplo, doña Rosa en su niñez cuando jugaba dentro de los cafetales y probaba el café.

Yo me críe en un cafetal. A mí me recuerda a mi niñez, porque me críe en una finca llena de café y pequeñita me iba cogía las pepas bien maduras, porque yo sabía cuáles eran las maduras que estaban debajo de la hermana, con mi hermana y chupe la dulce amiba ese café. Allá mi papá llevaba una pareja a recoger el café y nos decía que no chupen esa amiba de ese café que eso les

hace daño, salían hasta gusanos en esas pepas salen gusanos. (Rosa Buitrago, comunicación personal, 2025)

Apreciando que desde pequeñas han estado en contando con el café, recuerdan alrededor de él y sienten con él, ya que no sólo son experiencias sino también su unión con su padre y sus hermanos, una carga de sentimientos que se suma a los recuerdos de ella.

Las abuelas llevan estos recuerdos en su vida y los transmiten con sus generaciones futuras como hijos o nietos. En este capítulo se ha logrado apreciar los recuerdos que se pueden dar por medio de un tinto y que relacionan con este producto, ya sea la primera vez que lo consumieron o directamente el sitio dónde lo probaron. Con este sentido identificar proveniencia y la atracción por el café, donde se puede afirmar que una buena parte de las personas lo relacionan con su casa y con sus abuelos, los cuales son los que cargan con los sentires de su niñez compartiendo por medio del café. Por último, importante incluir la pregunta ¿dónde aprendió a tomar café? Ya sea su casa, familia, abuelos y más, pero principalmente la respuesta puede estar desde un vínculo cercano que lo ha compartido y dado la compañía para así adquirir en sí mismo parte de su rutina.

### **Café en sociedad**

Un tinto se puede adecuar a cualquier entorno, ya sea en la casa, en el trabajo, en el estudio o simplemente en la esquina de la cuadra para calmar el frío. En la rutina de las personas es la primera bebida del día para activarse, para otros es el compartir después del almuerzo o es la canal para estar con alguien y conversar de temas varios, un producto versátil que, sin depender del contexto, se puede adecuar a donde se encuentre la persona.

Asimismo, se presenta la rutina del sujeto de salir a tomar un café, platicar y compartir con diferentes personas, Meléndez tiene su ejemplo donde suele estar en compañía con cercanos al beber café para “verse con las amigas a echar chisme”. (Mónica Meléndez, comunicación personal, 2025) Viéndose aquí un proceso de intercambio de amistad por medio de un café, donde se puede dialogar y es la excusa perfecta para compartir con alguien. Esto es un proceso distinto que invita a

la comunicación y se presenta para ser analizada desde un punto de vista de cómo un producto de los colombianos genera espacios de intercambio.

Con lo anterior, se puede retomar desde Barbero que en la comunicación en Latino América no existe un proceso único para su estudio, donde las realidades moldean el sentido de cómo se expresan entre individuos ya sea por conflictos, regiones, protesta, entre otras, dado que existe una diversidad cultural que no se puede abarcar de la misma forma. (2012 p 81) El café, para esta explicación, aparece como intermediario para la comunicación, el cual es un proceso distinto a otros ya conocidos, pero como ya se ha dicho, no existe un método único para que se dé este intercambio entre personas.

Al relacionar el concepto de Barbero con la anécdota de Meléndez se da un ejemplo de la rutina que presenta el café en su entorno, el cual sirve como excusa para salir y conversar mientras se toma un café. Este proceso consiste en la costumbre de beber café con amigos, compañeros y familiares, donde se tratan temas diversos, ya sean personales, políticos, negocios, experiencias u ocurrencias entre los mismos del grupo, ya que, a su vez que se toman un tinto charlan un tema de interés en común. Por ejemplo, dentro de un grupo de amigos, mientras toman tinto por el frío, se dio la conversación sobre la física y la relación con sus carreras de estudio, como se escribió en el diario de campo, donde

Alejandro y Luis estudian ingenierías, donde Alejandro específicamente le apasiona la física y contó varios temas de clase. La conversación se guio al interés de ellos por los átomos y cómo la energía nuclear es el futuro, ya que es una fuente limpia y sana para el medio ambiente, siempre y cuando se trate de forma correcta. Aquí es donde incluyen la explicación de lo sucedido en Chernóbil. Ellos con mucha pasión explicaron cómo funciona un reactor nuclear y que elementos se necesitan para poderlo poner funcionar. Este tema se acercó un poco a una crítica a las instituciones del país, Colombia, ya que no existe un avance de estas tecnologías y posiblemente la razón sea por empresas privadas que controlen ciertos territorios. (Cortés. p.1 2025)

En esta anécdota se refleja la diversidad de temas que se pueden tratar alrededor de café, que se dan con la excusa de “vamos nos tomamos un tinto mientras” dando pie a iniciar una conversación. El ejemplo anterior trae un tema teórico como lo es la

ingeniería física, se podría pensar que únicamente este tipo de información se maneja en espacios específicos de estudio como lo es la universidad, sin embargo, se aprecia que en un sitio externo también se puede traer para desarrollarlo más a fondo.

Los espacios, como se ha ido mencionando, pueden variar sin problema, porque no limitan el consumo de café, pero lo que sí se puede especificar es el contexto que está presenciando la persona en ese momento, ya sea en la casa con su familia, en el trabajo con sus compañeros o un parque con amigos, la conversación y practica cambian. Por ejemplo, Noelia Zuluaga acostumbra a tomarse un tinto antes de salir a caminar en las mañanas (comunicación personal, 2025), Marcela Malpica lo suele acompañar con el desayuno (comunicación personal, 2025), Angela Romero usualmente cuando tiene frío o sueño (comunicación personal, 2025), como Karen Amonte cuando está en la oficina para trabajar (comunicación personal, 2025) o entre otras prácticas culturales que están en las rutinas de las personas.

Con esto, retomando el concepto de prácticas culturales es incluir que ellas “hablan más de nuestra vida cotidiana” (Itchart y Donatí. 2014, p.18) donde por medio de las actividades realizadas del individuo, sus rutinas y forma de actuar, exponen su manera de ser en la cotidianidad de su realidad, lo que deja ver sus tendencias y cultura de lo que acostumbra.

Por ello, los ejemplos anteriormente nombrados representan varias de las prácticas que acostumbran a realizar las personas con el café y el sentido que le dan, además, es importante destacar que estas costumbres pueden variar y ser resignificadas por el sujeto, donde, por ejemplo, pueden cambiar el momento de cómo toma café, su gusto de cómo prepararlo o sencillamente en que sitios consumirlo con mayor frecuencia. Es la razón por la que las prácticas culturales están en constante negociación y movimiento relacionado con el entorno. Manuela Rodríguez constantemente consume en sus rutinas, donde es una bebida que la acompaña ya en sus trabajo o actividades personas, donde ya sea sola o en compañía lo toma en parte de su identidad ya que

Entre semana lo suelo tomar acompañada, casi siempre en mi casa, porque yo trabajo desde mi casa y es imprescindible que nos levantemos y nos tomemos un cafecito en el desayuno, uno en la tarde y uno después del

almuerzo, son mínimo tres cafecitos en el día, en mi casa siempre ha estado presente el café y de hecho un proyecto sobre el café, entonces también cuando salgo a lugares especializados y toda esta situación, también lo tomo en compañía de mis amigos con los que tengo el proyecto. (comunicación personal, 2025)

Este es un ejemplo de los espacios donde Rodríguez suele tomar café y compartirlo expresando la cantidad que suele beber en un día, lo que deja claro que este producto tiene un papel importante en su vida y hace parte de sí misma. Esto último se basa desde las acciones que expresa su conexión con el producto, el gusto que tiene con él y cómo se identifica al hablar sobre café en el momento de consumirlo, porque esto es una forma de cómo son “percibidos y apreciados como lo son en la práctica, funcionan como signos, como emblemas o como estigmas”. (Bourdeu. S.f. p 315) Donde este autor argumenta desde lo símbolos como la persona se identifica y se representa con base a un concepto, espacio u objeto con significado para cada individuo. De hecho, en el café se puede apreciar desde el significado propio que se le da, en el caso de Rodríguez “para mí el café representa esta interacción que uno puede hacer con personas”. (comunicación personal, 2025) Al unirlo con la primera cita donde expresa su cercanía y consumo diario con el café, deja ver que es un producto que normalmente bebe en casa ya sea con familia o amigos que deja ver que para ella existe una interacción importante con las personas por medio del café.

El café se puede observar como un factor de sociedad porque genera interacción y conexión entre individuos, los cuales comparten entre sí temas en común y espacios cálidos para tomar tinto, presentado anteriormente desde la perspectiva de Barbero, sobre el proceso de comunicación que existe por medio de este producto social que en algunos casos se observa la generación de atmósferas para estar en compañía con alguien más.

Además, como se tocó en el primer capítulo por Jelin, desde la memoria estos momentos especiales y cargados de emoción traen recuerdos al tomar café, por ejemplo, Jaider Fernández tiene en su mente presente “Momentos y compañía. Como cuando yo veía a los viejos, ellos se levantaban y comenzaban a echar sus cuentos cuando eran jóvenes”. (comunicación personal, 2025) Lo que presenta un espacio para compartir entre los adultos del momento y aprovechan para contar sus

anécdotas, ocurrencias o experiencias del día anterior. Al ser de mañana se puede analizar como el tinto aporta la energía para iniciar las labores del día, además la anécdota se presenta como una acción repetitiva que hace parte de las costumbres de esta familia.

El café entonces tiene una conexión con las personas que los consumen con frecuencia hasta serlo parte de sus costumbres, lo que lleva a ser un producto fundamental en sus días y procesos. Además, carga con un factor social que invoca a espacios de compañía entre personas sin importar el entorno donde se encuentre, donde el tema que se trate está condicionado únicamente por contexto de las personas ya sea laboral, educativo, amistad o familiar.

Es un producto que en muchos sujetos sirve para entrar en compañía, iniciar su día, pasar las comidas o directamente tomarlo por el gusto que le tiene durante sus labores, esto siendo un poco de los muchos ejemplos de las diferentes prácticas culturales que realizan las personas por medio del café. Es así como un tinto acompaña y crea tejidos sociales para el intercambio de temas sin límite alguno, lo que trae recuerdos expresando la importancia que tiene y el significado que adopta el producto durante la vida cotidiana de una persona.

### **Café como intercambio.**

Durante la investigación se recopilaron datos y anécdotas que corroboran la afirmación donde dice que este producto hace parte de la rutina de las personas, sin importar la práctica por cómo lo consumen. El café es participe de los encuentros entre individuos en diferentes espacios, fácilmente se le puede ver en un lugar formal o informal acompañando, sin embargo, este no se toma de la misma manera en todos los sitios.

El tinto no es igual en toda parte, porque este puede variar en su preparación, el tipo de café, sus acompañantes o mezclas que se le puede añadir al producto para consumirse. Durante el recorrido se encontraron personas con diferentes costumbres para preparar su café, como en leña, en olla, prensa, filtro y más.

Desde las costumbres de las personas, con base a su experiencia, la cultura se marca “como un sistema que se autoorganiza, que en el nivel meta estructural se describe a sí misma a través de la acción de los críticos y los teóricos, de los

“legisladores del gusto””. (Szurmuk y Irwin. 2009 p.72) Entendiéndose desde una postura que la persona apropia en sí misma, con relación a sus actividades y preferencias del día. Dicho de otra manera, la cultura entra con factor de orden a la realidad de la persona basando su perspectiva desde sus gustos, costumbres e intereses personales.

El individuo alrededor del café presenta acciones donde relaciona sus gustos con su manera de actuar, es decir, la persona escoge libremente cómo prefiere su tinto y de esta manera lo prepara, sea con acompañante, usar uno de los métodos especializados o alguna forma tradicional que realice desde casa. Relacionado con esto, a Rodríguez le gusta su café “Sin leche y sin azúcar. Depende del tinto, sin azúcar debe ser un café de alta calidad, si es un café malo no baja sin azúcar”. (comunicación personal, 2025) Donde enfatiza cómo prefiere su tinto, al ser una conocedora del producto exige en ella misma factores diferenciales para disfrutar de la bebida de la mejor manera, esta reacción puede estar ligada a sus costumbres, lo cual desde pequeña ha tomado el tinto de esta manera, lo que hace suya la preferencia así por el producto.

Esto puede variar según la familia, raíces, costumbres o relaciones que parten desde las características propias para definir cómo les gusta su tinto. En diferentes casas se puede encontrar la preferencia por el azúcar en el café, en otras sólo la compañía de un postre dulce para cortar el amargo del tinto o simplemente hay personas que prefieren tomarlo solo.

Lina es una de las personas creyentes en el café oscuro sin nada de dulce que le cambie el sabor, solo prefiere acompañarlo con un producto de panadería como “un roscón, con una milhoja. Con algo dulce, pero depende de la hora del día, digamos después del almuerzo con algo dulce” (Lina Ayala, comunicación personal, 2025) especificando que después de almorzar comer un postre acompañado de tinto es una buena combinación para pasar. En otros lugares muchas personas prefieren compartir su bebida con un bocadillo, una cucharada de arequipe, un dulce, una chocolatina o algo pequeño, una práctica que es común en muchos hogares y se realiza con la misma intención que tiene Lina.

Acompañar el tinto con un dulce se vio que es algo común en las personas, sin embargo, también se puede apreciar en la población la costumbre de adicionarle

azúcar al café, con el fin de cortarle el amargo y darle al punto que la persona lo prefiere. Esta práctica dentro de la jerga popular es muy crítica por el dicho que el buen café se debe tomar sin azúcar, donde para Lina “me gusta normalmente solo café, porque algo que lo modifica ya no me va a gustar, no azúcar, no miel, no Estelia, nada que le cambie el sabor” (Lina Ayala, comunicación personal, 2025)

Pero como se ha mencionado, por cuestión de gustos y costumbres las personas eligen como prefieren su tinto. Así como hay personas que no les gustan con dulce, hay otras que, si lo exigen como parte esencial de su bebida, como, por ejemplo “A mí me gusta dulce, me gusta todo lo dulce. Me lo tomo así, solito o hay veces hacemos café en leche, también al desayuno y mi hija me lo lleva a la cama también.” (Mariela Buitrago, comunicación personal, 2025) Donde el azúcar para ella no puede faltar y es su rutina diaria el café hace parte de la mañana para iniciar el día con un dulce sabor. Con esto contraste se quiere decir que no existe un café estándar que especifique cómo debe saber un buen café, simplemente existen variaciones aplicadas por las personas con base a sus gustos y rutinas para poder beber café a su preferencia.

Además, no sólo está el hecho de la preparación en casa, sino que a su vez se debe incluir la existencia de sitios específicos de barismo que ofrecen una experiencia completa al consumidor por medio de una taza. Ya que, dicho por personas expertas, el café tutu hecho en olleta en la casa es muy distinto a una experiencia completa, con cantidades específicas y medidas exactas para la taza que puedes probar dentro de un sitio especializado, una experiencia a probar lo que es café. (Barista Mateo, comunicación personal, 2025)

Hablar de café es exponer la relación que existe de este producto con la sociedad en el país, retomando la alta variedad de costumbres que hay alrededor del producto por parte de las personas, el cual trae para la investigación el concepto de cultura popular siendo la “conformación de una nueva entidad discursiva, resultado de una celebrada fusión, para producir una nueva realidad semiótica”. (Szurmuk y Irwin. 2009 p.72) Donde este concepto tiene un enfoque dentro de la cultura cafetera en el sentido que existen diferentes resignificaciones propias de poblaciones por costumbres, regiones, creencias y costumbres para contacto con el café.

Es decir, esas características propias alrededor del café presentan su percepción propia de lo que significa en sí, como en el caso de Lina que se refiere al producto desde sus raíces tolimenses como

Tradición, pero también para mí el café representa como alegría. A mí me hace muy feliz, me da mucha felicidad Y también presencio que es mucha versatilidad, porque con un café se pueden hacer postres, los puedes tomar, entonces también es un poco el reflejo de la cultura colombiana que aquí hay de todos para todos. (Lina Ayala, comunicación personal, 7 de abril de 2025)

Donde ella mezcla una postura tradicional por importancia que tiene el producto para los colombianos enfatizando que es y para la población, que le suma el sentir alrededor del producto haciéndola feliz y parte de ella.

Otra postura como se representa el café en la vida de las personas según su realidad es la Manuela Rodríguez porque viene de una familia con mucha cercanía al campo cafetero y conoce el proceso completo del trato del café, lo que da como resultado para ella la visión de verlo

Como un producto que genera comunidad e interacción, es un producto muy social que encierra familias y personas que viven del café. Uno que vive en la ciudad o las personas que viven en la ciudad tienen una vista muy limitada de lo que representa eso que se están tomando o lo que representa por lo que no quieren pagar lo justo, para que reconozcan el esfuerzo y lo que significa. (comunicación personal, 2025)

Resaltando el arduo trabajo que implica la cosecha y como este no es valorizado correctamente por los consumidores, los cuales no tienen todo el conocimiento de cómo se cultiva y proceso que tiene el café para llegar a sus casas. Rodríguez con su experiencia deja precedente de cómo el tener un contexto en la perspectiva propia puede resignificar su forma de apreciar alrededor del café.

Es así como, este producto puede tener a su vez muchos significados diferentes que se van descubriendo mediante las personas y preguntándoles su relación con el café, dando como resultado conocer costumbres, contextos, rituales y diferentes prácticas culturales acogidas por medio de una taza.

### **Prácticas culturales del café en Bogotá**

- Iniciar el día tomando una taza de café como primer alimento, significado de energía para comenzar.
- Sacar como excusa tomar un tinto para charlar con alguien, genera conversación e interacción en diferentes temas.
- Tomar un café después del almuerzo, acompañado o no de un dulce pequeño, para bajar la pesades.
- Al inicio de una reunión trabajo o espacio de estudio, acostumbra a pedir un tinto con la intención de poder estar pendiente al momento.
- En momentos de mucho frío, calentar un café sirve para contrarrestar el clima y ayuda a entrar en calor el cuerpo.
- Ofrecer café a las visitas como gestiona de amabilidad y hospitalidad.

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta. (2018). Sabores Locales.

<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/36097>

- Arevalo, K y Charria, L. (2020). Significado y motivos de consumo del café colombiano en los jóvenes de México, Colombia y España. Universidad Icesi. <https://repository.icesi.edu.co/items/af74ea18-bbfe-495c-8f3f-31576d1dfb5f>
- Barbero, J. (1984). De la Comunicación a la Cultura. Perder el " objeto" para ganar el proceso. *Signo y pensamiento*, 3(5), 17-24.  
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5790/>
- Bardon, A. (15 de octubre de 2023). Los cafés son catalizadores de sociabilidad. Unesco. <https://courier.unesco.org/es/articulos/los-cafes-son-catalizadores-de-sociabilidad#:~:text=En%20el%20caf%C3%A9%20uno%20puede,necesariam ente%20invita%20a%20su%20casa.>
- Bourdeu. P. (s.f.). La identidad y la representación. Elementos para una reflexión crítica sobre la idea de región. CIENCIAS HUMANAS DE LA CONDUCTA.
- Brigtte. (2002). El café literario en Colombia: Símbolo de la vanguardia en el siglo XX. Universidad de los Andes Mérida de Venezuela.  
<https://www.redalyc.org/pdf/200/20000206.pdf>
- Castellano. (2024). El Café (video). Universidad Jorge Tadeo Lozano.  
<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/5802>
- Cifuentes, R (2011) Diseño de proyectos de investigación cualitativa Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material.  
[file:///C:/Users/macortesv/Downloads/DISE%20OS%20DE%20PROYECTOS%20DE%20INVESTIGACION%20CUALITATIVA\\_CIFUENTES\\_CAP%20TULO%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/macortesv/Downloads/DISE%20OS%20DE%20PROYECTOS%20DE%20INVESTIGACION%20CUALITATIVA_CIFUENTES_CAP%20TULO%20(1).pdf)
- Corporación Universitaria Minuto de Dios [UNIMINUTO]. (2022). Plan estratégico de semilleros de investigación y grupos de estudio: Procedimiento incorporación de la investigación en el campo de formación extracurricular (Versión 1,

Código FR-II-IVF-03). Dirección de Investigación, Parque Científico de Innovación Social.

Cuche, D. (2002). La notion de culture dans les sciences sociales (P. Mahler, Trad. 2.<sup>a</sup> ed.). Nueva visión. (1966)

DeCafePodcast. (2020). La historia del café (video). YouTube.

<https://www.youtube.com/@decafepodcast4305>

Díez, L. M. (2017). Rutina. Tropelías: Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada, (1), 320-323.

[https://doi.org/10.26754/ojs\\_tropelias/tropelias.201712132](https://doi.org/10.26754/ojs_tropelias/tropelias.201712132)

Federación Colombiana de Cafeteros. (s.f). Guía Ambiental Para el Sector Cafetero Segunda Edición. Federación Colombiana de Cafeteros. <https://federaciondecafeteros.org/static/files/8Capitulo6.pdf>

Federación Colombiana de Cafeteros. (26 de junio de 2020). Colombia celebra el Día Nacional del Café y 93 años de la Federación de Cafeteros. Federación Nacional de Cafeteros.

<https://federaciondecafeteros.org/wp/listado-noticias/colombia-celebra-el-dia-nacional-del-cafe-y-93-anos-de-la-federacion-de-cafeteros/#:~:text=Bogot%C3%A1%2C%20junio%202024%20de%202020,cumple%2093%20a%C3%B1os%20de%20vida>.

Folgueiras, P (s.f). La entrevista.

<https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

Geffen. (2024). El oro negro de Colombia (video). YouTube

[https://www.youtube.com/watch?v=4tYr\\_3qZiHk&t=19s](https://www.youtube.com/watch?v=4tYr_3qZiHk&t=19s)

Guzmán, Hernández y Chamarro. (2018). Identidad y manifestaciones culturales.

Universidad del Quindío.

<https://revistas.um.es/turismo/article/view/404801/274871>

Hollows. J. (s.f.). Feminismo, Estudios Culturales y Cultura Popular.

<https://core.ac.uk/download/pdf/13307657.pdf>

Innovatione. (30 de abril de 2022) El cultivo de café en Colombia. Innovatione.

<https://innovatione.eu/2022/04/30/el-cultivo-del-cafe-en-colombia/>

Itchart. L y Donatí. J. (2014). Prácticas Culturales. Textos Iniciales.

[https://www.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/2017/02/Practicas\\_culturales\\_2014.pdf](https://www.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/2017/02/Practicas_culturales_2014.pdf)

Jelin. E. (2012). Los trabajos de la memoria. (2ªed). Instituto de Estudios Peruanos.

[https://banner9.icesi.edu.co/ic\\_contenidos\\_pdf/adjuntos/202210/202210\\_11112\\_12481.pdf](https://banner9.icesi.edu.co/ic_contenidos_pdf/adjuntos/202210/202210_11112_12481.pdf)

König, B. (2002). El café literario en Colombia: símbolo de la vanguardia en el siglo

XX. Procesos históricos, 1(2). <https://www.redalyc.org/pdf/200/20000206.pdf>

La tienda del café. (27 de julio de 2022) Conoce el árbol de café y su fruto. La tienda

del café. <https://latiendadelcafe.co/blogs/cafe-colombiano/conoce-el-arbol-de-cafe-y-su-fruto?srsltid=AfmBOoqrKxPgioW8Vb3YVDJB5FpPHPIYc7EpBXbh31Cc6qNP HxiF0Ty4>

Lara, Y Ramírez, A, Rodríguez, M y Zarate, M. (2024) Hablemos de Café.

[https://hablemosdecafe23.wixsite.com/my-site-1?fbclid=PAQ0xDSwKXr9lleHRuA2FIbQIxMQABpyA1qkv0xH31zhl1wAv18JJ FERd4flleR3pRhmZukX9SC8CMIY-MYHQLL5K\\_aem\\_qke3tyEv7\\_6YyhiEsQgP\\_A](https://hablemosdecafe23.wixsite.com/my-site-1?fbclid=PAQ0xDSwKXr9lleHRuA2FIbQIxMQABpyA1qkv0xH31zhl1wAv18JJ FERd4flleR3pRhmZukX9SC8CMIY-MYHQLL5K_aem_qke3tyEv7_6YyhiEsQgP_A)

LiveliHoods (14 de diciembre de 2021) De las semillas hasta tu taza: La Producción

Mundial de Café en 5 Datos Clave. LiveliHoods. <https://livelihoods.eu/fr/es-de-las-semillas-de-cafe-hasta-tu-taza/>

Machado, A. (2001) El café en Colombia a principios del siglo XX 77-97)

[https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/2531/266 -  
5 Capi 4.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/2531/266_-_5_Capi_4.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Mariel. A., y Noel, N. (2010). El café y sus diversas aplicaciones en la pastelería.

Trabajo Final de la Carrera Técnico Superior en Gestión Gastronómica).  
Instituto Superior, (4044).

[https://repositorio.yvera.tur.ar/bitstream/handle/123456789/4015/cafe%20y%20pa-  
steleria.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.yvera.tur.ar/bitstream/handle/123456789/4015/cafe%20y%20pasteleria.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ministerio de Cultura. (2019). Biodiversidad, comida e identidad en el pacífico

colombiano (Video). YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=8dNypG5Sm9Q>

Monje. C. (2011). Los cafés de Bogotá (1948-1968) Historia de una sociabilidad.

Universidad del Rosario.

<https://www.bibliotecadigitaldebogota.gov.co/resources/2057949/>

Orozco y Espitaleta (2017). Caribe cafetero: Cultura y tradición indígena.

[https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/2b942efa-20ba-  
4d29-b3d6-76ea247da52c/content](https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/2b942efa-20ba-4d29-b3d6-76ea247da52c/content)

Ospina. (2015). Hábitos y preferencias del consumidor de café especial en el

Quindío. Universidad EAFIT.

[https://repository.eafit.edu.co/server/api/core/bitstreams/3f3f9e2f-acc3-4534-  
8efa-0204721c19be/content](https://repository.eafit.edu.co/server/api/core/bitstreams/3f3f9e2f-acc3-4534-8efa-0204721c19be/content)

Pava. J. (18 de octubre de 2023). Colombia y su Café: La Joya de la Corona en la

Cultura y Economía del País. OasisCOM.

<https://www.oasiscom.com/blog/colombia-y-su-cafe#:~:text=La%20cultura%20cafetera%20de%20Colombia%20es%20un%20tesoro%20nacional%20que,la%20calidad%20y%20la%20sostenibilidad.>

Peláez. (2016). Un Café muy especial. Sietefotografos.

[https://sietefotografos.com/category/cronicas-fotograficas/#google\\_vignette](https://sietefotografos.com/category/cronicas-fotograficas/#google_vignette)

Penalva et al. (2015). La investigación cualitativa: técnicas de investigación y análisis con Atlas. ti. Pydlos ediciones.

[https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/52606/1/INVESTIGACION\\_CUALITATIVA.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/52606/1/INVESTIGACION_CUALITATIVA.pdf)

Programa de Comunicación Social - Periodismo. (2023). Plan de investigación:

Comunicación Social - Periodismo 2021–2025. Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Purton. M. (5 de junio 2024). Día Mundial del Medio Ambiente: Los 17 países

megadiversos del mundo de la A a la Z. World Economic Forum.

<https://es.weforum.org/stories/2024/06/dia-mundial-del-medio-ambiente-los-17-paises-megadiversos-del-mundo-de-la-a-a-la-z/>

Saboga. L. (2021). Evaluación del nivel de incidencia que tiene la Marca Co en la

intención de los turistas de visitar Colombia en relación con las percepciones que constituyen la imagen del país y del destino. Universidad Nacional de Colombia. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/80187>

Sanabria. (2017). Practica social y cultural del campesinado cafetero en cuatro

municipios de Caldas.

<https://revistas.um.es/turismo/article/view/404801/274871>

Sánchez Silva. M. (2005). La metodología en la investigación cualitativa. Mundo

Siglo XXI. Revista del Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales del Instituto Politécnico Nacional, 1: 115-118.

<http://hdl.handle.net/10469/7413>

Sánchez. M. (2005). La metodología en la investigación cualitativa.

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/7413>

Sarmiento. (2024). El Café colombiano: un viaje a sus raíces. Señal Colombia.

<https://www.senalcolombia.tv/cultura/cafe-colombiano-historia-variedades-cultura-cafetera>

Storey. J. (2002). Teoría cultural y cultura popular. (Angels Mata , Trad). EUB.

Ediciones Universitarias de Barcelona, S.L. (Obra original publicada en 2001)

<https://seminar580.files.wordpress.com/2015/04/storey-john-teoria-cultural-y-cultura-popular.pdf>

Szurmuk. M., & Irwin, R. M. (Eds.). (2009). Diccionario de estudios culturales latinoamericanos.

Siglo xxi.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=QhIEh9qQsvEC&oi=fnd&pg=PA7&dq=DICcionario+DE+ESTUDIOS+CULTURALES+LATINOAMERICANOS&ots=m6k9H5-gYm&sig=oplVaeo1F EazPGpwc0V3azPrCY>

Ruge. (2022). ¿Otro Café? Teatro Casa. (obra) <https://www.radionica.rocks/artes/se-estrena-la-obra-otro-cafe-o-la-vida-en-pareja-y-tanto-humano-de-m3r>

Valverde. L. (s.f). El Diario de Campo. Revista Trabajo Social.

[https://unadmvanessaparalicengeriadeserviciosdesalud.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/05/art1\\_sesion\\_6.pdf](https://unadmvanessaparalicengeriadeserviciosdesalud.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/05/art1_sesion_6.pdf)





## Anexo 6



## Anexo 7



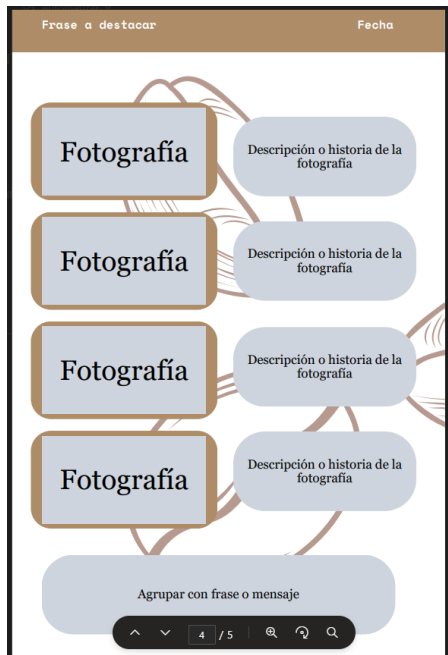
## Anexo 8



## Anexo 9



## Anexo 10



## Anexo 11

