

**Hacia una etnografía de los Cafés, como lugar de encuentro, en el  
Centro Tradicional de Bogotá**

**Presentado por:**

**María Alejandra Jiménez Soto**

**Trabajo de grado para obtener el título de:**

**Antropóloga**

**Asesor:**

**José Hernando Gallego Perdomo**

**Universidad de Antioquia**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanas**

**Departamento de Antropología**

**Medellín**

**2016**

## **Agradecimientos**

Agradezco a todas las personas que me han acompañado e impulsado a sacar adelante este proyecto.

A mi madre Luz Dary Soto Cardona por su paciencia, amor y apoyo incondicional.

Al profesor José Hernando Gallego por inspirarme a crear cada día y guiarme en este proyecto.

A mi hija Violeta Zuluaga Jiménez por ser luz en el camino.

A mi hermana Natalia Jiménez Soto por ser ejemplo de vida y darme valor en los momentos más cruciales.

Al equipo de Bogotá en un Café del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural: Nubia Lasso, Julieth Rodríguez y especialmente Alfredo Barón Leal por su amistad y decisivo apoyo en el proceso investigativo.

A mi padre Iván Jimenez Mesa por acompañarme desde la distancia.

A mis amigos Juan Miguel Kosztura, Natalia Montes Marín, Felipe Rendón Echeverri, Laura Hernández, Mateo Valderrama, Araceli Zapata y Santiago Pérez por enseñarme el valor de la amistad y darme fuerza en todo momento.

A los clientes de cada Café por su amabilidad y permitirme conversar con ellos.

Finalmente a los propietarios y personal encargado de cada Café: Hilda y David Vásquez del San Moritz; Álvaro y Mauricio Vásquez del Café Pasaje; Juan Tafur de la Chata; Julio Medina del Colonial; Gustavo Ibáñez, Juan David Torres y Daniel Uribe del Café Ibáñez, Jefferson de la Tienda Juan Valdez Candelaria Centro Cultural y Gloria

Ospina de la Barra de Café Oma Banco Popular. A todos ellos les agradezco por brindarme su confianza y facilitar la información necesaria para realizar este trabajo.

## **Resumen**

El propósito de esta investigación fue identificar el valor simbólico que los Cafés tienen para la ciudad, ya que estos lugares no sólo reflejan su historia, sino también los significados compartidos relacionados con la cultura. El objetivo principal es aportar a la antropología, un estudio etnográfico de las formas simbólicas y sistema de representaciones que dan sentido a los Cafés, como lugar de encuentro, en el Centro Tradicional de Bogotá. Para ello se seleccionaron 7 Cafés: Pasaje, San Moritz, Ibáñez, La Chata, Oma Banco Popular, Juan Valdez Candelaria Centro Cultural y Colonial. Los cuales develan una evolución, en el sentido de cambio, desde los más antiguos hasta los más actuales, aquí denominados; “Tradicionales”, “Contemporáneos”, “Barras o tiendas de Café” y “En transición”. Esta investigación se situó dentro del enfoque estructural planteado por Claude Levi- Strauss, recogió elementos del enfoque interpretativo de Clifford Geertz y recurrió al análisis semiológico de Stuart Hall y Roland Barthes, para estudiar las formas simbólicas como signos susceptibles de ser interpretados.

## **Palabras clave**

Café, lugar de encuentro, Centro Tradicional de Bogotá, formas simbólicas, sistemas de representaciones, etnografía y semiología.

### **Abstract**

The purpose of this investigation was to recognize the symbolic value that the Cafés have for the city, since these places reflect not only their history but also the shared meanings related to the culture. The main objective is to provide an ethnographic study of the symbolic forms and the system of representations that give meaning to the Cafés, as a meeting place in the Traditional Downtown Bogotá. To that end, seven Cafés were chosen: Pasaje, San Moritz, Ibáñez, La Chata, Oma Banco Popular, Juan Valdez Candelaria Centro Cultural y Colonial. These reveal an evolution, in the sense of change, from the most ancient to the most recent here called: “Traditional”, “Contemporary”, “Bar or Coffee Shop” and “On transition”. This research is placed inside the structural approach proposed by the anthropologist Claude Levi-Strauss. It also collected some elements of the interpretative approach of Clifford Geertz and resorted to the analysis by Stuart Hall and Roland Barthes, to study the symbolic forms as signs liable to being interpreted.

**Key words:** Coffee, venue, Centro Tradicional de Bogotá, symbolic forms, systems representations, ethnography and semiology.

## Introducción

*Tienes problemas, cualesquiera que sean*

*¡Anda al Café!*

*Ella no puede reunirse contigo, habrá una buena razón*

*¡Anda al Café!*

*Llevas rotos los zapatos*

*¡Anda al Café!*

*Ganas 400 coronas y debes 500*

*¡Anda al Café!*

*Eres funcionario pero habrías deseado ser médico*

*¡Anda al Café!*

*No encuentras la horma de tus zapatos*

*¡Anda al Café!*

*Quieres suicidarte*

*¡Anda al Café!*

*Odias y desprecias a la gente, pero no puedes vivir sin ella*

*¡Anda al Café!*

*No te dan crédito ya en ninguna parte*

*¡Anda al Café!*

Peter Altenberg (1859-1919)

Desde que se descubrió el árbol de café en la lejana Abisinia, Etiopía, al oriente de África en la región de Kaffa, este grano ha estado inserto en cada momento de la historia de la humanidad, incorporándose en sus costumbres, produciendo transformaciones y orientando tanto prácticas, como representaciones propias de cada cultura. Peregrinando desde África a Arabia como una bebida medicinal con fines espirituales, después a Turquía como una bebida social tomada en expendios públicos, asentándose en Europa como antítesis de las tabernas, y luego colándose por entre las grietas del

librepensamiento ilustrado” (Lovera, 2015, p. 50); cruzando por las Antillas a la América continental, el Caribe, Centro y Sudamérica, hasta llegar a Colombia como un legado inglés, que tendría por misión transformar las costumbres coloniales de la Bogotá Santaferreña, para dar advenimiento a una Bogotá cosmopolita.

El café es probablemente la bebida no alcohólica más social que existe, junto al té y al chocolate, por eso los lugares donde se expende son lugares públicos, de encuentro e intercambio social. Pero ¿cuál es el sello, esa esencia que lo distingue del resto de espacios de sociabilidad como cines, restaurantes, clubes, bares o discotecas? Es el de ser un lugar donde caben todas las expresiones culturales y humanas: arte, cine, literatura, política, poesía, bohemia, música, nostalgia, alegría, etc., todas tienen cita en un Café.

Al respecto se ha escrito bastante desde la historia, el periodismo, la literatura, la arquitectura y la sociología, más no desde la antropología. Esto ha relegado de las investigaciones formales a los sujetos que construyen esta realidad en la cotidianidad, encasillándose en un pasado que ya no existe, más exactamente en la nostalgia sobre la bohemia y la tertulia que antaño caracterizó a los Cafés de Bogotá. Algo sumamente valioso porque está ligado a la historia del país, pero que es necesario trascender y ampliar por medio de investigaciones que evidencien las dinámicas y discursos que se gestan en la actualidad.

Razón por la cual se realizó una investigación de corte etnográfico que dió cuenta del valor simbólico que estos lugares tienen para la ciudad. En vista de que todas las investigaciones revisadas, no se encontró ninguna: primero, que mostrara cómo las personas en la actualidad significan estos espacios en sus propios términos y segundo,

que centrará su atención en los símbolos que configuran los Cafés desde el imaginario colectivo.

En ese sentido, se realizó la descripción de 7 Cafés del Centro Tradicional de Bogotá, los cuales representaron las tipologías de Café tradicional: Pasaje y San Moritz; Café contemporáneo: Ibáñez y La Chata; Barra o tienda de café: Oma Banco Popular, Juan Valdez Candelaria Centro Cultural y Café en transición: Colonial. Para ello se hizo una búsqueda sistemática de información documental e iconográfica en archivos históricos, revistas, periódicos, literatura y guías telefónicas de Bogotá; asimismo se estableció un registro fotográfico, entrevistas y conversaciones con los dueños y clientes de cada Café. Esta descripción permitió establecer la realidad física y social de cada lugar.

Posteriormente se caracterizó cada tipología de Café, estableciendo patrones e interpretaciones en los propios términos de los sujetos de investigación, con respecto a las formas simbólicas presentes en cada contexto. Encontrando distinciones con respecto a la tradición del lugar, el enfoque de sus propietarios, las prácticas sociales y cómo la cohesión de todos estos elementos legitiman su espacio.

Los primeros cuatro capítulos corresponden a la formulación del proyecto: planteamiento del problema, pregunta de investigación, objetivos, marco teórico y metodología. Se consignaron en el cuerpo del trabajo para servir como referente en próximas investigaciones y para que los lectores tengan acceso a los principios teóricos y metodológicos que orientaron la investigación.

El quinto capítulo, titulado *El Café y la palabra*, plantea un recorrido histórico y geográfico de la palabra *café*: su origen, cómo se inserta en las distintas culturas, qué



actividad y espacio social promueve, cómo se introduce en Colombia, el imaginario colectivo asociado a la palabra, las ambigüedades que genera su uso y las distintas tipologías que surgen en Colombia.

El sexto capítulo, titulado *Historia de los Cafés en el Centro de Bogotá*, relata el ambiente político y social que se vivió en Bogotá durante los siglos XIX y XX alrededor de las tertulias y grupos literarios que conformaron los Cafés.

El séptimo capítulo, titulado *Recorrido por los Cafés del Centro Tradicional de Bogotá*, describe los 7 Cafés escogidos: Pasaje, San Moritz, Ibáñez, La Chata, Barra de Café Oma Banco Popular, Tienda Juan Valdez Candelaria Centro Cultural y Colonial. Teniendo en cuenta el contexto urbano, historia de la casa y del Café, descripción física, dinámica social y prácticas sociales vigentes de cada lugar.

Y el octavo capítulo, titulado *Los objetos hablan a través de los sujetos*, analiza las distintas formas simbólicas y sistema de representaciones que dan sentido a los Cafés, como lugar de encuentro, en los propios términos de sus clientes y propietarios. Entendiendo que algunos lugares comparten elementos similares y otros poseen formas simbólicas particulares. Por eso se clasificaron en cuatro categorías: Café tradicional, Café contemporáneo, Barra o tiendas de café y Cafés en transición.

## Tabla de Contenidos

1	Planteamiento del Problema.....	1
1.1	Pregunta de investigación.....	2
2	Objetivos .....	3
2.1	Objetivo General.....	3
2.2	Objetivos Específicos.....	3
3	Marco Teórico .....	4
4	Metodología.....	11
5	El Café y la palabra.....	13
6	Historia de los Cafés en el Centro de Bogotá.....	20
7	Recorrido por los Cafés del Centro Tradicional de Bogotá .....	27
7.1	Café Pasaje .....	28
7.2	Café Sant Moritz.....	46
7.3	Café Ibáñez .....	66
7.4	Café La Chata .....	78
7.5	Barra de Café Oma Banco Popular .....	88
7.6	Tienda Juan Valdez Candelaria Centro Cultural .....	93
7.7	Café Colonial .....	101
8	Los objetos hablan a través de los sujetos.....	112
8.1	Cafés tradicionales: San Moritz y Pasaje .....	119
8.1.1	Café Pasaje.....	134
8.1.2	San Moritz.....	139

8.2	Cafés contemporáneos: Ibáñez y La Chata .....	147
8.2.1	Café Ibáñez .....	150
8.2.2	Café de la Chata .....	154
8.3	Barras o tiendas de café: Oma y Juan Valdez .....	157
8.3.1	Juan Valdez.....	171
8.4	Café en transición: Colonial .....	174
9	Conclusiones .....	176
10	Bibliografía.....	181

## Lista de Imágenes

Imagen 1. Fachada Antigua Café Pasaje .....	28
Imagen 2. Edificio Santafé y Pasaje peatonal 1970 .....	29
Imagen 3. Contertulios Café Pasaje .....	32
Imagen 4. Fachada Actual del Café Pasaje.....	34
Imagen 5. Costado norte Café Pasaje .....	35
Imagen 6. Barra Café Pasaje.....	37
Imagen 7. Greca Café Pasaje .....	38
Imagen 8. Costado sur Café Pasaje .....	39
Imagen 9. Techo Café Pasaje.....	40
Imagen 10.Un tinto en el Cafe Pasaje .....	42
Imagen 11. Sistema de fichas Café Pasaje.....	43
Imagen 12. Partido de Colombia Café Pasaje.....	44
Imagen 13. San Moritz visto desde la Carrera 8 con Calle 16.....	46
Imagen 14. Guillermo Wills (segundo de izquierda a derecho) .....	47
Imagen 15. Disturbios en la Calle 16 con Carrera 8 .....	49
Imagen 16. Fachada del San Moritz.....	52
Imagen 17. Interior del San Moritz .....	53
Imagen 18. San Moritz costado occidental.....	54
Imagen 19. Radio RCA Víctor, Maqueta San Moritz y máquina registradora Antigua. ..	56
Imagen 20. San Moritz sobre costado oriental.....	57
Imagen 21. Segundo salón costado norte San Moritz .....	61

Imagen 22. Segundo salón costado norte San Moritz .....	62
Imagen 23. Salón Principal San Moritz.....	64
Imagen 24. Fachada Café Ibáñez .....	66
Imagen 25. Calle del Windsor .....	67
Imagen 26. Interior Café Ibáñez.....	69
Imagen 27. Barra Café Ibáñez .....	70
Imagen 28. Galería de Grandes Juristas Colombianos.....	71
Imagen 29. Costado sur Café Ibáñez.....	73
Imagen 30. Juan David Torres Café Ibáñez.....	75
Imagen 31. Fachada Café La Chata .....	78
Imagen 32. Interior Café de la Chata .....	81
Imagen 33. Costado norte Café La chata.....	82
Imagen 34. Costado sur Café de la Chata.....	84
Imagen 35. Costado noroccidental Café de la Chata .....	85
Imagen 36. Método Chemex Café de la Chata .....	87
Imagen 37. Fachada Barra de Café Oma Banco Popular .....	89
Imagen 38. Costado sur Café Oma Banco Popular.....	90
Imagen 39. Ventanal Café Oma Banco Popular .....	91
Imagen 40. Esquina de la Carrera 6 con Calle 11 Juan Valdez Centro Cultural .....	95
Imagen 41. Fachada Juan Valdez Candelaria Centro Cultural .....	96
Imagen 42. Interior Juan Valdez Candelaria Centro Cultural .....	97
Imagen 43. Café colonial de la Jiménez con Novena.....	101

Imagen 44. Punto de expendio Colonial de la Jiménez con Décima en 1970 .....	103
Imagen 45. Barra de consumo y sala contigua Café Colonial .....	105
Imagen 46. Salones del Café Colonial .....	106
Imagen 47. Salón del rio y Relieve Café Colonial.....	107
Imagen 48. Salón Principal Café Colonial .....	108
Imagen 49. Salón... del Café Colonial.....	108
Imagen 50. Sótano Café Colonial .....	109

## **Lista de Ilustraciones**

Ilustración 1. Ubicación geográfica de los Cafés.....	27
Ilustración 2. Logo Cafe Oma.....	88
Ilustración 3. Logo Juan Valdez Café .....	93

**Lista de Anexos**

Anexo A. Cuestionario propietarios y personal.....	11
Anexo B. Cuestionario clientes.....	11
Anexo C. Entrevistas propietarios y personal.....	11
Anexo D. Entrevistas clientes .....	11
Anexo E. Métodos de preparación de Café filtrado .....	148



## **1 Planteamiento del Problema**

Esta investigación surgió de la pasantía realizada, entre julio y diciembre de 2014, en el programa de “Bogotá en un Café”, adscrito al Plan de Revitalización del Centro Tradicional de Bogotá por parte del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural (IDPC). Dicho programa surgió en octubre de 2013, buscando la puesta en valor de los Cafés como lugar de encuentro y elementos de revitalización de la vida urbana. Basados en esta experiencia, se retomaron algunos elementos de investigación y se aportaron componentes etnográficos a su estudio.

El propósito principal de este proyecto fue aportar a la antropología un estudio etnográfico de las formas simbólicas y sistema de representaciones que dan sentido a los Cafés, como lugar de encuentro, en el Centro Tradicional de Bogotá. Para lo cual se escogieron 7 Cafés que develan una evolución, en el sentido de cambio, desde los más antiguos hasta los más actuales, aquí denominados; “Tradicionales”, “Contemporáneos”, “Barras o tiendas de Café” y “En transición”.

Teniendo en cuenta que el Centro Tradicional de Bogotá comprende 470 hectáreas (desde la Calle 1 hasta la Calle 26 y desde el borde de los Cerros Orientales hasta el borde Occidental de los Mártires) se escogieron 7 Cafés: Pasaje, San Moritz, Ibáñez y La Chata, Barra de Café Oma Banco Popular, Tienda Juan Valdez Candelaria Centro Cultural y Colonial. Todos escogidos de acuerdo a los criterios teóricos y metodológicos definidos para esta investigación: 1) Poseían una carga simbólica y representativa para la ciudad, 2) Eran lugares de encuentro, 3) Develaban una evolución, en el sentido de

cambio, desde los más antiguos hasta los más actuales y 4) Estaban ubicados en el Centro Tradicional de la ciudad.

La población escogida correspondía a las personas que diariamente habitan estos lugares: los dueños, meseros y clientes más antiguos de cada Café, quienes oscilan entre los 20 y 70 años, algo realmente valioso porque devela la transformación en el sistema de representaciones, que tres generaciones tienen sobre los mismos elementos.

Como herramienta de análisis se empleó el enfoque estructural de Claude Levi-Strauss, el análisis interpretativo de Clifford Geertz y la semiología de Stuart Hall y Roland Barthes, para estudiar las formas simbólicas como signos susceptibles de ser interpretados.

### **1.1 Pregunta de investigación**

¿Cómo las formas simbólicas y sistema de representaciones dan sentido a los Cafés, como lugar de encuentro, en el Centro Tradicional de Bogotá?

## 2 Objetivos

### 2.1 Objetivo General

Aportar a la antropología un estudio etnográfico de las formas simbólicas y sistema de representaciones que dan sentido a los Cafés, como lugar de encuentro, en el Centro Tradicional de Bogotá.

### 2.2 Objetivos Específicos

- Realizar una descripción de los 7 Cafés escogidos del Centro Tradicional de Bogotá.
- Caracterizar cada Tipología de Café a partir de las formas simbólicas que lo configuran.
- Establecer el valor simbólico de los Cafés, como lugar de encuentro, a partir del sistema de representaciones vigente.

### 3 Marco Teórico

Esta investigación se situó dentro del enfoque estructural planteado por Claude Lévi-Strauss, recogió elementos del enfoque interpretativo de Clifford Geertz y recurrió al análisis semiológico de Stuart Hall y Roland Barthes, para estudiar las formas simbólicas como signos susceptibles de ser interpretados, de acuerdo al sistema de representaciones y relaciones homólogas que existe entre ellos.

El enfoque estructural de Claude Lévi-Strauss develó un modo de ver la sociedad, los objetos y las prácticas culturales por medio de su función simbólica. Entendiendo los fenómenos sociales como lenguajes factibles de ser descritos e interpretados, de acuerdo a los elementos que lo componen y los valores que le son atribuidos socialmente.

Según Lévi-Strauss (1968):

Tanto en lingüística como en etnología (...) la actividad inconsciente del espíritu consiste en imponer formas a un contenido (...) como lo muestra de manera brillante el estudio de la función simbólica, tal como esta se expresa en el lenguaje. Es necesario y suficiente alcanzar la estructura inconsciente que subyace en cada institución o cada costumbre para obtener un principio de interpretación válida. (p. 22).

Para este autor, la antropología debe ser la búsqueda de las estructuras inconscientes que sostienen la vida social, considerándolas como modelos inteligibles, sistémicos y universales donde lo que interesa no es la forma en que han sido producidos, sino lo que dicen a través de un sistema de representaciones. Sin su aporte hubiera sido imposible vincular la antropología a la lingüística y en ese sentido, probablemente no sería viable un análisis semiológico del objeto antropológico.

Este análisis parte de la idea de que todas las formas simbólicas (objetos, prácticas, acciones, expresiones, etc.) portan un sentido, es decir, producen significados al actuar como signos en su interacción cotidiana con el ser humano. Tales significados son producidos por un sistema de representaciones determinado, definido por el vínculo entre tres diferentes órdenes de cosas: “lo que denominamos el mundo de las cosas -la gente, los eventos y las experiencias; el mundo conceptual- los conceptos mentales que llevamos en nuestras cabezas; y los signos, organizados en lenguajes, que ‘están por’ o comunican estos conceptos” (Hall, 1997, p. 42).

Quien elaboró el concepto de semiología por primera vez fue el lingüista suizo Ferdinand de Saussure, conocido como el padre de la lingüística moderna. Quien en sus notas de clase, recogidas póstumamente por sus estudiantes en el “*Curso de lingüística general*” (1945), definió la semiología como “una ciencia que estudia los signos en el seno de la vida social. (...) Nosotros la llamaremos semiología (del griego *sēmeion* 'signo')” (p. 43).

Para Saussure (1945), la lengua era un sistema de signos en el que solo era esencial la unión del significante (la forma: una palabra, imagen, foto, sonido, etc.) con el significado (la idea o concepto psíquico del significante), más exactamente la relación que se genera entre ambas; lo que va del significante al significado y viceversa. Esta relación, fijada por códigos culturales y lingüísticos, es lo que sostiene la representación.

Según Stuart Hall (1997) la representación es:

Una parte esencial del proceso mediante el cual se produce sentido y se intercambia entre los miembros de una cultura. Implica el uso del lenguaje, de los signos y las imágenes que están por, o representan cosas. (...) Es el vínculo entre los conceptos y el lenguaje el

que nos capacita para referirnos sea al mundo 'real' (...) o al mundo 'imaginario'. (p. 2-4).

Pero la representación no actúa individualmente, forma parte de un “sistema de representaciones” que consiste en modos de organizar, agrupar, arreglar y clasificar los conceptos psíquicos y establecer relaciones complejas entre ellos. Al igual que la representación, los signos son miembros de un sistema y esta definidos con relación a los miembros del mismo. Pero esta relación no es natural y unívoca, está fijada por los códigos culturales y lingüísticos, que llevan a diferentes culturas, en diferentes momentos históricos, a modificar su mapa conceptual y clasificar el mundo de forma diferente. Esta arbitrariedad es lo que Saussure denominó “naturaleza arbitraria del signo”, donde lo que significa no es el significante como tal, sino la diferencia que tiene con respecto a otros elementos del sistema, de este modo no hay un sentido único, invariable y universal. Su producción depende, como ya se dijo, del sistema de representaciones y al mismo tiempo de la práctica de interpretación, en la cual intervienen dos procesos del acto comunicativo: la codificación y decodificación.

El primero, corresponde a un momento del circuito comunicativo donde quien produce un mensaje convierte las ideas que quiere transmitir (creencias, ideologías, preceptos, etc.) en signos (significados codificados), que puedan ser recibidos fácilmente por el receptor a través de un discurso o relato estructurado. El segundo, corresponde a un momento posterior donde el receptor transforma el código en sus propios términos para entender lo que se quiere comunicar.

Pero estos dos procesos pueden no ser perfectamente simétricos, según Hall (1972):

Los grados de simetría -esto es, los grados de "comprensión" o "incomprensión" en el intercambio comunicativo- depende de los grados de simetría/asimetría (relaciones de equivalencia) establecidos entre las posiciones de "personificaciones", codificador-producto y decodificador-receptor. Pero esto a su vez depende de los grados de identidad-no identidad entre los códigos que perfecta o imperfectamente transmiten, interrumpen o sistemáticamente distorsionan lo que tiene que ser transmitido. (p. 79).

Esto quiere decir que el sentido captado nunca es exactamente el sentido ofrecido por el emisor, apenas si es una interpretación del mensaje original. En este sentido, las formas simbólicas y sistema de representaciones que dan sentido a los Cafés, deben ser tratadas como textos que han de ser leídos. Al respecto, Clifford Geertz en su obra "*La interpretación de las culturas*" (2003) elabora un concepto semiótico de la cultura y propone un enfoque interpretativo de su estudio:

La cultura consiste en estructuras de significación socialmente establecidas en virtud de las cuales la gente hace cosas tales como señales de conspiración y se adhiere a estas, o percibe insultos y contesta a ellos. (...) Entiéndase como sistema de interacción de símbolos interpretables (que ignorando las acepciones generales yo llamaría símbolos), la cultura es una entidad, algo a lo que pueden atribuirse de manera casual acontecimientos sociales; la cultura es un contexto dentro del cual pueden describirse todos esos fenómenos de manera inteligible, es decir, densa. (p. 27)

Su análisis ha de ser una ciencia interpretativa en busca de significados, que pretende desentrañar las estructuras de significación, determinando su campo social y su alcance. Geertz (2003) sostiene que "El propósito del enfoque semiótico de la cultura es ayudarnos a lograr acceso al mundo conceptual en el cual viven nuestros sujetos" (p. 35).

Para él, la antropología se define como lo que hacen quienes la practican, etnografía, es decir, descripción densa<sup>1</sup>. La cual tienen como objetivo explicar el comportamiento y el contexto de los hechos culturales, de modo que la conducta se vuelva significativa para quienes son ajenos a ella.

Dado que para Geertz la investigación antropológica se limita a la descripción densa, el presente estudio toma los signos que arroja la etnografía y los analiza de acuerdo al enfoque semiológico planteado por Roland Barthes, uno de los precursores de la sistematización y análisis de los objetos culturales.

Este teórico francés, perteneciente a la escuela estructuralista, fue enormemente influenciado por los lingüistas Ferdinand de Saussure, Émile Benveniste, Jakobson y Hjelmslev, así como por el antropólogo francés Claude Lévi-Strauss, de quienes adoptó algunos de sus postulados y los aplicó al estudio de los objetos culturales. En sus libros: “*El imperio de los signos*” y “*La aventura semiológica*”, muestra cómo los objetos de la vida cotidiana funcionan como signos en la producción de sentido, es decir, **formas simbólicas** que materializan un contenido específico, promoviendo la transmisión y preservación de un imaginario colectivo.

Para Barthes (1994) el símbolo/signo se define:

No por su relación analógica y en cierto sentido natural con un contenido, sino esencialmente, por su lugar en el seno de un sistema de diferencias (de oposiciones en el

---

<sup>1</sup> Concepto tomado de Gilbert Ryle, filósofo inglés.



plano paradigmático y de asociaciones en el plano sintagmático). Este sistema de signos es el que constituye la marca que la sociedad imprime a la realidad. (p. 236).

Según Barthes (1994), el objetivo de toda investigación semiológica es “reconstruir el fundamento de los sistemas de significación distintos de la lengua, de acuerdo con el proyecto mismo de toda actividad estructuralista” (p. 79). A través de una clasificación que separa la forma del contenido<sup>2</sup> y responde a las relaciones homólogas (es decir de diferencia) entre las formas del mismo sistema. A estos dos procesos Barthes los denominó: “sistema denotativo” y “sistema connotativo”. El primero, corresponde a la parte descriptiva de los signos y el segundo, los vincula con temas culturales más amplios.

El primer sistema de significación denominado por Hjelmslev *plano denotativo* está conformado por: E (plano de la expresión), R (relación) y C (plano del contenido):

### ERC

Este sistema corresponde a la parte descriptiva del análisis y se establece a partir de la clasificación de los significantes en un corpus, que da cuenta de los hechos inventariados y distribuidos de acuerdo al plano sintagmático y paradigmático. Después de haber elaborado el corpus, se descompone cada forma en sus distintas posibilidades de significado (plano paradigmático) y se extrae de cada una de ellas un rasgo pertinente (conmutable). Una vez definidas las unidades sintagmáticas para cada sistema se debe

---

<sup>2</sup> Significante/significado según Ferdinand de Saussure.

avanzar al nivel connotativo: donde (ERC) se convierte en plano de expresión (significante) del sistema connotado:

(ERC) RC

A partir del primer sistema se desarrollan sin cesar segundos sistemas de sentido (connotados), que están relacionados con temas culturales más amplios (sistema de creencias, ideología, entre otros) y es allí donde entra en juego el sistemas de representaciones, que es el soporte simbólico de los significados y hace referencia a las interpretaciones hechas, en los propios términos de los sujetos de investigación.

## 4 Metodología

A continuación se exponen las fases de conocimiento, población, dispositivos y herramientas empleadas en el diseño metodológico. Estas fases corresponden a las teorías trabajadas anteriormente, adaptadas al proceso etnográfico descrito por Clifford Geertz que consta de: observación, registro y análisis.

**Fase de observación:** comenzó con la percepción física de los significantes como se expresaban en la realidad, teniendo en cuenta la influencia que ejerce la historia personal, carga subjetiva y nociones teóricas precedentes en la percepción psíquica. Para amortiguar este efecto se trabajó desde una perspectiva emíc, observación participante y bajo el rol de investigador-cliente.

**Fase de registro:** se establecieron relaciones sistémicas y se organizó la información a partir de la clasificación de los significantes en un corpus, en relación con los signos que le precedían y le seguían. Después se descompuso cada forma en sus distintas posibilidades de significado.

Posteriormente se formularon cuestionarios y entrevistas a los clientes y propietarios de cada Café. (Ver: Anexo A. [Cuestionario propietarios y personal](#), Anexo B. [Cuestionario clientes](#), Anexo C. [Entrevistas propietarios y personal](#), Anexo D. [Entrevistas clientes](#)).

**Fase de análisis:** se establecieron patrones e interpretaciones en los propios términos de los sujetos de investigación, accediendo al sistema de representaciones sobre las distintas formas simbólicas en relación con su experiencia personal y colectiva.

La población escogida correspondió a las personas que diariamente habitan estos espacios: dueños, meseros y clientes de cada Café, las cuales oscilan entre los 20 y 70 años. Algo sumamente valioso porque permitió develar la percepción que tres generaciones poseían sobre los mismos elementos.

El tiempo de investigación estimado fue de 12 meses: 6 meses destinados para el trabajo de campo (enero a junio de 2015) y 6 para el registro y análisis (abril a diciembre de 2015).

Los dispositivos y herramientas empleados fueron:

**Diario de campo:** herramienta empleada para registrar aquellos hechos de la experiencia susceptible de ser descritos, clasificados e interpretados.

**Grabadora de voz:** dispositivo usado para retener, de forma clara y precisa, la voz de quienes fueron entrevistados. Permitiendo procesar la información palabra por palabra y analizarla según criterios específicos.

**Transcriptor F4:** herramienta útil para pasar grabaciones de voz a texto, permitiendo procesar la información contenida.

**Cámara fotográfica:** dispositivo que forma una representación gráfica de todos los objetos abarcados en su campo visual. Empleado para registrar las formas simbólicas desde una perspectiva propia en la fase de observación, registro y análisis.

**Computador:** máquina electrónica indispensable para acumular y procesar los datos derivados de la investigación.

## 5 El Café y la palabra

Una de las formas de representar el mundo es a través de la palabra, cuyo enunciado otorga sentido a todos los componentes de la experiencia humana. "Nombrar es traer a la vida, ordenar el mundo. Las cosas reciben nombre en la medida en que forman parte de la realidad" (Hoyos, 2015, p. 65). En ese sentido la palabra *café* designa un sin número de realidades no solo referente al grano o a su origen, sino también a la actividad y al espacio social que promueve. Para distinguir entre la bebida y el local, Ramón Gómez de la Serna (1960), planteó una norma gramatical donde el *café* escrito con minúscula hace referencia a la bebida y *Café* escrito con mayúscula hace referencia al establecimiento.

La palabra *café* proviene de Abisinia, Etiopía donde le llamaban *bunn* o *kaweh*. Etimológicamente posee innumerables acepciones, de las cuales tres son las más comunes: *cahveh* que proviene del vocablo árabe que significa fuerza y vigor; *Kahveh* término turco que designa el fruto del cafeto y *Kaffa* nombre de una ciudad etíope, donde aparentemente se originó. "Otros, le dan diversos nombres después de haber sido reducido a polvo y utilizan indiscriminadamente: *café, caphé, cavé, cavet, cahué, cavean, chaubé, choana, chaona* o *cahveb*" (Philippe Sylvestre Dufour en Ferré, 1991, p. 17).

En cuanto a la costumbre de tomarlo, la historia posee distintos referentes: en Oriente inicialmente se utilizó como medicina o con fines espirituales, más adelante se adoptó como una bebida social tomada en expendios públicos. Según Felipe Ferré (1991) "los establecimientos llamados *kahveh-kanes* son los primeros Cafés conocidos; asimismo los precursores de todos aquellos que, más tarde, fueron abiertos en las capitales de Europa" (p. 33), donde llegó a mediados del siglo XVII como una bebida social, adoptada más

adelante como antítesis de las tabernas para una sociedad alcoholizada, posteriormente como cenáculo del pensamiento moderno y en Colombia se introdujo socialmente como un legado inglés, que tendría por misión transformar las costumbres coloniales de la Bogotá santafereña, como el hecho de tomar chocolate, para dar advenimiento a una Bogotá cosmopolita.

La palabra "tinto", cómo habitualmente se le conoce al café en Colombia, posee un origen incierto. José María Vergara y Vergara en su cuadro costumbrista de "*Las tres tazas y otros cuadros*" (1963), ofrece una pista acerca de su origen comparando el sabor del café con el de la tinta para escribir:

Vergara y Vergara: -Que nos has dado tinta de uvilla con tártaro en este impúdico brebaje que acabas de propinarnos.

Juan de las Viñas: -caballero me parece que...

Vergara y Vergara: -Que me debes dar chocolate. Ahora no soy caballero, no soy sino un hombre herido en lo más caro que tiene, en su guargüero; soy un león enfurecido; y si no me das chocolate, te despedazo aquí en presencia de tu tierna esposa y tus tiernos hijos.

Juan de las Viñas: -Eres un hombre sin civilizar, un bárbaro, un indio bravo. No sabes tomar café, la bebida de moda-. (p. 29).

Este fragmento diferencia una bebida aceptada socialmente de otra que no lo es, asimismo sugiere el origen de la palabra *tinto* y lo designa como una bebida social. Es de saber que en el siglo XIX la tinta que se usaba para escribir era fabricada a partir *cestrum tinctorum*, una uvilla enana de color azul, que el mismo Alexander von Humboldt prefería ante las tintas europeas. Otra versión que circula acerca de esta palabra es que proviene del latín "tinctus" que significa teñido. "Los arrieros de la zona cafetera

acabarían llamando "tinta" a la base en grano molido para preparar café " (Barón, 2015, p. 17). Esto se debe a que en la antigüedad solo se podía teñir de rojo, en ese sentido la diferencia era clara: teñido (tinto) o no teñido y debido al color ennegrecido del café, es posible que ese haya sido su origen.

En cuanto al espacio social que promueve, en Colombia, el tinto era tomado inicialmente en espacios domésticos. Según Alfredo Barón (2015):

La llegada tardía de los Cafés a Bogotá podía explicarse a partir de la usencia de vida nocturna y de la resistencia que las nuevas infusiones despertaba entre los bebedores de chocolate (...) esa ausencia de lugares públicos para la diversión era compensada con toda clase de saraos en casas privadas en las cuales se tocaba guitarra y se bailaba, se jugaba a los naipes y -como era de esperar- se tomaba chocolate, lo mismo que en Francia se tomaría té o, en Oriente café. (p. 16).

Pero a inicios del siglo XX gracias al proceso de industrialización, después de la guerra de los Mil Días, la ciudad se expandió y los ciudadanos empezaron a reapropiarse del espacio público, surgiendo así nuevos espacios de sociabilidad moderna como el Café. De acuerdo con Alfredo Barón (2015):

La referencia más antigua de los Cafés en Colombia aparece en el *Almanaque de Bogotá y Guía de Forasteros* del año 1886. En medio de confiterías, pastelerías, fondas y hoteles, casas de asistencia, cigarrerías, panaderías, heladerías, bodegones y pesebreras sobresale, los que según parece, fueron los primeros establecimientos de esta naturaleza en el país: el Café y licores Italiano situado en el número 24 de la Calle Oriente, y el Café de la Unión, emplazado en la Calle Ecuador a la altura del número 70. (p. 16).

Este acoplamiento del Café con diversos espacios de sociabilidad y actividades económicas, dejó una serie de ambigüedades en el uso de la palabra que hoy se traduce en distintas tipologías, tales como: *Café, cafetín, cafetería, pastelería, café-restaurant, café-internet, barra o tiendas de café*, entre otros. A continuación se trabajaran algunas tipologías, cada una con un imaginario colectivo asociado, unos usos y unas prácticas particulares.

En primer lugar, los *Cafés* son lugares de encuentro, de intercambio social, de observación de lo humano. "Su vitalidad ha sido siempre la de un lugar (...) entre lo privado y lo público, de comunicación de espacios y comunicación de personas" (Bonet, 2012, p. 14). Posee una esencia que lo distingue del resto de espacios de sociabilidad (como cines, restaurantes, clubes, bares o discotecas) y es la de ser un lugar donde caben todas las expresiones culturales: arte, cine, literatura, política, poesía, bohemia, música, etc., todas tienen cita en un Café. Asimismo se diferencia del resto porque su actividad económica y social gira en torno a la bebida, la atención es personalizada, la presencia masculina es dominante y la decoración posee la facultad de darle ese toque antiguo a sus muros, a través de objetos antiguos o envejecidos y fotografías en tono sepia, blanco y negro. De igual forma son sitios únicos y personales donde cada detalle, si bien devela la identidad del lugar, hace referencia a las preferencias de sus dueños, como si fueran una extensión de su personalidad con sus pasiones, gustos, manías y hasta fobias impresas.

En segundo lugar, los *cafetines* ubicados antiguamente en San Victorino, desde el imaginario colectivo bogotano, eran lugares de "mala muerte" o de "bajo mundo", según Ramiro Ortiz, cliente de Oma:



Los "tales cafetines" eran de estrato bajo, frecuentados por personas de bajo nivel y eran atendidos por coperas. En el mismo establecimiento estaba todo: tú llegabas allá, te tomabas el tinto o la cerveza, te atendía la niña, negociabas y a veces te ibas con ella. (Entrevista 07 noviembre de 2015).

Gonzales Toledo (1973) los describe como:

Cafetín arrabalero, uno de los cafecitos de San Victorino que son remansos de camioneros y de picaros de corto alcance, que en el toca-discos, en la cerveza y en la copera complaciente encuentran las tres dimensiones de su mundo y el refugio de atormentados que en la mesita arrinconada tienen el apoyo mínimo para pasar unas horas de sueño. (p. 88).

Las características de los Cafés antiguos o bien llamados "cafetines" ya no se conservan, que era ser atendido por señoritas que de vez en cuando le ofrecían un cariñito. Estos lugares fueron parte de la bohemia bogotana, allí terminaban los clientes de Café a eso de las 2 o 3 de la mañana. (Entrevista Jaime Díaz, tertulio del San Café, 18 de noviembre de 2015)

Su ambiente claroscuro, asociado a la cultura argentina y antioqueña, servía como lugar de encuentro para los amantes del tango y la música popular (pasillos, bambucos, torbellinos). Pese a esto, la asociación de las coperas con trabajadoras sexuales volvió a estos espacios tabú y pronto habrían de desaparecer en el centro de la ciudad, a excepción del *Mercantil* y *Mi Viejo Alemán* que aún sobreviven.

Los únicos cafetines que sobreviven en el Centro son Mi Viejo Alemán y El Mercantil. Todas las quincenas se encuentra atiborrado de viejitos que buscan compañía, el más joven tiene 70 y la más joven 18. En el día tiene la particularidad de vender solo tinto, pero en la noche los pensionados beben licor y las coperas champaña. Esa es la forma en

que le sacan la pensión a los viejitos. Esos son los únicos que conservan la tradición de los cafetines de Bogotá. Las coperas funcionan en este sentido: sientan al cliente, le hacen la charla, le dicen que si pueden tomar con ellos y si les dice que si la copera gana un porcentaje a través de una ficha simbólica, es decir ese trago trae un recargo; una parte para la dama y otra parte para el cafetín. Al final del día ella recoge su equivalente. La tradición era que las mujeres al final de la jornada se iban con los clientes, pero hoy día como que no es así, se ha perdido esa tradición. Muchas veces lo que hacen es que le dicen al cliente que si se van con él pero cuando termina la jornada aparece el galán y se desaparecen. La virtud de ellas es hacer que los clientes consuman hasta el final y dejen la plática ahí. El 80% de los clientes son pensionados que van a hablar, para que los escuchen, por desahogarse y el otro 20% si son verdecitos que van a mirar. La gente viene aquí para hablar de temas culturales, allá la finalidad es totalmente diferente. (Entrevista Darío Domínguez, contertulio del San Café, 18 de noviembre de 2015).

En tercer lugar, las *cafeterías* y *pastelerías* más antiguas de Bogotá se caracterizan por ser lugares de encuentro que recogen una gran tradición gastronómica en torno a la preparación de pasteles y amasijos, acompañados por bebidas como chocolate, té, tinto, perico y kumis. Históricamente “el oficio de hacer pan en Colombia inició en la Colonia y se complementó en el siglo XIX con la llegada de europeos que introdujeron el arte de la pastelería y la bizcochería a la ciudad” (Lasso, Rodríguez, Barón y Pizano, 2014, p.1). Con el tiempo estas recetas fueron apropiadas localmente y transmitidas de generación en generación, siendo elaboradas artesanalmente en casa durante décadas, hasta convertirse en una costumbre bogotana denominada “ONCES”, que es la forma coloquial de llamar a la comida de media tarde, cuyo significado proviene según Lasso et al. (2014):

De un relato popular santafereño donde los hombres para irse a tomar aguardiente sin que las mujeres lo notaran, reemplazaban la palabra aguardiente por el número de letras que contiene la misma palabra: once. De esta manera decían “camine a tomarnos un once”. Con el transcurrir del tiempo, el término se amplió para el acto de tomar chocolate, queso, tamal, mantecadas, pan de yuca, almojábanas y colaciones. (p. 4).

Muchas cafeterías y pastelerías de los años 40 como *La Florida, la Benalcázar y la Fontana*, al igual de los Cafés de la época, fueron socializadas por grupos de tertulia, vanguardias literarias y líderes políticos que trascendieron la historia del país, incluso exiliados judíos y centro europeos afectados por la Segunda Guerra Mundial.

Actualmente en el Centro se pueden encontrar desde: pastelerías francesas y santafereñas, hasta tiendas de barrio con la figura de panaderías y cafeterías locales. Todas con una oferta gastronómica variada y se caracterizan por: el uso de bandejas de plástico, las tradicionales grecas de la “Casa de la Greca”, vitrinas al frente o al costado, mesas cuadradas o redondas incrustadas al piso o sueltas, atención personalizada y la asistencia de un público variado.

Se puede decir que “lo bogotano en términos gastronómicos tendría que ver con cómo nos hemos apropiado de determinados alimentos y cómo los preparamos, la relación que hemos entablado con nuestro medio ambiente influencia de la gastronomía europea” (Lasso et al., 2014, p. 3).

## 6 Historia de los Cafés en el Centro de Bogotá

La historia de los Cafés está íntimamente ligada a la historia del país y de Bogotá porque en estos espacios públicos se produjeron toda clase de sociabilidades, que no solo se gestaron siglos atrás, sino que contribuyeron al desarrollo científico, político e intelectual del país. Es el caso de las tertulias y los grupos clandestinos del siglo XIX y principios del XX como: la Tertulia del Buen Gusto, el Círculo Literario de Antonio Nariño, la Tertulia Eutropélica, el Observatorio Astronómico, el Mosaico y la Gruta Simbólica, todas ellas reseñadas en el escrito de *Cafés y tertulias literarias* de Ricardo Rodríguez Morales.

Estas tertulias fueron las más reconocidas del territorio neogranadino, su costumbre fue reunirse en espacios privados como casas y salones para degustar bebidas sociales como el chocolate, té y café y al mismo tiempo discutir asuntos científicos, políticos e intelectuales que darían advenimiento a la revolución independentista. Cabe señalar que el café marcó el tránsito de la Bogotá santafereña a la Bogotá cosmopolita; la primera definida por costumbres coloniales como el hecho de tomar chocolate y la segunda por los principios de la ilustración ideados, de cierto modo, en los Cafés europeos.

Según Alfredo Barón (2015) "Entre 1866 y 1992 el Café bogotano presentaba su forma más incipiente. Durante ese tiempo apenas existieron veinte Cafés" (p. 18), que eran una especie de híbridos entre licorerías, billares y lugares de tertulia no alcoholizada. Algunos de ellos gozaron cierta fama en Bogotá por albergar los miembros de la Gruta Simbólica, el primer grupo de intelectuales que pasó de la tertulia privada a la reunión en espacios públicos. Entre ellos se encuentra: la Botella de Oro, La Gran Vía, la Gata

Golosa y la Rosa Blanca, que junto a bares, cantinas, piqueteaderos, burdeles y chicherías, sirvieron como los principales puntos de encuentro de la ciudad y también como refugio para los ciudadanos asustados por la Guerra de los Mil Días.

Posteriormente, gracias al proceso de urbanización e incipiente industrialización vivido en la primera mitad del siglo XX, la ciudad se expandió y los ciudadanos empezaron a reapropiarse del espacio público, surgiendo así nuevos espacios de sociabilidad como Clubes, Salones de té, Hoteles, Cines y Cafés propiamente dichos. Que poco a poco fueron volviéndose escenario de discusión política.

Camilo Monje (2011) afirma que:

Los hombres hacen uso de los lugares de encuentro cotidiano, como el Café, la Calle o la plaza, con el ánimo de poner en común, de sociabilizar las diferentes opiniones que se tienen sobre los gobiernos y las políticas de Estado. Los espacios de uso común aparecen ligados, desde un principio, con los avatares políticos de los gobiernos. Espacios en donde se pone en juego la legitimidad de las autoridades de acuerdo con la opinión del pueblo. (p. 146)

Para ese entonces la ciudad empezaba en lo que hoy se conoce como las Cruces y terminaba en San Diego. La mayoría de los Cafés se ubicaban sobre la Calle 2 hasta la Calle 26 con Carrera Séptima, pero los más importantes quedaban sobre la "Calle Real" conocida hoy como la Carrera Séptima, entre la Calle 11 y 16.

Había cafés en todas las ciudades principales de Colombia; en Medellín estaba el Globo y la Bastilla; en Barranquilla el Café Colombia, en Cali el Café Versailles y en Bogotá el Riviere y el Pensilvania. Cada ciudad se distinguía por un tipo de encuentro o tertulia particular: los Cafés de Medellín por ejemplo eran un poco más bohemios, su

encuentro giraba en torno a la poesía y el tango. Mientras que en Cali la salsa, el cine y la literatura eran los temas centrales y tenían cita en heladerías que también funcionaban como Café. En cambio los de Bogotá se distinguían por albergar una población más académica, de tinte político e intelectual.

No obstante, a mediados del siglo XX, surgió una nueva intelectualidad llamada “de café”, en oposición a la formada en la academia. Ricardo Rodríguez (1991) señala:

El comercio de libros, periódicos y revistas que disfruta de cierto auge en las ciudades, propicia que un grupo social en ascenso que no puede o no quiere formarse universitariamente pueda prepararse intelectualmente. (...) los escritores más notables, en adelante, son autodidactas, con poco o ningún tipo de estudio universitario. (p. 234).

En los años 20 las personas que venían de provincia y ejercían una profesión, por lo general lo hacían de manera autodidacta. Es el caso de muchos periodistas, escritores y caricaturistas, que fueron aprendiendo su oficio apoyando labores menores en diarios o periódicos locales. Para estas personas los cafés de Bogotá se convirtieron en aulas de clase, escuelas del pensamiento moderno, cuyos maestros, colegas y amigos serían grandes intelectuales y artistas de la época como: León de Greiff, Gabriel García Márquez, Omar Rayo, Hernán Merino, Emilia Pardo Umaña, Ciro Mendía, Leo Matiz, Marco Ospina, Lucy Tejada, Jorge Rojas, entre otros.

Pero estos espacios no eran del todo públicos, su ingreso era restringido, solo podían ingresar socios o personas que compartieran la misma afinidad intelectual o política. Para cada asociación había un Café diferente, estaba el de los comerciantes, el de los estudiantes, el de los abogados, el de los poetas, por no mencionar los “Cafés literarios”

de la primera mitad del siglo XX, donde se reunían intelectuales de toda índole para dar rienda suelta a las vanguardias literarias Europeas que llegaban a Latinoamérica.

En 1912 aparecieron los primeros Cafés literarios: el Windsor y el Café Inglés. Allí se forjó inicialmente el grupo de los Centenaristas "aquella generación que, por sentimiento y pensamiento patriótico, querían superar el abismo que existía entre conservadores y liberales" (König, 1999, p. 8), posteriormente llegaron los Arquilókidas, los Centenarias y los Nuevos, un grupo de intelectuales que "se enfrentaron con la sociedad señorial y centralista abriendo nuevos rumbos a la actividad literaria e intelectual colombiana" (Rodríguez, 1991, p. 236). Entre sus miembros estaba: León de Greiff, Luis Tejada, Ricardo Rendón, Hernando de la Calle, José Umaña Bernal, Juan Lozano, entre otros.

En los años treinta y cuarenta surgieron nuevos Cafés como la Cigarra, el Victoria, el Asturias y la Fortaleza, a ellos se adhirieron grupos literarios como los Piedracielistas y los Cuadernícolas. Pero el clima político del 9 de abril de 1948, puso fin a las tertulias tal cual se conocían en la ciudad. Esta época conocida como el Bogotazo dividió el siglo en dos: la ciudad quedó destrozada tras los incendios y disturbios producidos por la muerte de Jorge Eliécer Gaitán, comenzó la época de la violencia en Colombia, la vida pública nocturna quedó rezagada por un tiempo, los espacios de socialización cambiaron radicalmente y se implementaron nuevas políticas de higienización, exclusión y represión.

Establecimientos públicos como las chicherías desaparecieron de la escena bogotana, para abrirle paso las tiendas expendedoras de cerveza, representantes de la nueva

sociedad obrera y los cafés sufrieron medidas represivas que casi los llevan a su desaparición.

Camilo Monje (2011) comenta:

Los avatares que sufrieron los cafés de Bogotá; establecimientos que se ubicaron en la encrucijada, pues no se despidieron de las calles, como sí lo hicieron las chicherías, pero tampoco renacieron completa y felizmente a la manera de las tiendas populares. Los ministerios de Higiene y Policía buscaban “civilizar” los cafés, tanto desde un punto de vista higiénico y salubre, como desde una nueva moral ciudadana que se implementa con el ánimo de detener el espíritu subversivo que puede tener lugar en este tipo de espacios. (p. 13).

A raíz de la destrucción del Café Asturias y la Fortaleza, tras el Bogotazo, surgió el Automático que fue para los años cincuenta lo que el Windsor para los años veinte; cenáculo de artistas e intelectuales y cuna de la cultura en Bogotá. Allí, León de Greiff llegó al cenit de su carrera y se consagró como el intelectual por excelencia del Café bogotano, se impulsaron revistas como *Mito* y *Crítica* y se permitió el ingreso de mujeres a espacios propiamente masculinos.

Cabe señalar que antes de los años 60 el papel de la mujer en la sociedad colombiana estaba reservado a las labores domésticas o en el caso de mujeres cabezas de hogar a la economía familiar, es decir ejerciendo labores de confección, cocina, lavado de ropa y enseñanza, para poder obtener un ingreso mensual. Solo hasta inicios del siglo XX, con el mandato de Carlos E. Restrepo, se dio oficialmente apertura al mercado laboral femenino. Pese a esto, la presencia de mujeres en los Cafés seguía siendo mal vista, pues se decía que a los solamente iban “coperas”.



Isabela Portilla (2015) describe este oficio:

Copera es el nombre que desde los años treinta se les daba a las mujeres que "servían las copas" en establecimientos antiguamente atendidos solo por camareros. Con el tiempo "copera" se convirtió en la mujer que tuvo entre sus funciones hacer tomar una copa de más a los clientes de los Cafés. En un principio la palabra carecía de matiz despectivo. A los hombres que ejercían el oficio se les llamaba igual: "coperos". Sin embargo, en los años cuarenta a raíz de los escándalos que protagonizaron algunas mujeres de bar, la palabra "copera" adquirió una connotación peyorativa. Copera entonces era la dama, que sin ser prostituta, servía de compañía. De paño de lágrimas. De cómplice. De amiga entrañable. De mendiga de unos cuantos pesos. De enfermera de almas rotas. Y hasta de amante. (p. 220)

Pero en los años 60 las políticas de inclusión y emancipación femenina permitieron que otro tipo de mujeres accediera a los Cafés, fue el caso de la periodista Emilia Pardo Umaña, la pintora Josefina Torres, la crítica de arte y escritora Martha Traba Taín, Fanny Mikey, entre otras mujeres que se apropiaron de estos espacios a la par de sus colegas masculinos.

Cuenta Antonio Montaña que en una ocasión un policía instigó a Emilia Pardo para que se saliera del café y al preguntar el motivo por el que debía salirse recibió un "¡Es que aquí ni siquiera hay baño para las señoras!" a lo cual Emilia respondió: "¡Ahh no!, tranquilo, yo orino parada. (Iregui, j. et al, 2009, p. 92)

Tal era el espíritu que impulsaba a las mujeres intelectuales de mediados del siglo XX.

Hecha esta salvedad, volvamos a los Cafés del siglo XX. El Cisne y el Excelsior fueron en los años 70 los Cafés de los Nadaistas. El Automático, por su parte, se mantuvo hasta 1980, momento en que los Cafés literarios empezaron a desaparecer. Fueron varias

las razones que influyeron en este sentido: la modernización de la ciudad, el crecimiento urbano, la violencia desencadenada tras el Bogotazo y la aplicación de políticas públicas centradas en la higienización, exclusión y represión. No quiere decir que la tertulia haya desaparecido de la escena bogotana, por el contrario trascendió los lugares de encuentro instalándose en otros espacios como: bibliotecas, casas, salones, clubes privados y nuevos Cafés. En el caso del Automático su tertulia se mantiene vigente en el San Café, ubicado sobre la Calle 18 con Carrera 6, gracias a las nuevas generaciones que lo fueron nutriendo.

Además de este, otros Cafés del Centro como el San Moritz, Pasaje y Mercantil hoy día conservan la bohemia y tertulia de los años cincuenta, pero a partir de 1990 nuevos espacios de socialización empezaron a surgir en la ciudad con dinámicas totalmente diferentes a las del Café literario, como los *Cafés Internet, barras o tiendas de Café Oma, Juan Valdez, Kaldivia, Diletto, Cafés contemporáneos* como *Arte y Pasión, San Antonio, Ibáñez y La Chata*. Los cuales han cautivado recientemente la atención de los bogotanos porque están incursionan en nuevas formas de experimentar el café, generando cultura alrededor de la bebida y apostando al consumo de cafés de origen y métodos de preparación de café filtrado.



- 3 Café Ibáñez: Calle 12 # 7-12
- 4 Café La Chata: Carrera 4 # 9-66
- 5 Café Oma Banco Popular: Carrera 7 A # 16-87
- 6 Café Juan Valdez Candelaria Centro Cultural: Carrera 6 # 11-20
- 7 Café Colonial: Avenida Jiménez # 9-62

### 7.1 Café Pasaje

Imagen 1. Fachada Antigua Café Pasaje



*Fuente: Periódico El Universitario. 2004.*

El Café Pasaje está ubicado en el primer piso del viejo edificio Santafé, característico por su estilo streamline<sup>3</sup> y construido en 1930 por la firma Casanova y Manheim.

---

<sup>3</sup> El streamline o estilo aerodinámico, fue una rama del estilo Art Decó tardío que tuvo su apogeo en el año 1937. Este estilo reemplazó el uso de líneas verticales por el uso de formas curvas, líneas horizontales largas y a veces elementos náuticos, como barandas y ventanas de portillo para la arquitectura urbana.

Exactamente en la Plazoleta del Rosario sobre la Carrera sexta con Calle 14. Este lugar es considerado patrimonio cultural de Bogotá por su trayectoria de más de 60 años y porque alberga algunos de los hechos históricos más memorables de la ciudad.

Su nombre proviene de "un desaparecido pasaje peatonal que iba de la Avenida Jiménez a la Calle 14, el cual separaba dos módulos gemelos que conformaban el edificio Santafé y que se encontraban uno frente al otro" (Barón, 2014, p.1). Tanto el módulo oriental como los demás edificios de la manzana, fueron demolidos en 1970 por el Distrito para mejorar el aspecto del Centro y construir la Plazoleta del Rosario, originalmente bautizada Plazoleta Guillermo León Valencia. "El pasaje en un principio y la plazuela posteriormente, se llenaron de Cafés (...) como el Tía Juana, el Rhin, el Granada, el Sorrento, el Tequendama (...) el Salón Fontana (1955), La Romana (1965) y La Plazuela (1974)" (Barón, 2014, p.1). Los primeros cinco desaparecieron por diversas circunstancias y los últimos tres aún sobreviven.

Imagen 2. Edificio Santafé y Pasaje peatonal 1970



*Fuente: Periódico El Tiempo. 2002.*

Según sus propietarios, Álvaro y Mauricio Vásquez, su padre Jorge Mario Vásquez Vélez (1926–1996), era un ingeniero que trabajaba haciendo tanques de depósito de combustible y un día simplemente le nació la idea de tener un Café. Entonces inauguró el Café Tía Juana, pero no conforme con éste, decidió comprarle el Café Pasaje en 1936 a Elías Toro, quien “según una nota de prensa de 1992 fue su primer dueño y el que mandó traer de Estados Unidos las mesas redondas de pata ancha que hoy se encuentran en el Café” (Barón, 2014, p.1).

Desde el momento en que Jorge Vásquez adquiere el lugar se empezaron a celebrar una serie de tradiciones deportivas, que hoy día están marcadas en la memoria de los bogotanos tales como: las apuestas del 5 y 6, la fundación del Deportivo Independiente Santafé, la devoción por la tauromaquia y la vuelta a Colombia en 1951.

Entre los años cincuenta y ochenta, cuando se manejaba la hípica en Bogotá, el Pasaje era uno de los mayores lugares de apuestas del 5 y 6. Las apuestas eran organizadas por un sellador de carreras que se ubicaba en la entrada del establecimiento. De acuerdo con Álvaro Vásquez, los días martes y sábado los aficionados apostaban y sellaban las carreras para el miércoles y el domingo, momento en que asistían cientos de personas a tomar tinto, apostar a los jockeys y los caballos, llenar formularios, escuchar las carreras en la radio y recibir informes.

Según Rafael Reyes y Arnulfo García, clientes veteranos del Pasaje, esta época era bastante emocionante y además del Pasaje, había otros Cafés donde se podía apostar al 5 y 6, entre ellos el más reconocido era el Toboso donde se sacaban los datos de las carreras, llegaban los jinetes y preparadores que mantenían con la revista Meta debajo del

brazo y acudían las personas que vivían de “darle el dato”, a quienes no sabían por quién apostar.

Otro hecho deportivo, erróneamente relacionado con el Café Pasaje, es la fundación del Deportivo Independiente Santafé. De acuerdo al historiador Alfredo Barón (2014):

La versión oficial de la historia dice que el 28 de febrero de 1941 en una de las mesas del desaparecido Café Rhín, ubicado al frente del Café Pasaje, fue fundado el Santafé por Gonzalo Rueda Caro y Ernesto Gamboa Álvarez, estudiantes de Derecho del Rosario, que se reunían allí para hablar de política y de fundar un equipo de fútbol compuesto por ex-alumnos del Gimnasio Moderno. Como el Café Rhín desapareció con la demolición del edificio Santafé, la memoria bogotana desorientada relacionó inmediatamente al Café Pasaje con la fundación del famoso equipo de fútbol. (p.1)

En la década de los 50 también era muy común ver los domingos a empresarios y críticos de la “fiesta brava” comentando la jornada y planeando las temporadas taurinas de la Plaza de Toros la Santamaría, inclusive ver a toreros como Pepe Cáceres y Manolo Zúñiga Villaquirán. Este espectáculo tradicionalmente se realizaba todos los años en el mes de enero, pero a mediados de 2012 fue clausurado por el exalcalde Gustavo Petro, quien mediante una resolución puso fin a las corridas de toros en Bogotá. Tal decisión fue revocada en 2014 por la Corte Constitucional, exigiendo como plazo máximo para su apertura el mes de enero de 2017. Con este fallo la “fiesta brava” vuelve a Bogotá y muy seguramente el punto de encuentro de su fanaticada será el Café Pasaje. Otro hecho fue la Vuelta a Colombia de 1951, que según Mauricio Vásquez, fue ideada en este mismo sitio.



Imagen 3. Contertulios Café Pasaje



*Fuente: El Espacio. 18 de marzo de 1966.*

Al Pasaje se le reconoce por su tradición política. Según Antonio Valencia Salazar, periodista y contertulio del Café Automático "el Pasaje era un lugar de puros políticos y abogados en los años 50". Este referente social aún permanece en la memoria vigente de sus clientes más antiguos, quienes recuerdan la presencia del político Alfonso Palacios Rudas, declarando célebres discursos a abogados y estudiantes de derecho del Colegio el Rosario, también la presencia Gilberto Alzate Avendaño, Eduardo Santos, Belisario Betancourt, Antanas Mockus, Carlos Lemos Simmonds, Andrés Pastrana cuando era estudiante, entre otros políticos permanecían horas resolviendo el país alrededor de una taza de café.

También asistían periodistas como Enrique Aguirre López, alias Ci-Mifú famoso por sus sátiras y discursos políticos, Hernando Santos Castillo y Guillermo Cano jefes de



redacción de los diarios El Tiempo y El Espectador, así como otros periodistas que trabajan en el sector.

En ese tiempo las únicas mujeres que podían entrar eran las que iban a la plaza de toros y las empleadas del Café. Las primeras según Álvaro Vásquez "eran mujeres adineradas, muy elegantes y con gran personalidad, que usaban sombreros tan grandes que si hubieran tenido televisores no los habrían dejado ver" y las segundas eran "mujeres laboriosas y disciplinadas" una de ellas fue Bertha Morales, quien trabajó allí durante sesenta años y supuestamente fue la que le dio el vaso de agua a Jorge Eliécer Gaitán cuando cayó herido en el atentado de 1948. Ya después de los años 60 empezaron a llegar más mujeres, sobre todo periodistas y estudiantes de derecho como la Concejal Luz Castilla de Melo.

El Café ha cambiado mucho desde su fundación; con el tiempo se diversificó la clientela, las tertulias fueron transformándose en conversaciones triviales, cambió la música y se subió el volumen, desapareció la hípica y las corridas de toros para abrirle camino a otras prácticas deportivas como el fútbol, golf y tenis, transmitidos ya no por radio, sino en televisores de plasma. Lo mismo ocurrió con su apariencia física; antes de los años 90 los muros eran azules, no había cuadros, televisores ni luces de neón, era más bien un Café clásico donde la música se escuchaba a bajo volumen. De acuerdo con el historiador Alfredo Barón (2014) "Esta era la época en que al Café Pasaje se accedía por dos entradas laterales y contaba con un aviso vertical representado por una herradura que desapareció" (p.1). Ya en los años noventa el puesto del 5 y 6 pasó a ser un puesto de

chance y más adelante las dos entradas laterales fueron remplazadas por una entrada central única.

En 1992 Jorge Vásquez decide retirarse del negocio y cederlo a sus hijos Álvaro y Mauricio Vásquez, quienes lo transformaron completamente hasta convertirlo en lo que es hoy día: un Café que combina lo moderno con lo antiguo y conserva la tradición deportiva al estilo de los Pub ingleses.

Imagen 4. Fachada Actual del Café Pasaje



*Fuente: Autor. 2015.*

Actualmente, su fachada está compuesta por dos ventanales y una entrada central, dos letreros de Heineken y en la parte superior grandes letras negras formando las palabras Café Pasaje. Al costado sur se encuentra el Café-Bar la Plazuela, la Universidad del Rosario y la Plaza de Bolívar; al norte el Café-restaurant La Romana, la Avenida Jiménez y el Museo del Oro; al oriente la Plazoleta el Rosario y los Cerros Orientales; al occidente la Carrera Séptima.

La entrada está conformada por dos puertas metálicas cafés con vidrios alargados, un zaguán en madera color marrón oscuro, espejos laterales y publicidad de cerveza

Budweiser, Club Colombia, Heineken y Coca Cola. El interior es un salón rectangular sin divisiones, compuesto por muros de color verde menta, una columna al costado occidental y zócalos en madera a mitad de pared.

Los muros del costado norte están decorados con afiches enmarcados de Café de Colombia, lugares turísticos como la Catedral de Sal de Zipaquirá y Villa de Monguí, bandejas coleccionables de Budweiser, Club Colombia, Heineken y Coca Cola, placas de autos de Estados Unidos, tres palos de golf, un afiche de la Peña Taurina de La Macarena, un letrero redondo de Coca Cola en luces de neón, una colección de afiches de Club Colombia de los años cincuenta y en medio un televisor plasma.

Imagen 5. Costado norte Café Pasaje



*Fuente: Autor. 2015.*

Al costado occidental se hayan tres puertas en madera, una para la bodega y dos para el baño de mujeres y hombres; en medio, la puerta de una nevera blanca antigua y más afiches de Café de Colombia; encima, dos entrepaños en madera con botellas de cervezas internacional, barriles de Heineken y Beck's, dos baldes metálicos de Red Bull, botellas de té Hatsu, objetos antiguos como una plancha de carbón, un teléfono de disco y una lámpara de gasolina; al lado un letrero redondo de cerveza Águila en luces de neón, varios afiches de Cartagena, la Guajira, el Caribe y Pacífico colombiano, un barril de madera sosteniendo una despulpadora de café oxidada, encima la fotografía en blanco y negro de Jorge Vásquez tomando café, un letrero redondo de Pepsi en luces de neón y una pizarra con los precios de todas las bebidas.

A la izquierda, justo frente a la entrada, se encuentra la barra posicionada estratégicamente para tener una visión panorámica del lugar, desde donde el personal puede interactuar fácilmente con los clientes, sin perder detalle de todo lo que ocurre a su alrededor. Esta barra funciona como una especie de "mostrador" o es una especie de "altar", donde se sitúan los objetos más preciados entre ellos: tres grecas gigantes fuera de uso pertenecientes al desaparecido Café Luis XV, una máquina espresso Gaggia, un molino de café Rancilio, dos neveras pequeñas de cerveza Corona y Red Bull, varios utensilios de cocina y una máquina registradora antigua usada desde 1936.



Imagen 6. Barra Café Pasaje



*Fuente: Autor. 2015.*

Detrás de la barra tres estantes en madera; el primero, surtido con paquetes de papas fritas y cerveza Heineken; el segundo, con paquetes de maní salado, botellas de tequila José Cuervo, aguardiente Néctar y Antioqueño, Ron Viejo de Caldas, Wiski Red Label y cerveza Tres Cordilleras y en el tercero varias latas de cerveza importada, vasos y botellas de colección, una jirafa de cerveza Club Colombia con tapas en su interior, una cantera antigua, un cactus en porcelana y el escudo dorado de Club Colombia. A ambos lados una nevera de Club Colombia y otra de Coca Cola, sobre ellas tres jirafas de cerveza con tapas en su interior, botellas de licor y vasos de colección, posteriormente una nevera pequeña de Heineken con objetos de la misma marca como: un barril de cerveza pequeño, un balón de futbol y dos botellas de cerveza.

En la parte superior, adosados a la pared, un letrero redondo de Heineken en luces de neón, varias placas de autos de Estados Unidos, el nombre del Café Pasaje escrito con luces de neón color rojo y un televisor plasma. Al costado noroccidental una columna cuadrada con zócalo en madera y en la parte superior una placa del programa Bogotá en un Café, tres palos de golf, un afiche de la Alianza de las Siete Tazas y un extintor antiguo.

Imagen 7. Greca Café Pasaje



*Fuente: Autor. 2015.*

En el costado sur se haya: un entrepaño de madera con CD's, una radiola antigua y una vitrola, colgando del mueble una bandera de Harvard y otra de los Yankees de Nueva York, seguido por un reloj digital metálico con forma ovalada, un letrero redondo de cerveza Miller Lite en luces de neón azul, más bandejas coleccionables, un tablero de corcho con clasificados alusivos al Café Pasaje, un afiche de Curro Romero en la plaza de

Madrid, una sección con fotografías enmarcadas del atentado de las Torres Gemelas; en medio, un viejo reloj de madera con forma octagonal y debajo la famosa placa donde se lee "Independiente Santafé a Café Pasaje. En reconocimiento por su aporte en 62 años de historia Cardenal"; seguido por varios afiches de Café de Colombia, un cuadro con la estrella de David y una bandera de fútbol del Barcelona.

Imagen 8. Costado sur Café Pasaje

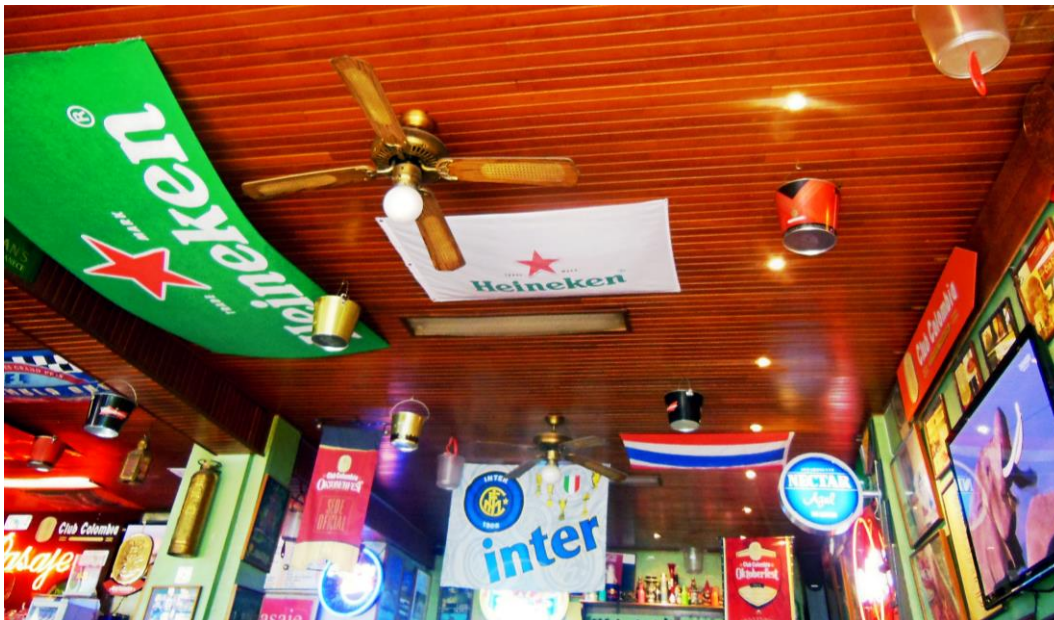


*Fuente: Margarita Mejía-IDPC. 2015.*

Este es el único Café que utiliza su techo como galería para exponer banderas de fútbol del Real Madrid y Barcelona, de Estados Unidos, Colombia, de la Fórmula Uno traída de Indianápolis, también banderas de cerveza como Budweiser, Heineken y Club Colombia Oktoberfest, baldes metálicos de las mismas marcas, publicidad de Ron Havana club y Lucky Strike, objetos antiguos como faroles, lámparas de gasolina y un ventilador en madera.



Imagen 9. Techo Café Pasaje



*Fuente: Autor. 2015.*

De lado a lado, en hileras verticales, están ubicadas las sillas y mesas metálicas traídas de Estados Unidos en la primera mitad del siglo XX. Las sillas poseen un espaldar y sillón tapizado en cuero rojo y las mesas poseen una estructura redonda que permite compartir la mesa con desconocidos, algo muy común en la época de las tertulias. De la época de Jorge Vásquez se conserva las sillas, las mesas, las grecas, la registradora y la puerta de una nevera, el resto como la rocola, el extintor, las lámparas y la radiola han sido compradas en casas de antigüedades. Las placas y otros objetos modernos han sido comprados por los hermanos Vásquez cuando viajan fuera del país.

En cuanto a la dinámica del lugar, el Café abre sus puertas a las 9:00 am y a medida que avanza la semana se va cerrando más tarde; de lunes a miércoles a las 11:00 pm y de jueves a sábado a las 3:00 am. Si uno pasa caminando a las 8:00 am se puede observar, desde el ventanal, a las meseras haciendo aseo mientras los clientes esperan ansiosamente



fuera del establecimiento. Ya a las 9:00 am ponen a funcionar la greca Gaggia que es el pulmón del negocio y poco a poco van ingresando todo tipo de personas: trabajadores del sector, pensionados, esmeralderos, abogados, mujeres, turistas, estudiantes de universidades aledañas, fanáticos deportivos, ejecutivos, etc. en su mayoría hombres mayores de 40 años.

Estas personas se sientan con periódicos o libros en la mano, solos o acompañados, observan en el televisor deportes o programas extranjeros y esperan pacientemente a que una de las meseras los atienda, ellas observan desde la barra la señal y se acercan ágilmente a tomar el pedido. Después de unos 5 a 10 minutos llegan y sirven el café de una forma que, en cierto modo, reproduce las costumbres de antaño donde se servía el brebaje ennegrecido en una taza y platillo de loza blanca, ambos marcados con el logotipo Café de Colombia, dos terrones de azúcar cuadrados y un mezclador oscuro. Esta presentación solo se encuentra en ciertos Cafés tradicionales como el San Moritz y el Mercantil. Por lo general las bebidas que más se consumen en la mañana son tinto, aromática y gaseosa. Ya al mediodía, después de almorzar llegan personas de todo lado y el Café se llena casi completamente. El televisor sintoniza las noticias y de fondo se escucha el cotilleo de los asistentes, el sonido de la greca, la moledora de café, las tazas chocando y música colombiana intercalándose entre bambucos, guabina, vals y romántica.

Imagen 10. Un tinto en el Cafe Pasaje



*Fuente: Margarita Mejía-IDPC. 2015.*

A las 2:00 pm las personas vuelven a sus puestos de trabajo y el Café se desocupa hasta las 3:00 pm, cuando cesa la restricción de venta de licor, que va de 10:00 am a 3:00 pm, en establecimientos que quedan a 200 metros de universidades. Desde ese momento empiezan a acumularse botellas de cerveza sobre las mesas y la música cambia a boleros, tangos y carrilera.

El Café Pasaje, al igual que el San Moritz, el Mercantil y la Pastelería La Fontana, conservan un sistema tradicional de fichas para llevar las cuentas del lugar donde: cada mesera maneja 50 fichas, cada una con un valor de \$1.900; cuando una persona pide una bebida, cada mesera entrega al administrador una ficha en vez de dinero, si el producto excede este valor se completa con más fichas hasta que se acaban las 50, en ese momento

le entregan al administrador \$95.000, este anota en un papel una línea y vuelve a iniciar el ciclo hasta finalizar la jornada. Por su parte, las meseras llevan la cuenta dejando acumular las botellas o vasos sobre las mesas.

Imagen 11. Sistema de fichas Café Pasaje



*Fuente: Autor. 2015.*

A las 6 de la tarde el Café se transforma completamente: se cierra la greca y solo se venden bebidas alcohólicas, se llena completamente, los clientes se van animando y a medida que transcurren las horas van subiendo el tono de voz, las mesas se colman de botellas de cerveza, ron o aguardiente, los ánimos se vuelven más festivos o confrontadores, el olor a alcohol se mezcla con el humor masculino y el cuero reluciente de la silletería y la música aumenta de volumen, cambiando a ritmos más alegres y movidos. Ya a la 2 o 3 de la mañana muchos están ebrios, entonces los dueños apagan la

música, piden la cuenta, cierran la caja, recogen las sillas y cierran el lugar. Esto sucede por lo general los días jueves, viernes y sábado, mientras que los lunes, martes y miércoles cierran a las 11:00 pm, a menos que juegue la Selección Colombia o algún equipo local.

Imagen 12. Partido de Colombia Café Pasaje



*Fuente: Autor. 2015.*

Cuando juega la Selección Colombia la ciudad se paraliza y los bancos, universidades e instituciones cierran temprano, para dar vía libre al espíritu ludópata. Esos días el Café se llena tanto, que cierran sus puertas media hora antes de iniciar el partido, reservándose el derecho de admisión debido a la gran afluencia de público, el ritmo se acelera, aumenta el consumo de alcohol, los espectadores impacientes observan el

televisor, otros conversan y algunos juegan cartas, pero cuando inicia el partido todos se unen en una sola voz y empieza la celebración o el sufrimiento.

Para terminar, es preciso señalar que desde siempre el Café Pasaje ha sido privilegiado por su ubicación; ya sea en los años 40 cuando era una cuadra de solo Cafés o en los años 50, cuando estaba cerca a los diarios El Tiempo y El Espectador o en la actualidad, cuando resulta tan central y la arquitectura del edificio llama la atención. Sin embargo, este privilegio se perdió en el año 2011 cuando Clara López lanzó, un decreto que prohibía la venta de licor de 10:00 am a 3:00 pm, en lugares que quedaran a 200 metros de Universidades. Esto perjudicó gravemente al Café porque su sostenimiento depende enteramente de bebidas y muchos de sus clientes, entre ellos extranjeros, dejaron de frecuentarlo; lo cual bajó las ventas y acorraló a sus propietarios, hasta el punto de hacerlos pensar en negociar el Café con Starbucks o BBC. Actualmente la ley sigue en curso, así mismo el riesgo de que el Pasaje desaparezca y con él, uno de los referentes culturales más importantes de la ciudad.

## 7.2 Café Sant Moritz

Imagen 13. San Moritz visto desde la Carrera 8 con Calle 16



*Fuente: Autor. 2015.*

El San Moritz es un Café emblemático de Bogotá con más de 70 años de historia, ubicado en el primer piso de una vieja casona estilo republicano sobre la Calle 16 entre la Carrera Séptima y Octava del barrio La Veracruz, antigua *Calle del Arco* hoy conocida como el *Callejón de los librerios*. Para llegar allí es necesario bajar desde la Carrera Séptima y cruzar en medio de las Iglesias La Veracruz y la Orden Tercera, donde antes de 1876 se hallaba un arco de origen colonial que separaba los conventos de ambas iglesias. Actualmente el callejón es una zona dominada por el comercio informal de libros de segunda y CD's, que contrastan con la arquitectura colonial y republicana que aún se mantiene.

Su nombre proviene al parecer de la región vacacional Engadin St. Moritz, ubicada al sur de los Alpes Suizos, donde Guillermo Wills solía viajar con su esposa. La casa está construida, según el historiador Alfredo Barón (2015), sobre un enorme solar que hacía parte del Convento de la Purificación de Nuestra Señora de los franciscanos, demolido en 1918 y donde posteriormente se construyó la casona que hoy alberga al Café. Esta pertenecía a Helena Gutiérrez de Wills, prima del presidente Eduardo Santos Montejo,



quien la recibió como herencia de sus padres y ellos a su vez de su abuelo" (Barón, 2015, p. 109).

Imagen 14. Guillermo Wills (segundo de izquierda a derecho)



*Fuente: Archivo familiar Fernando Wills. 1937.*

En 1937 Guillermo Wills Olaya, cirujano y esposo de Helena Gutiérrez, funda el Café San Moritz en compañía de su hermano Arturo. En el segundo piso funcionó su despacho, al igual que varias oficinas de Expreso Ribón y sastrerías de paños ingleses. A su muerte, en 1980, Helena decide donar la casa a la fundación Niños de los Andes, quienes la conservan en muy mal estado y actualmente es una inmobiliaria quien se encarga de venderla al mejor postor.

En 1963 Gustavo Vásquez, un barbero que trabajaba en el Hotel Granada, se asoció con Marino Hoyos y le compraron el Café a Guillermo Wills. David Vásquez, su hijo, cuenta que en ese tiempo el Café era muy fino porque a sus alrededores quedaban lugares importantes donde llegaban presidentes y personajes reconocidos de la época, como el

Gun Club y el Jockey Club, asimismo la Procuraduría, el Ministerio de Agricultura, la Gobernación de Cundinamarca, el Hotel Cordillera y el Edificio Avianca.

En ese tiempo el piso tenía la apariencia de un tablero de ajedrez, pero posterior a la compra de Gustavo Vásquez, fue sustituido por baldosas en cerámica. Su dueño revive la forma en que se vestían los hombres de la época:

La clientela era muy exclusiva, los hombres vestían con traje de paño, corbata, gabán largo, sombrero y paraguas. Cuando se sentaban a tomar tinto se quitaban su "sobretodo" y lo colgaban en un perchero de madera que todavía conservamos en la bodega, quedando vestidos con un pequeño chaleco de ceda lo más de chistoso porque era pequeñito y sacaban de allí su reloj de bolsillo. Esa era una época muy bonita donde la ciudad era como un pequeño pueblito que apenas empezaba a desarrollarse y no había tanto agite, las personas hablaban "chirriado" y todo era muy elegante. (Entrevista David Vásquez, Café San Moritz, 12 de agosto de 2015).

Un hecho que cambió la historia de los Cafés en Bogotá y que aún está presente en la memoria, fue la muerte de Jorge Eliécer Gaitán. David Vásquez menciona que cuando mataron a Gaitán una turba enardecida se dirigía al callejón de la Calle 16, pero en ese momento varias personas lograron cerrar la calle. Si no hubiera sido por eso y por la tendencia liberal del Café, la casa hubiera sido quemada como ocurrió con las edificaciones aledañas sobre la Carrera Octava, entre ellas la Gobernación de Cundinamarca. Después de eso el Café fue clausurado durante 15 días y la ciudad quedó consumida en llamas.



Imagen 15. Disturbios en la Calle 16 con Carrera 8



*Fuente. Sady Gonzales. 1948. Biblioteca Luis Ángel Arango.*

Cuando Gustavo Vásquez muere en 1986, el Café pasa a manos de sus hijos Hilda y David Vásquez, quienes lo atienden noche y día, repartiéndose su manejo; Hilda se encarga de administrarlo y David de atenderlo. Anteriormente el Café era atendido por nueve personas repartidas en dos turnos; dos meseros que atendían el salón principal, dos gariteros encargados de las mesas de billar, dos mujeres en la greca y una más en el platero. Pero en 2011 cuando Clara López prohibió la venta de licor después de las 11:00 pm en cigarrerías, tiendas de barrio, canchas de tejo, billares y supermercados, el San Moritz tuvo que clausurar las mesas de billar y reducir el personal a siete.

Sus dueños hoy se lamentan de este hecho porque los billares fueron parte fundamental del negocio, en principio lo que le dio el nombre de Café y Billares San Moritz en 1937, cuando Guillermo Wills importó las mesas de billar marca Champion de

Estados Unidos. Para David Vásquez cuidar de ellas había constituido el hecho que lo anclaría al Café por el resto de sus días, pues su padre hacía que cuidara de ellas cuando apenas era un niño. Incluso la actriz Isabela Santo Domingo posó para una revista en una de ellas.

En ese tiempo la distribución del Café era totalmente diferente: el primer salón funcionaba como Café, pero no estaban los baños ni había cuadros en las paredes; el segundo funcionaba como billar con dos mesas de seis bandas y el tercero tenía cuatro mesas de billar libre. Sus clientes eran principalmente cajeros del Banco Sudameris, funcionarios de la Procuraduría, la Registraduría y Avianca, quienes reservaban desde temprano las mesas para ir a jugar, luego de finalizar la jornada laboral.

Por esa época el Café era, en palabras de don David:

Una humareda, parecía una chimenea que siempre olía a cigarrillo mezclado con café. Se vendían paquetes de Piel Roja sin filtro y la gente era fume que fume. Al fondo se escuchaba el radiesito o música clásica reproducida en acetatos. Venía gente de todos lados a leer y a recitar poesía, también personas muy distinguidas como Germán Arciniégas y Otto Morales Benítez. La clientela era masculina pues a las mujeres el hecho de entrar a un café les daba mala fama, así solo entraran para buscar a alguien y en las tardes se tomaba cerveza Cabrito y Germania. (Entrevista David Vásquez, Café San Moritz, 12 de agosto de 2015)

Mauricio Torres, cliente antiguo del Café, lo recuerda como:

Un lugar emblemático donde se reunían muchas personas conocedoras de cine, teatro, era de mucha vida cultural. Tenían como ahora una música preciosa de boleros, Virginia López, la Sonora Matancera, Maria Victoria, esa música nos vencía porque hablaba de

los amores imposibles, de los amores que no osan llamarse "tal". Los tiempos han cambiado, a mí me da mucha nostalgia venir porque son tiempos que como las golondrinas ya nunca volverán. Aquí viene la misma gente que conozco de hace años y que se suceden las unas a las otras. En esa época la gente se vestía muy bien con trajes oscuros, elegantes, la gente hablaba de poesía, de arte, de cosas enriquecedoras. (Entrevista 16 de septiembre de 2015).

Así era el Café antes de que los hermanos Vásquez heredaran el negocio, quienes decoraron sus paredes vacías con imágenes antiguas de Bogotá y cambiaron el tipo de música, para darle más vida al establecimiento. Pero más allá de estos cambios el Café sigue siendo el mismo de los años 40: con su ambiente lúgubre, el tono pálido de sus paredes, el olor rancio y cuero envejecido de sus muebles, el tinto recién saliendo de la máquina espresso Faema, el mismo sistema contable y la atención personalizada de los camareros.

Excepto porque actualmente es reconocido como un lugar de encuentro LGBT, donde personas de todas las condiciones sexuales se relacionan sin el temor de ser estigmatizadas. Generalmente se dan encuentros fortuitos o deliberados que traen consigo todo un ritual y una semiología del coqueteo:

*Las miradas son caricias y las palabras besos. (...) En este Café si yo estoy interesado en una persona lo miro y si me sostiene la mirada le mando una cerveza, entonces con esa cerveza se abre la posibilidad de un encuentro casual bien sea en este corredor o cuando uno va a orinar. Si no se puede entonces se escribe en un papelito el teléfono y se lo deja con el mesero o se pone cita en otro sitio. (Mauricio Torres, Cliente San Moritz, 16 de septiembre de 2015).*

Esta situación ha generado todo tipo de controversias, así como algunas personas heterosexuales la aceptan y comparten sin prejuicios, otras por el contrario se sienten incómodas y la desaprueban completamente. Como resultado muchos clientes antiguos han dejado de frecuentar el Café porque sienten que les da mala reputación, pero a su vez se ha convertido en un atractivo del lugar por la multiplicidad de realidades que allí se viven.

En cuanto a la descripción física, la fachada es está pintada de amarillo y tanto las puertas del primer piso, como los ventanales y balcones del segundo, están pintados de color rojo. Para ingresar es necesario cruzar un zaguán, cuyo techo está pintado en amarillo y los muros laterales en blanco y café, al costado derecho hay un cuadro de la artista Lili Cuca que dice: "San Moritz ¡resiste!" en oposición a la venta de la casa y la desaparición del Café, seguido por una ancha escalera que conduce al segundo piso, protegida por una reja vinotinto y en la entrada un letrero que dicen Café San Moritz en letras rojas y luces de neón que alguna vez encendieron.

Imagen 16. Fachada del San Moritz



*Fuente: Autor. 2015.*

Al interior, está conformado por dos patios cubiertos y un espacio intermedio entre ellos que conforman la estructura de tres salones de Café. El sitio tiene mosaicos desleídos, nueve columnas en madera que sostienen el techo, el ambiente claroscuro que lo caracteriza es producto de cuatro claraboyas que dejan filtrar la luz del sol en su interior, el piso es en baldosa vinotinto con estrellas blancas y las paredes están pintadas de color beige con zócalos cafés. El salón está dispuesto de lado a lado con mesas y sillas importadas de Estados Unidos en 1937. Las primeras poseen una estructura metálica cuya base cuadrada es de color blanco, gris, café, algunas decoradas con azulejos y otras simplemente desgastadas por el tiempo. Las segundas son similares a las del *Café Pasaje* con espaldar y asientos tapizados en cuero rojo.

Imagen 17. Interior del San Moritz



*Fuente: Autor. 2015.*

Al costado occidental se observan varias fotografías antiguas de lugares emblemáticos de Bogotá junto a otros elementos, como: el Observatorio Astronómico Nacional de Colombia, un cuadro amarillento del Humilladero en el Parque Santander, una pintura local de la diosa Themis, un artículo del Espectador titulado "Tan viejo y raudo como un Wills", una página de la Gaceta Hojas de Café del IDPC, una fotografía de Carlos Gardel,



otra de Isabela Santo Domingo jugando billar en el Café, un retrato de Jorge Eliécer Gaitán, un cuadro con fotografías de la demolición del Puente de Aranda y la fachada de una iglesia antigua, otro con cuatro fotos de la Catedral Central hacia el norte, la esquina del Hotel Granada, el antiguo edificio de Avianca y la Glorieta de San Diego con el monumento de Bolívar y en medio un televisor plasma, encendido todo el día, sobre un espejo rectangular que exhibe un artículo del Tiempo titulado "Un Café para la nostalgia".

Imagen 18. San Moritz costado occidental



*Fuente: Autor. 2015.*

Al costado sur se encuentra la barra, que además de ser un altar de objetos preciados y foco de atención, es una frontera de género donde las mujeres que trabajan allí solo pueden ubicarse detrás de ella y los camareros solo pueden ser hombres. Esta marca, en principio, fue la forma de diferenciar al San Moritz de los *cafetines* atendidos por

coperas, mujeres que además de servir acompañan a los clientes, y más adelante fue una forma de protegerlas y evitar incidentes debido a la dominante presencia masculina.

Esta barra, posicionada horizontalmente frente a la entrada del Café, posee una estructura en cemento y baldosas color crema. Sobre ella se observan: tres chocolateras, varias bandejas metálicas repletas de loza, una vitrina con productos comestibles, un empaque de café Quimbaya producido en el Quindío y una máquina *espresso* marca Faema, traída de Milán en los años 30.

Detrás se encuentra un entrepaño en madera con forma irregular donde se exhiben distintas bebidas como: aguardiente Néctar y Antioqueño, Ron Santa Fe, whisky Red Label, John Thomas, Brandy Domecq, tequila José Cuervo, agua en botella, jugos Hit y té helado, al igual CD'S y garrafones de licor y encima una radio RCA Víctor, donde se escuchaba la emisora HJCK en tiempos de Guillermo Wills.

Sobre la pared, en orden respectivo, un reloj de Mejoral, una tapa dorada de Bavaria en reconocimiento al Café, un portarretrato en madera con una foto antigua, la imagen de un gato, el retrato envejecido de Jorge Eliécer Gaitán signo de la tradición histórica del Café y un cuadro del Sagrado Corazón de Jesús. Al lado derecho una nevera de cerveza Póker surtida con cervezas Águila, Club Colombia, Póker y Costeña, sobre ella una maqueta del San Moritz ideada por Natalia Vásquez y restaurada por Walter Echeverry en junio de 2015.

Imagen 19. Radio RCA Víctor, Maqueta San Moritz y máquina registradora Antigua.



*Fuente: Autor. 2015.*

Al lado izquierdo, sobre un mueble café se haya una máquina registradora antigua que dejó de usarse porque solo sumaba hasta \$999, un extintor moderno y otro antiguo sobre una columna de madera, un botiquín, varias canecas de plástico, una pila de petacos de cerveza y en la esquina un orinal descubierto, que sirve como baño público para todos los hombres que transitan el sector y junto a este, un baño para mujeres construido recientemente.



Imagen 20. San Moritz sobre costado oriental



*Fuente: Autor. 2015.*

Sobre el muro del costado oriental se pueden apreciar más fotografías histórica de Bogotá como: la Marcha del Silencio convocada por Gaitán en 1948, la Avenida Jiménez con Carrera Séptima, el monumento a Bolívar, la escultura de La Rebeca, la Iglesia San Francisco, el Observatorio Astronómico, el tranvía "Lorencita" frente al Parque de la Independencia, el mismo tranvía frente a la Iglesia San Francisco de Asís y la Catedral Primada de Colombia junto a la Capilla del Sagrario. Frente a ellas, dos columnas en madera que sostienen un letrero central donde se lee "San Moritz: Salón Clásico", además de un cuadro con una bendición para la casa y otro con una dedicatoria al San Moritz que dice:

*“Café San Moritz”*

*Creo estar en París en Picadelly Montmort  
 Barrio latino o quizás Buenos Aires,  
 pero no, ¡estoy en el San Moritz!  
 Para llegar aquí tendrás que aprender a vivir  
 su calle escondida, casona colonial  
 y música sin par por sí sola se deleitará!  
 Y qué decir del orinal, donde siempre encontrarás  
 una larga fila en paz y para descansar  
 su cúpula afrancesada, su piso colonial,  
 sus sillas y mesas vetustas, siempre te invitarán a soñar.  
 De la música ni hablar, porque aquí oirás tangos,  
 boleros, rancheras, merengues y ¡quién sabe qué más!  
 Al fondo oirás el ruido de las bolas de billar y un cantante fugaz,  
 repetirá la letra tratando de emular una canción sin par.  
 ¡En el San Moritz, estás!  
 Porque el atardecer, encontrando el anochecer  
 todo cambia y bulle, llegan los serenateros  
 que ofrecen sus melodías de arrabal.  
 Se dice sin confirmar que el añorado Gaitán,  
 En el 48 aquí una de sus defensas preparó,  
 y como recuerdo perenne su foto y firma aquí estampó.  
 Sus visitantes jóvenes, viejos, extranjeros hombres y mujeres  
 se deleitan con los recuerdos del viejo Bogotá  
 y la atención esmerada que aquí te dan.  
 Por eso cuando llegues al San Moritz que queda en Bogotá  
 pasarás un rato feliz que querrás volver a repetir  
 y de el nunca más salir!*

Dr. Arnulfo Mallarino Escobar. Poeta.

28 de agosto de 2007

La mayoría de fotografías en blanco y negro que se observan en el primer salón, fueron tomadas por Gabriel Mendoza entre 1940 y 1952. Él era propietario de una importadora de lentes y químicos para revelado de fotografías a blanco y negro con quien trabajaba David Vásquez y fueron adquiridas en 1976. De igual forma la mayoría de objetos antiguos pertenecieron a Guillermo Wills y su valor radica, en que a pesar de los años todavía funcionan como un museo vivo de los años 40.

Para ingresar al segundo salón es necesario cruzar una de las dos entradas ubicadas al costado oriental del Café. Estas marcan el tránsito del salón clásico, un poco intimidante por la prevalencia de hombres mayores que no pierden detalle, al segundo salón que es un espacio más íntimo preferido por jóvenes universitarios que no sienten encajar o que simplemente buscan la soledad para leer un libro o hablar tranquilamente con amigos. Sus paredes son un mosaico de imágenes representativas de Colombia y objetos antiguos que vinieron a remplazar los viejos tacos y elementos de billar, cuando esté fue clausurado.

Sobre el costado occidental se halla una fotografía de la Plaza de Santamaría tomada en 1952, un artículo de la prensa Vivir titulado "Humeante complicidad", dos retablos pequeños con fotografías de carros clásicos, otros dos con publicidad de whisky Johnnie Walker, un cuadro con la carátula y acetato RCA Víctor de 1995, que orgullosamente expone don David cuando alguien le pregunta sobre la música que se escuchaba en el Café, un letrero con el nombre y escudo del San Moritz cuando este era un billar, diseñado por Walter Echeverry, donde figura: la fecha fundacional del Café en 1937, dos tacos cruzados con tres bolas de Billar, una taza de café humeante, el ave del escudo de

Bogotá, una cinta en forma de zeta donde se lee "Café San Moritz-Billares". Al lado derecho un cuadro con el "Decálogo del buen bebedor", donado por el doctor Alonzo Duque Gonzales en 2005, la carátula de un acetato de Libertad Lamarque sobre un retablo de madera, un escudo militar en cuero, un cuadro de Simón Bolívar y por último un cuadro muy especial con el dibujo a mano alzada de la entrada del Café y un soneto dedicado al San Moritz que dice:

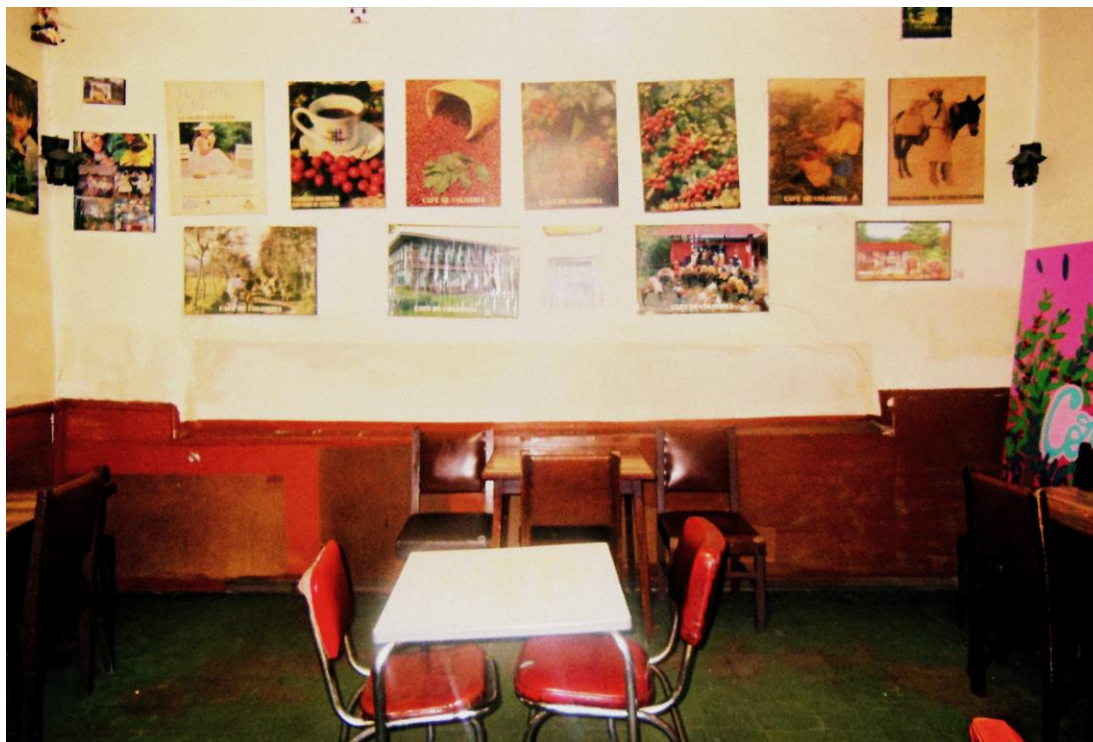
*De tu gloria inmune a la peste,  
cuando eran días ruines y aciagos  
tu humilde figura se embiste  
y hablan desde México hasta Santiago.  
¡Oh melancolía de mil recuerdos!  
Memorias de tus rufianes y señores,  
café y melancolía son estos versos,  
nostalgia por esos tiempos mejores.  
¡Oh San Moritz teatro de gran escena!  
por donde pasa la patria en tragedia,  
boleros, tangos, acompañan mi pena,  
tu vida es en si enciclopedia;  
y si algo en mi ilusión queda:  
aquí te espero, solo a ti mi bella Elena.*

Andrés Serrato Gómez. 26 de mayo de 2006.

En el muro del costado norte se encuentran varios retablos con afiches de Café de Colombia, que era la publicidad con la que la Federación Nacional de Cafeteros incentivaba el consumo directo de café en establecimientos públicos, con imágenes de: Juan Valdez con su mula "Conchita", varios cafetos, una "chapolera" como suele

llamársele en Antioquia a las recolectoras de café, varias fincas cafeteras y una taza de café.

Imagen 21. Segundo salón costado norte San Moritz



*Fuente: Autor. 2015.*

Al costado oriental se haya un farol antiguo comprado en el Pasaje Rivas, una casona antioqueña construida en acrílico y comprada a una artesana local junto con otros ornamentos del mismo material, un afiche de Charles Chaplin, un cuadro de Lili Cuca que dice "corazones INVENCIBLES", un afiche enmarcado de la Federación Nacional de Cafeteros, la puerta que conduce al tercer patio precedida por varios petacos de cerveza y sillas en plástico de Cerveza Águila, al lado una réplica en serigrafía del patio de la Casa de la Moneda y otra del Mono de la Pila en la Plazoleta de San Diego y una fotografía en blanco y negro de la Iglesia de las Aguas.

Imagen 22. Segundo salón costado norte San Moritz



*Fuente: Autor. 2015.*

Al costado sur una foto de la Plaza de Bolívar, otro afiche de Chaplin, una serigrafía de la Iglesia de la Veracruz, un afiche con la imagen de una pierna femenina pisando una bola de billar con el tacón, una fotografía enmarcada de Carlos Gardel arrancada de una revista, un retrato del Trio los Panchos, una dedicatoria de Fabio Giraldo López al San Moritz escrita el 9 de mayo de 1999, un afiche con "la oración para la bendición de la casa y el negocio", otra de la Pila Pública frente a la Cervecería Bavaria, a principios de siglo y una foto a color de la Glorieta de San Diego con el monumento de Bolívar.

Según David Vásquez, estos objetos poseen un valor particular y representan una etapa de su vida, coleccionarlos ha sido su afición más grande. Por eso cada uno de ellos, ha sido dispuesto en el Café de acuerdo a su orden de llegada: primero fueron las fotografías en blanco y negro compradas a Gabriel Mendoza en 1976, después los afiches

de Café de Colombia, los retratos de Jorge Eliécer Gaitán, más adelante la maqueta, el escudo del San Moritz diseñados por Walter Echeverry y así sucesivamente hasta llenarse de "cachivaches" cómo el mismo suele llamarles.

En cuanto a la dinámica del lugar, el Café abre sus puertas a las 8:00 am y a medida que avanza la semana va cerrando más tarde; de lunes a miércoles a las 11:00 pm y de jueves a sábado a las 3:00 am. Si uno pasa caminando a las 8:00 am se puede observar los vendedores informales del *Callejón de los librerios*, alistándose para el regateo matutino, las personas caminando rápidamente hacia el trabajo y el San Moritz abriendo sus puertas al son de boleros y tangos de arrabal. A esa hora las mujeres encargadas asean el Café y encienden la máquina espresso Faema, donde se prepara café Quimbaya traído del Quindío.

Poco a poco van ingresando pensionados, abogados y comerciantes del sector, sobre todo hombres mayores de 40 años, quienes apenas cruzan el zaguán de la entrada son conducidos por uno de los meseros a una de las mesas del salón principal y allí mismo les es tomado el pedido, que no tarda en llegar más de cinco minutos. Mientras pasan las horas estas personas se entretienen leyendo un libro, un periódico, observando el televisor del costado occidental o mirando al vacío. A las 10:00 am se pueden observar por lo menos 10 mesas con clientes de ambos sexos, unos toman tinto, otros aromática, gaseosa, agua en botella, cerveza o alcohol.



Imagen 23. Salón Principal San Moritz



*Fuente: Julieth Rodríguez -IDPC. 2014.*

Al medio día el Café se llena completamente el salón principal y mientras unos discuten, conversan, se ríen, otros se quejan de la situación del país, de la ciudad y de su vida, unos tratan negocios y otros se reúnen con amigos a conversar. De las 2:00 pm en adelante llegan universitarios y se toman un tinto o una cerveza en el segundo salón, después de las 6:00 pm se cierra la greca y en adelante solamente se sirven bebidas alcohólicas, lo cual vuelve al Café una cantina donde el ambiente se torna festivo al son de rancheras, tangos y música de despecho. Poco a poco se van llenando las mesas con botellas de cerveza y alcohol, los clientes entonan sus canciones favoritas y todo el mundo conversa en tono alto, así hasta las 3:00 am cuando apagan la música, piden la cuenta y cierran el lugar.



Al San Moritz ingresan hombres y mujeres de todo tipo: pensionados, abogados, empresarios, oficinistas, profesores y estudiantes de la ASAB o de otras universidades, bohemios, poetas, vendedores informales, loteros y Embellecedores de calzado. Todos encuentran en este lugar un refugio personal. Hay quienes lo toman como oficina para hacer negocios, como cenáculo de artistas e intelectuales, como ágora de discusión, como refugio para amantes, como baño público, como escampadero, incluso como locación cinematográfica.

Allí se han filmado varias películas colombianas que buscan recrear la Bogotá de los años cuarenta como: *Roa* del director Andi Baiz, *La Historia del Baúl Rosado* de la directora Libia Stella Gómez y *Cóndores no entierran todos los días* del director Francisco Norden. También series de televisión como *El Bogotazo* y novelas donde han actuado Amparo Grisales, Carlos Muñoz, Isabella Santo Domingo entre otros personajes de la pantalla chica.

Por todas estas razones el San Moritz es un referente capitalino y lugar de la memoria, que a pesar de estar en un inmueble a punto de caerse y en riesgo de desaparecer por su venta, resiste como uno de los Cafés más viejos de Bogotá.

### 7.3 Café Ibáñez

Imagen 24. Fachada Café Ibáñez



*Fuente: Autor. 2015.*

El *Café Ibáñez* está ubicado en la Calle 13 entre la Carrera séptima y octava del barrio la Candelaria en Bogotá, antigua Calle del Chorro de Santo Domingo. Una zona privilegiada de la capital por albergar las sedes administrativas y políticas más importantes del país como el Congreso, la Presidencia y la Alcaldía, que entre otras instituciones jurídicas favorecen al Café por tratarse de un lugar exclusivamente para abogados. A sus alrededores se encuentra: al costado sur el edificio Manuel Murillo Toro, al noroccidente varias manzanas conformadas por entidades bancarias y al oriente la Carrera Séptima, antigua Calle Real, considerada la vía cultural e histórica más importante de la ciudad.

El Café hace parte de la librería Ibáñez y se encuentra en el segundo piso de un edificio esquinero, construido en los años cincuenta. Según el historiador Alfredo Barón, este edificio fue antecedido por una vieja casona de dos pisos donde al parecer funcionó el famoso y extinto Café Windsor.

Imagen 25. Calle del Windsor



*Fuente: Sady González. Colección Banco de La República.*

Hace 15 años el Grupo Editorial Ibáñez abrió su sede en este lugar, habilitando el primer piso como librería y el segundo como una bodega de libros donde también funcionaba la oficina del filósofo, abogado y editor Gustavo Ibáñez, actual propietario. Tras varios años de ser persuadido por los clientes de la editorial para que abriera un espacio donde reunirse y tomar tinto, aprovechando el espacio que se tenía, el doctor Gustavo Ibáñez decidió el 9 de abril de 2012, dar apertura oficial al Café Ibáñez. Inaugurando ese mismo día la Galería de Grandes Juristas Colombianos, en conmemoración a los 50 años del fallecimiento de Jorge Eliécer Gaitán.

El Grupo Editorial Ibáñez nace el 24 de marzo de 1992 y es una editorial especializada en la producción, distribución y venta de libros con contenido jurídico. Se le llama grupo porque varias empresas lo componen y cuenta con cinco brazos económicos: 1) la librería

Ibáñez que se encarga de vender los libros, 2) el Grupo Editorial cuya función es editar y publicar, 3) Uniediciones enfocada en publicar libros de interés general 4) el *Café Ibáñez* y 5) el periódico Argumentos.

De acuerdo al doctor Gustavo Ibáñez "las personas que más consumen café en el medio bogotano son los abogados", por tal razón se dispuso de una infraestructura que correspondiera al "formalismo estricto y mentalidad conservadora" de este gremio, que sin sacarlos de su medio de oficina o despacho, sirviera como un espacio de encuentro entre colegas. Esto atrajo la atención de un grupo de clientes conformado por jueces, magistrados, abogados, fiscales, filósofos, estudiantes de derecho, autores y clientes del sello editorial.

Su fachada consta de tres ventanales que dejan ver, respectivamente, en el primer piso los libros de la editorial y en el segundo piso tenuemente el slogan del *Café Ibáñez*, conformado por un libro rojo abierto, el sello de la librería y en la parte externa la ilusión de humo rojo saliendo junto a una manija del costado derecho. Para acceder al Café es necesario subir por una escalera interna, cuya estructura en madera fue modificada para facilitar el ingreso y darle presencia al lugar. Al interior, está conformado por un salón rectangular con acabados en madera presentes en el techo, paredes, barra, mobiliario y decoración. Las paredes son blancas con zócalos en madera marrón y el piso es en cerámica del mismo color.

Imagen 26. Interior Café Ibáñez.



*Fuente: Autor. 2015.*

Al costado occidental se observa un espejo rectangular, seguido por dos estantes en madera que sostienen libros sobre el cultivo de café, especias para preparar té, distintos métodos de preparación de café filtrado, accesorios para moler y preparar café marca Simonelli y café en grano o molido marca Ibáñez.

En el muro del costado norte se haya una barra de grandes proporciones, diseñada según criterios ergonómicos y dotada con equipos de barismo profesional: una máquina espresso Nuova Simonelli de última generación, un molino de café de la misma marca, un lava platos eléctrico y distintos accesorios de barismo. Asimismo una máquina registradora, la escultura de la diosa griega Themis sobre una vitrina con pasabocas para merendar, cuatro banquetas de madera, una nevera de Bogotá Beer Company y en la esquina un baño mixto.

Imagen 27. Barra Café Ibáñez



*Fuente: Margarita Mejía-IDPC. 2015. Bogotá D.C.*

Detrás de la barra hay una estantería con botellas de whisky Old Parr, Jack Daniel's, Disaronno, Red y Black Label, Buchanan's, Ron Santa Fe y Habana Club, Absolut Vodka, Smirnoff, Baileys, vino Dubonnet y Santa Helena, tequila Don Julio, Aguardiente Antioqueño y distintos tipos de cerveza Premium como: Heineken, Stella Artois, Smirnoff Ice, Buckler, BBC y Corona.

Al costado oriental empieza la *Galería de Grandes Juristas Colombianos*, con 113 cuadros situados en orden cronológico: la primera parte corresponde a los primeros formadores del saber jurídico colombiano fallecidos como Antonio Nariño, Camilo Torres, Francisco de Paula Santander, Rafael Núñez, Hugo Morales Benites, entre otros; la segunda está enfocada en los juristas colombianos fallecidos desde la época de los



noventa hasta la fecha; la tercera pertenece a los grados juristas con vida quienes pueden firmar su cuadro con la intención de dejar un precedente simbólico en la memoria histórica del Café; la cuarta parte, ubicada al costado suroccidental, corresponde al derecho público o administrativo de quienes han publicado con el sello editorial, entre ellos el doctor Jaime Araujo Rentería cuya fotografía fue tomada en el Café; la quinta, corresponde a un pequeño grupo de mujeres que también han publicado y la sexta destinada a la filosofía del derecho.

Imagen 28. Galería de Grandes Juristas Colombianos



*Fuente: Margarita Mejía-IDPC. 2015.*

Es curioso ver la escultura de Themis (la diosa de la justicia) encabezando la decoración del Café, cuando en su galería solo aparecen cinco mujeres del derecho

colombiano, entre las cuales se excluye a la doctora Gabriela Peláez Echeverri, considerada en 1936 la primera mujer abogada en Colombia<sup>4</sup>.

En palabras del doctor Ibáñez:

Hasta 1950 las mujeres no podían estudiar. Aunque hay mujeres en el proceso de formación de la República, siempre estuvieron en segundo plano, entonces no son muy destacadas. En la historia por ejemplo del pensamiento filosófico, las mujeres que se destacan eran unas pocas que hacían parte de las comunidades religiosas o similares, por eso hay tan poquitas mujeres en la Galería de Juristas colombianos. Claro está que hasta ahora se viene dando un espacio de acción para la mujer y obviamente mostrando sus cualidades y condiciones para dirigir lo que sea. Acá hemos tenido varias mujeres expositoras. (Entrevista Gustavo Ibáñez, Café Ibáñez, 21 de julio de 2015).

El estilo clásico del Café está marcado por la uniformidad en su composición estética; tanto el marco de los cuadros, como el color de las fotografías, el piso, la pared, el techo y los muebles poseen las mismas tonalidades en marrón y sepia, al igual que la misma forma cuadrada. La iluminación corre por cuenta de varias lámparas ubicadas en el techo, ajustadas con luz cálida, que funcionan desde las 8 de la mañana. De fondo se escucha música clásica, instrumental y de orquesta a muy bajo volumen, para que los clientes puedan conversar tranquilamente.

Las sillas y mesas están situadas a ambos lados, dejando un pasillo en el centro que conduce al costado sur del Café. Allí hay un ventanal que da hacia la Calle 13, el cual

---

<sup>4</sup> Ramírez, M. H. (2004, 05, 30). Febrero 1 de 1935 Sin discriminación. *Semana*. Recuperado de: <http://www.semana.com/especiales/articulo/febrero-1935brsin-discriminacion/65945-3>



está cubierto por una estructura en madera que oscurece todo el lugar, encima un televisor plasma y en frente una sala pequeña dispuesta con tres mesas redondas y sillones confortables, donde anteriormente funcionaba la oficina del doctor Gustavo Ibáñez y en palabras de sus colegas nació idealmente el Café. Esta zona se distingue del resto, porque en el piso se forma una línea divisoria entre las baldosas de un lado y la madera granadillo del otro, lo cual se debe a que antes de la oficina había un vacío hacia el primer piso, que fue cubierto con madera granadillo cuando abrieron la librería.

Imagen 29. Costado sur Café Ibáñez



*Fuente: Autor. 2015.*

Existen varios elementos que pasan desapercibidos ante el público pero que poseen una gran carga simbólica, entre ellos el cuadro de Jorge Eliécer Gaitán es de gran valor, porque en su respaldo se encuentran las firmas de quienes asistieron a la inauguración de

la galería, siendo el único cuadro que no se vende. Otro objeto preciado es el decálogo del abogado, ubicado justo en medio de la galería de juristas, cuyos principios definen la esencia de su oficio. En la parte superior de la barra hay una frase alusiva a la labor del barista que dice *“Nadie puede comprender la verdad hasta que bebe la bondad de un café espumoso”* y por último la escultura de Themis<sup>5</sup>, diosa de la justicia, que encabeza la barra y es símbolo de los valores que rigen la justicia y la abogacía.

El Café es dirigido por el barista profesional Juan David Torres Sabogal, quien todo el tiempo está innovando con métodos de preparación de café filtrado, productos y servicios que generen nuevas dinámicas entre el consumidor y el lugar. Lo usual es que el barista se acerque directamente a la mesa y junto al cliente preparen el método de café filtrado escogido, el cual es controlado por un reloj de arena dispuesto sobre la mesa para contabilizar el tiempo exacto de preparación, de esta forma el cliente no solo participa activamente, sino que se da cuenta que detrás de cada taza de café hay toda una industria desarrollada desde hace siglos y que en Colombia somos privilegiados por contar con más de 550 variedades de café suave, considerado el mejor del mundo.

---

<sup>5</sup> La diosa Themis, conocida como la diosa de la justicia en la mitología griega, es esculpida en el siglo XIX por el francés Nicolás Mayer. Esta escultura, llamada la “Balanza de la justicia” representa: la figura de una mujer con los ojos vendados simboliza la imparcialidad al resolver un caso, la balanza en perfecto equilibrio sostenida por la mano izquierda, simboliza la consideración objetiva de las partes enfrentadas en litigio y la espada en posición de descenso que reposa en la mano derecha, indica su capacidad de coerción para imponer las decisiones que adopta.

Imagen 30. Juan David Torres Café Ibáñez



*Fuente: Margarita Mejía-IDPC. 2015.*

El personal consta un barista profesional, una auxiliar y un mesero, todos debidamente uniformados con camisa blanca, chaleco rojo o negro, zapatos oscuros, pantalón negro y en el caso de las mujeres falda y medias veladas.

En cuanto al producto, cuando iniciaron no contaban con la infraestructura para producir su propio café, lo cual los llevó a apalancarse de terceros como Amor Perfecto de Luis Fernando Vélez y Azahar, ambos producidos en la Unión Nariño y considerados en algún momento los mejores cafés de Colombia. Con el tiempo fueron avanzando e involucrándose en el proceso de selección, catación y tuestión de su propio café, contando hoy en día con su propia marca y cinco variedades de café molido, en grano o descafeinado, procedente de distintas regiones del país. Juan David se encarga de

seleccionar, catar y tostar el café todos los sábados escogiéndolo de acuerdo al perfil del consumidor, que en este caso, son personas mayores de 40 años cuyas papilas gustativas asimilan mejor un café balanceado, no tan ácido, como el de Plata, Huila.

El menú variado ofrece Cafés filtrados: Sifón, Dripper, Prensa francesa, Ibrik y Chemex. Cafés italianos como: espresso, machiatto, cappucino, café latte, moka, café americano y tres cordilleras, en honor a la preparación típica de los caficultores colombianos. Cafés espirituosos, que son una mezcla del delicioso café colombiano con bebidas destiladas, entre ellos: capuchino irlandés con Baileys o whisky, carajillo, tinto y frappes. Cafés fríos como: Moka, Late, Refresco De Café y Frappes. Bebidas calientes como: chocolate y distintos tipos de té. Bebidas frías como: malteadas, limonada, naranjada, soda, Ginger Canadá Dry, gaseosa y jugos naturales en agua o leche. Bebidas alcohólicas y cervezas Premium. Opciones para merendar como: trufas belgas, pan de chocolate, tortas de rosa o amapola, palitos de canela o de queso, brownie solo o con helado, quesos holandeses acompañados con mozzarella, jamón, aceitunas, emparedados y desayunos.

El precio de estas bebidas y alimentos oscila entre los \$2.700 a \$15.000, el café en grano o molido tiene un valor de \$16.000 y \$23.000 y los accesorios para preparar café, oscilan entre \$50.000 y \$700.000.

El horario de atención es de lunes a viernes de 8:30 am a 6:30 pm, los sábados de 10 am a 2 pm y los domingos no abren. Ciertamente el horario depende de la librería pero hay ocasiones en que algunos clientes desean quedarse y continúan atendiéndolos a puerta cerrada. Por lo general, el Café se llena al mediodía debido al horario de oficina de

sus clientes. Su visión a futuro es contar con toda la infraestructura necesaria para producir su propio café, sin la intermediación de terceros pero esto requiere de una inversión bastante elevada, mientras tanto quieren expandirse abriendo nuevas sedes como la del Museo de Bogotá, recién inaugurada en el mes de diciembre.

Para terminar, cabe mencionar que el *Café Ibáñez* realiza diversas actividades culturales como: conferencias, tertulias, lanzamiento de libros, recitales de poesía, conciertos, entre otras actividades que no tienen nada que ver con el mundo del derecho, pero que promueven un ambiente intelectual y diverso. Incluso hay un evento muy especial llamado *viernes entre amigos*, en donde se organizan conciertos para que los clientes se relajen con música y buen vino. La divulgación se hace través de redes sociales y no tienen costo alguno, simplemente lo que las personas quieran consumir.

## 7.4 Café La Chata

Imagen 31. Fachada Café La Chata



*Fuente: Autor. 2015.*

“Chata” o “Chatica” era la forma en que los cachacos les decían a las mujeres bogotanas en la primera mitad del siglo XX. Término coloquial también empleado en hombres y usado en contextos de familiaridad o aprecio. Sus dueños bautizaron al Café de esta forma, porque consideran que guarda cierta armonía con el entorno de la Candelaria y con la idea que se tiene de los Cafés de los años 40.

Su historia empieza cuando Juan Tafur, actual propietario, regresa a Colombia después de trabajar muchos años en España como publicista. Un día caminando por la Carrera cuarta vio que estaban vendiendo un local, inmediatamente quedó fascinado y sin pensarlo dos veces lo compró. Después en una feria gastronómica conoció los cafés de origen y al probarlos fue como amor a primera vista. Entonces decidió abrir el 19 de

marzo de 2014, junto a su compañera Carolina Abril, el Café La Chata, considerada la niña linda de la Candelaria.

Se encuentra en una casa de dos pisos estilo republicano, fechada en la segunda mitad del siglo XIX y declarada Bien de Interés Cultural<sup>6</sup>. Antes de ser declarada hizo parte de un proyecto habitacional que dividió el inmueble en 15 apartamentos y un local con licencia mixta (comercial o habitacional), que fue el único en conservar la estructura original de la casa. Cuando lo compraron estaba en tan mal estado que tardaron un año en restaurarlo, hasta convertirlo en el lugar que es hoy día.

Está ubicado en el corazón de la Candelaria, sobre la Carrera cuarta con Calle novena, una vía solitaria transitada únicamente por el transporte público que va de norte a sur de la ciudad y que lamentablemente después de la Calle 10, resulta un punto muerto donde nada ocurre; no hay comercio, entidades educativas o culturales que llamen la atención.

A sus alrededores se encuentra: hacia el norte el Hostel Zohar, un Café Oma, la Biblioteca Luis Ángel Arango, el Museo de Bogotá y la Librería Siglo del Hombre; al noroccidente el Museo de Arte del Banco de la República y la Sede de Artes de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño; al nororiente la Fundación Gilberto Alzate Avendaño y al sur varios apartamentos, casas coloniales, tiendas de barrio y la Avenida de los Comuneros.

---

<sup>6</sup> El Instituto Distrital de Patrimonio Cultural declara Bienes de Interés Cultural, a aquellos inmuebles que por su valor arquitectónico, histórico, artístico o de contexto, debe tener un manejo especial de conservación y protección.

Consta de dos pisos, el primero destinado al Café y en el segundo un estudio fotográfico. Su fachada de color vinotinto, está dividida en dos partes: el lado izquierdo consta de tres ventanales, un recuadro en cerámica con el nombre de la Chata y una puerta delantera por la que se accede al Café y al lado derecho se encuentra un ventanal, una puerta delantera y una cochera por la que se accede a un conjunto de apartamentos. En el segundo piso se disponen dos balcones en los extremos y una ventana centrada, cuya parte inferior exhibe 7 macetas con flores rojas. Tanto las puertas como las ventanas, están forjadas en hierro y poseen una sección en madera maciza color azul marino intenso.

Al interior tiene un aire de *patisserie francaise* estilo tradicional, con mucha madera, azulejos imitando modelos antiguos, objetos forjados en hierro. Podría imitar un poco al modelo parisino *art nouveau*, con ese gusto por el pequeño detalle. El suelo es de ladrillo y las paredes poseen zócalos de cerámica con azulejos color azul, marrón y blanco. El techo está pintado de blanco con una gran lámpara de hierro forjado en el centro.



Imagen 32. Interior Café de la Chata

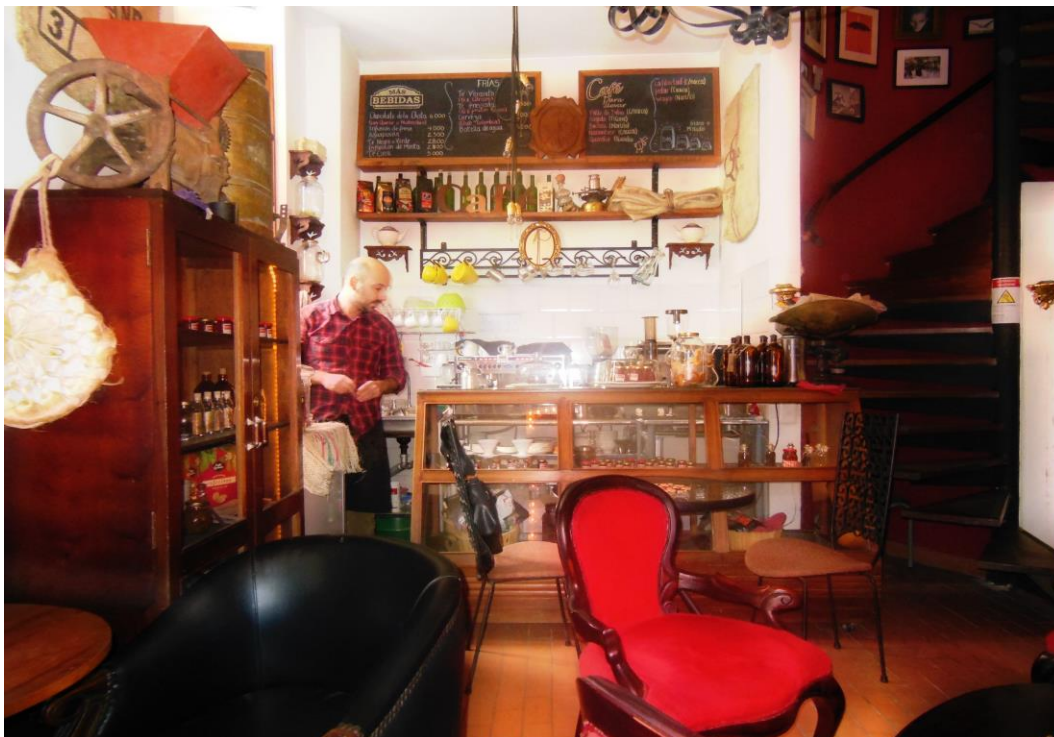


*Fuente: Margarita Mejía-IDPC. 2015.*

Al costado norte destaca una enorme vitrina de madera surtida con mermelada de fresa y naranja, torta de chocolate y amapola, galletas, dulces, una tetera metálica, botellas de vidrio oscuras con granos de café en su interior, algunas presentaciones de café molido y tres métodos de café filtrado: *Chemex*, *Sifón* y *Aeropress*. Detrás de la vitrina una máquina espresso italiana Pallomaro, un molino de café, un horno para tortas, un lavaplatos y una bolsa de café Colonial, que es su proveedor oficial. Encima un cuelga vasos forjado en hierro, a los extremos dos entrepaños pequeños en madera sosteniendo dos teteras de porcelana blanca, un entrepaño de madera alargado sobre el cual se

exhiben cafés de origen<sup>7</sup> provenientes de Nariño, Cauca, Cundinamarca, Tolima y Quindío, botellas vacías de vino, un candelabro de latón, un costal de café envuelto y en el centro un molde de madera con la palabra café. En la parte superior dos pizarras con la oferta gastronómica y en medio un escudo militar tallado en cuero.

Imagen 33. Costado norte Café La chata



*Fuente: Autor. 2015.*

Al costado occidental se haya un mueble de madera acristalado donde se exponen distintos objetos coleccionados por el propietario como: un juego de naipes con

---

<sup>7</sup> Café de origen quiere decir que los granos proceden de una única región o finca, no están mezclados y tienen cualidades únicas debido a que crecen en lugares con unas características determinadas.

ilustraciones de varios Cafés famosos, una colección de botellas pequeñas con la foto en sepia de varios próceres colombianos, otra con granos de café, una gaceta del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, un candelabro de latón, varios frascos pequeños con mermelada y una hilera de platos hondos en cerámica. Encima una despulpadora de café y un objeto antiguo no identificado.

Al costado noroccidental se observa una ventana de madera, una repisa con especias e insumos, un jarrón azul en cerámica con detalles florales, dos tortas y una pizarra con el menú de bebidas calientes, seguido por cuatro entrepaños pequeños dispuesto de forma vertical que sostienen botellas de vidrio con plantas en su interior y varios trapos colgando.

Al costado sur tres mesas redondas y una ovalada acompañadas, respectivamente, por dos sillas redondas con espaldar de acero; dos sillones en cuero negro; cuatro sillones isabelinos forrados en terciopelo rojo; tres sillas redondas y en medio una lámpara antigua de grandes proporciones. Sobre la pared un madero enmarcado con bombillas doradas donde se lee la palabra café, dos faroles de vidrio y un espejo dorado estilo cuzqueño inspirado en el sol.

Imagen 34. Costado sur Café de la Chata



*Fuente: Autor. 2015.*

Al costado nororiental un espejo en forma ovalada con ornamentos florales, nácar y bordes dorados; un baño mixto; una pared roja por la que pasa una escalera de madera en forma de caracol y cuyos muros están decorados por cuadros y fotografías surrealista de autores como Magritte o Man Ray, Aubrey Beardsley, grabados y dibujos de animales, plantas y calaveras que, así descontextualizados, acentúan su aspecto arremolinado.



Imagen 35. Costado noroccidental Café de la Chata



*Fuente: Margarita Mejía-IDPC. 2015.*

La mayoría de los clientes son extranjeros que se hospedan en el sector; unos son atraídos por la decoración, otros son llevados por un guía turístico y algunos son referenciados por páginas web turísticas, como TripAdvisor<sup>8</sup>, donde el grado de satisfacción es de un 100% en las categorías de servicio, producto, precio y ambiente. También trabajadores del sector, vecinos y estudiantes.

---

<sup>8</sup> Un sitio web destinado a ofrecer consejos y opiniones de viajeros, sobre distintos lugares turísticos en todo el mundo.

El horario de atención es de lunes a viernes de 12:00 pm a 5:00 pm, antes abrían de lunes a sábado de 11:00 am a 11:00 pm pero debido a la poca afluencia de personas en el sector, tuvieron que cerrar más temprano, clausurar el segundo piso que antes hacía parte del Café y abstenerse de contratar personal. Los clientes varían de acuerdo a la hora del día, por ejemplo si son oficinistas se quedan 10 a 20 minutos después del almuerzo y luego se van a las 2:00 pm, si son extranjeros llegan sobre las 2:00 pm y se quedan más tiempo, pero por lo general el café se llena al mediodía, después de las 2:00 pm decae bastante y ya después de las 5:00 pm, muere totalmente. En cuanto al producto, ofrecen cafés de origen comprados directamente a los productores, evitando así a los intermediarios y pagando un precio justo (más alto de lo que normalmente se paga) a los caficultores.

El menú posee una amplia oferta de cafés italianos como: espresso, machiatto, cappuccino, cappuccino de sabores (combinado con caramelo, almendras o moca), café latte, moka y café americano. Cafés colombianos como: bombón (mezcla de café con leche condensada), chaqueta (con panela) y carajillos (mezcla de café con Whisky, Ron, Baileys, entre otros licores y aperitivos). Tres tipos de café filtrado: Chemex, Sifón y Aeropress. Bebidas calientes como: chocolate solo o con queso y distintos tipos de té. Opciones para merendar como: galletas, totas de chocolate, naranja y amapola, mermeladas de frutos rojos y fresas con chocolate (cultivadas por ellos mismos).

Imagen 36. Método Chemex Café de la Chata



*Fuente: Margarita Mejía-IDPC. 2015.*

El precio de las bebidas oscila entre \$2.500 a \$8.000, los alimentos de \$2.000 a \$4.000 y el café en grano o molido de \$16.000 y \$24.000. El menaje consta de una vajilla cerámica o de vidrio, decorada con azulejos imitando modelos antiguos. La personalidad entusiasta y apasionada de sus dueños han hecho de este rincón de la Candelaria un lugar donde turistas, trabajadores, vecinos y estudiantes pasan su tiempo degustando cafés de origen, aprendiendo un poco sobre su cultura, escuchando música de todas partes del mundo como: Chanson francesa, jazz, rock and roll, swing, tropical, charleston, música colombiana, etc. y compartiendo con Juan Tafur y Carolina Abril, quienes se acercan a cada mesa y conversan con sus clientes.

## 7.5 Barra de Café Oma Banco Popular

Ilustración 2. Logo Cafe Oma



Oma posee 8 sucursales en el Centro Tradicional de Bogotá, se escogió la del Banco Popular porque además de ser la sede principal de este sector, reúne todas las condiciones físicas y logísticas del resto de sucursales.

Para empezar, la palabra Oma significa "abuelita" en alemán. Sus propietarios se apellidan Martignon y surgió como la primera tienda de café gourmet en Bogotá a partir de los años setenta, emprendiendo como una tostadora y posteriormente incursionando en la comercialización de bebidas a base de café, en expendios públicos por todo el país.

Su primer local se ubicó en la Carrera 15 con Calle 82, hoy día cuenta con más de 150 puntos de venta en toda Colombia, la mayoría en Bogotá, pero también en otras ciudades como Cali, Medellín, Pereira, Barranquilla, Cartagena, Villavicencio y Fusagasugá. La compañía tiene dos frentes de negocio: La tostadora Toscafé y los restaurantes Rescafé.



La mayoría de sucursales son barras de café, pero en algunos sectores como el parque de la 93 predominan los café-restaurante.

Esta barra de café se encuentra sobre la Carrera Séptima con Calle 16, una de las Carreras peatonales más transitadas del país donde se observa todo tipo de comercio formal e informal como: relojerías, peluquerías, pastelerías, droguerías, almacenes de cadena, vendedores de lotería y lustradores de zapatos. Asimismo es un sector rodeado por oficinas y entidades financieras. A sus alrededores se encuentra el Edificio Colseguros por el norte, la Iglesia de San Francisco por el sur, el Edificio Avianca y el Parque Santander por el oriente y la Carrera 10 al occidente.

Imagen 37. Fachada Barra de Café Oma Banco Popular



*Fuente: Autor. 2015.*

El Café es de un solo nivel y se encuentra al costado derecho del Banco Popular. Su fachada consta de ventanales que bordean todo el lugar. El local tiene forma de L; al costado noroccidental se encuentra la barra autoservicio precedida por varias mesas redondas y sillas en madera; al costado sur un espacio entre la puerta y la barra que forma

un pasillo por donde se extiende el café, el cual se va ampliando en la parte superior; en la zona media, varios sillones ubicados uno frente al otro de color beige, rojo y café oscuro, acompañados por mesas redondas en madera y en la parte superior, el espacio se amplía pasando de ser un corredor a una sala cuadrada. Esta sala se encuentra separada del establecimiento por varias estructuras en madera y vidrio que convierten el espacio en una sala amoblada por sofás de cuero y mesas de madera. El espacio es bastante amplio y comparado con las otras sucursales del Centro, esta es la sede más amplia y elaborada.

Imagen 38. Costado sur Café Oma Banco Popular



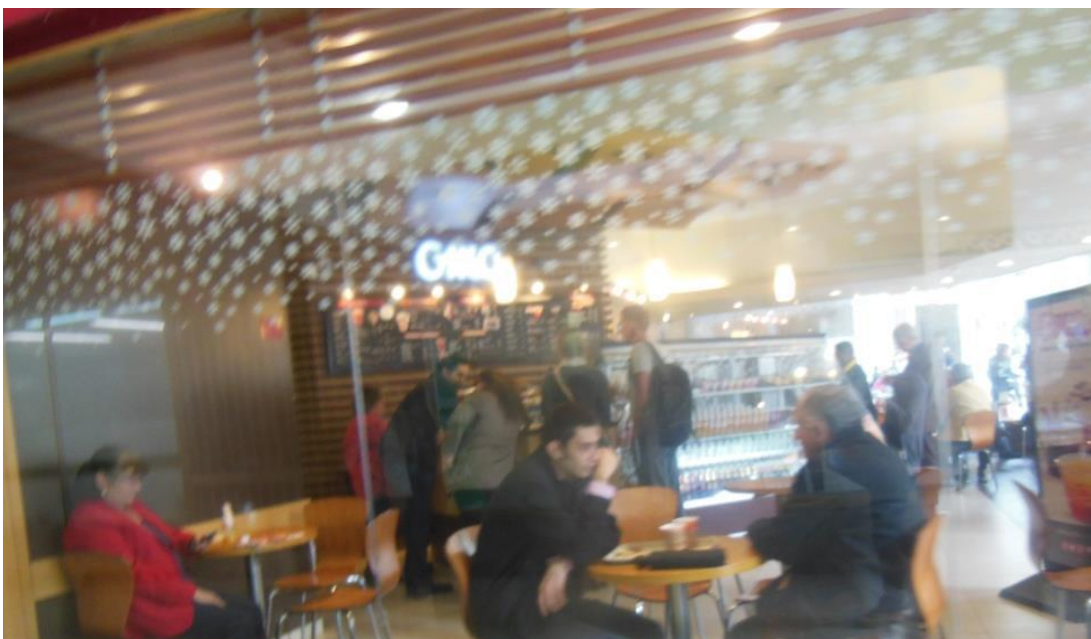
*Fuente: Autor. 2015.*

Su decoración posee elementos estilísticos con estructuras curvilíneas, de colores pálidos que sobresalen en las paredes y el techo. También se observa algunos estantes con muestras de café tostado y en grano marca Oma, un espejo que va de lado a lado sobre la pared derecha en la zona media, varias lámparas incrustadas, cuadros al lado

derecho con obras abstractas en colores fluorescentes y en el techo varios apliques y ojos de pescado.

Los colores que predominan son: beige, café oscuro y rojo en las paredes, sillones y uniformes de los empleados, marrón claro en las sillas y mesas de madera. El mobiliario está conformado por mesas redondas y cuadradas, banquillos alargados sin espaldar, sillones en cuero, una barra de productos en madera y una vitrina alargada.

Imagen 39. Ventanal Café Oma Banco Popular



*Fuente: Autor. 2015.*

Al café asisten principalmente personas de oficina, empresarios y comerciantes caracterizados por vestir traje formal o ejecutivo, también transeúntes y turistas, aunque con menor frecuencia. Debido al sector financiero en que se encuentra y lo confortable de su espacio, sirve como oficina de abogados y comerciantes. Por lo general, asisten 30 a 40 personas cada hora.

El personal encargado está conformado por 7 personas que visten con camisa apolo roja, delantal, gorra y zapatos negros. Todos ubicados detrás de la barra, preparando las bebidas y manejando la caja.

Entre los productos que ofrecen se encuentran: café en grano y molido, listo para preparar en casa. Tipo descafeinado, selección especial, exportación y finest selection y empacado en bolsas de 500 gramos o en pacas por 10 unidades.

La oferta gastronómica consta de: cappuccino, café espresso, especiales con licor, bebidas frías, pastelería, sándwiches, helados artesanales y confitería, todos marca Oma. Se manejan precios estándares desde \$2.800 hasta \$12.000. No posee baño, seguridad privada, ni música de fondo.

## 7.6 Tienda Juan Valdez Candelaria Centro Cultural

Ilustración 3. Logo Juan Valdez Café



Se escogió la Tienda Juan Valdez Café Centro Cultural Gabriel García Márquez, porque es la sede principal del Centro y además reúne las condiciones físicas y logísticas del resto de sucursales del sector. Conviene subrayar que no se hará un estudio sistemático de la marca, simplemente se mencionarán algunos aspectos históricos.

Juan Valdez nace como un "personaje colombiano creado por la agencia Doyle Dane Bernbach (DDB) en 1959, por encargo de la Federación Nacional de Cafeteros con el fin de representar a los más de 500.000 cafeteros colombianos y sus familias"<sup>9</sup>. Su logotipo está conformado por la imagen de Juan Valdez, acompañado de su mula "Conchita" y las

---

<sup>9</sup> Nuestra historia (s. f). En Juan Valdez Café. Recuperado el 15 de abril de 2015 en: <http://www.juanvaldezcafe.com/es-co/sostenible-desde-origen/nuestra-historia/>

montañas de los Andes colombianos en el fondo, cuyo propósito es identificar y garantizar la distribución de las marcas que representan al café 100% colombiano.

En la última década “la Promotora de Café Colombiana (Procafecol S.A.) encargada de la marca, desarrollo nuevos productos alrededor de la imagen, entre ellos las tiendas Juan Valdez, donde se ofrecen diferentes productos relacionados con el Café de Colombia en diferentes países de América y Europa”<sup>10</sup>. Siendo así, que el 12 de diciembre de 2002, nace la primera tienda Juan Valdez en el Aeropuerto Internacional el Dorado.

En el 2004 inició un proceso de expansión a nivel nacional, abriendo tiendas en otras ciudades de Colombia, y otras localidades de Bogotá. Entre tanto, en el año 2005 comenzó a expandirse a nivel internacional, abriendo sus tiendas en mercados tan importantes como el de Estados Unidos y España. En 2006 se darían a conocer alianzas con empresas como Falabella, Casual Brands Group, entre otros. Su mayor competidor en la actualidad es la tienda estadounidense Starbucks, en la cual la Federación Nacional de Cafeteros de Colombiana ha intentado hacerse socio por varios años uniendo esfuerzos con cafeteros del Brasil<sup>11</sup>.

El objetivo de estas tiendas según la página oficial de Juan Valdez es:

Posicionar a Juan Valdez como la marca del café Premium colombiano en sus mercados actuales y potenciales, fortalecer los modelos de negocio generando valor a los

---

<sup>10</sup> *Ibíd.*, p. 2.

<sup>11</sup> Nuestra historia (s. f). En Juan Valdez Café. Recuperado el 15 de abril de 2015 en <http://www.juanvaldezcafe.com/es-co/sostenible-desde-origen/nuestra-historia/>



Accionistas de forma sostenible, construir y consolidar una cultura organizacional orientada al servicio y la innovación y generar satisfacción a sus clientes alrededor de productos, ambiente y servicios diferenciados.<sup>12</sup>

Imagen 40. Esquina de la Carrera 6 con Calle 11 Juan Valdez Centro Cultural



*Fuente: Autor. 2015.*

Esta tienda de café se localiza en la esquina de la Carrera 6 con Calle 11, justo en Centro Cultural Gabriel García Márquez, una obra de arte llevada a cabo por el arquitecto Rogelio Salmona en el año 2003. Cuenta con una amplia oferta de servicios comerciales

---

<sup>12</sup> Nuestra empresa, (s. f) En Juan Valdez Café. Recuperado el 18 de julio de 2015 de <http://www.juanvaldezcafe.com/es/juan-valdez-cafe/empresa>

y culturales, como: La Librería del Fondo de Cultura Económica, dos auditorios, una sala de exposiciones, dos aulas para actividades tanto académicas como educativas, una plazoleta central al aire libre, terrazas y varios locales comerciales como Juan Valdez, el Corral Gourmet y oficinas de la Filial Colombia del Fondo de Cultura Económica y el Banco de Bogotá.

A sus alrededores se encuentra: por el norte la Universidad Gran Colombia, por el sur el Teatro Colón de Bogotá, por el oriente la Biblioteca Luis Ángel Arango y por el occidente la Plaza de Bolívar. Así mismo, está rodeada por 29 universidades, 24 planteles educativos, 7 bibliotecas y 58 entidades de carácter cultural, que hacen de este sector un lugar privilegiado donde la cultura se vive a cada instante.

Es la sucursal más grande del Centro Tradicional de Bogotá. Cuenta con espacios amplios, iluminación, distintos ambientes y mobiliario diseñado ergonómicamente. Ocupa un solo nivel y abarca toda la esquina del Centro Cultural Gabriel García Márquez.

Imagen 41. Fachada Juan Valdez Candelaria Centro Cultural



*Fuente: Autor. 2015.*



Su fachada comprende una terraza bordeada por arbustos y una barrera en cemento, seguido por varias mesas con sombrilla al costado sur y sin sombrilla al costado occidental. Los muros que les corresponden son ventanales.

Imagen 42. Interior Juan Valdez Candelaria Centro Cultural



*Fuente: Autor. 2015.*

Al interior, la distribución del espacio es en forma cuadrada y no tiene divisiones, excepto un paral ordenador de filas ubicado al costado derecho que conecta la entrada del café con la barra de productos. Las paredes son de color camel y el piso es enladrillado. En la parte frontal se hayen varias mesas redondas acompañadas por sillas plásticas ergonómicamente diseñadas, que se extienden por todo el establecimiento excepto al costado izquierdo, reservado para la repisa con accesorios de la Tienda, y el muro

superior donde se encuentra la barra de productos. Al costado izquierdo de la parte superior, se haya un mueble en madera que sostiene los acompañantes del café y al costado derecho un espacio reservado para los baños mixtos. Su distribución espacial es bastante parecida al Juan Valdez de la Torre Bicentenario, excepto porque esta sucursal es mucho más amplia. Además posee ciertas características particulares: es la única que maneja prendas de vestir en su portafolio de productos, no posee una barra de consumo, taburetes y tampoco decoración iconográfica.

La decoración corre por cuenta de elementos estilísticos más que ornamentales, a través de detalles lineales y orgánicos distribuidos por todo el lugar, es el caso de: la estructura en madera que sobresale del techo, el diseño ergonómico de las sillas, la iluminación a través de apliques, ojos de pez y el piso enladrillado.

Los colores que predominan son el carmín en las paredes, café en la estructura que sobresale del techo, mesas y superficie inferior de la silletería, calabaza en las estanterías de productos y en el piso enladrillado, beige en el uniforme de los empleados y vino tinto en el muro que enmarca la barra de productos y las sombrillas de la terraza.

El mobiliario está conformado por mesas en acero con sombrilla incrustada, ubicadas en la terraza del café y mesas redondas en acero y madera ubicadas al interior, acompañadas con sillas plásticas de color gris, un estante de madera que cubre la toda la pared del costado derecho, dos muebles en madera; uno para exhibir el portafolio de productos de la tienda y otro para sostener los acompañantes del café y una barra de productos en madera.

Las personas que frecuentan este lugar son estudiantes universitarios, abogados, trabajadores del sector público y turistas. Quienes vienen a leer un libro, a tomarse un café, descansar de la jornada laboral o hacer una parada técnica. Es un lugar de encuentro para todos los amantes de la cultura y que han disfrutado los servicios del Centro Cultural o del mismo Centro Tradicional de Bogotá. Es una de las sucursales con más afluencia de público, junto con el Juan Valdez de la Torre Bicentenario. También es la que más personal requiere y donde más se sienten a gusto los clientes.

El personal consta de nueve personas; dos baristas, una administradora, una cajera, tres preparadores de alimentos, un vendedor y un vigilante interno.

Esta sede es la única que ofrece todo el portafolio de productos y accesorios marca Juan Valdez, incluyendo prendas de vestir.

Entre los servicios que ofrece se encuentra: Wi-Fi, tomacorriente, baño, vigilancia privada y mobiliario acorde a todas las necesidades de sus clientes.

Se le llama Tienda Juan Valdez porque, además de ofrecer bebidas a base de café, cada sucursal cuenta con un amplio portafolio de productos, entre ellos: café tostado de distintas variedades, cafés especiales, pods, máquinas para pods, mugs, vasos, termos, vajillas, bodums, espumadores, jarras metálicas, cafeteras de distintos tipos, tarros de café, molinillos, mochilas, peluches, carrieles, bolsos, confitería, filtros, prendas de vestir y accesorios, todos marca registrada Juan Valdez.

Se manejan precios estándares en las bebidas y pastelería, desde \$2.800 hasta \$12.000 y el portafolio de productos y accesorios van desde \$12.000 a \$80.000. No se expende

licor puro, lo más cercano es un acompañamiento que se le hace a las bebidas tradicionales con algún tipo de licor que no sobrepasa los 4 grados de alcohol, entre ellos: tinto, espressos o capuchinos acompañado con licor de menta, brandy y amaretto. Su horario de atención es de lunes a viernes de 8:00 am a 6:00 pm y los sábados de 9:00 am a 5:00 pm.

## 7.7 Café Colonial

Imagen 43. Café colonial de la Jiménez con Novena



*Fuente: Autor. 2015.*

El *Café Colonial* está ubicado en la Avenida Jiménez con Carrera novena, actual barrio Santa Fé. Este sector es considerado desde el imaginario colectivo como uno de los lugares más peligrosos, contaminados e intransitables de la ciudad donde convergen todas las realidades sociales del país. Según Julio Medina, propietario del Colonial, sus enemigos más fuertes son el Transmilenio, la indigencia, la contaminación y la inseguridad. Asimismo prevalece la contaminación en todas sus expresiones: visual, auditiva y olfativa. Pese a esta realidad el Colonial se ha convertido en un "oasis" para las personas que tienen que venir al centro administrativo y político del país. A sus alrededores se encuentra: al costado norte la Contraloría General de la República y varias oficinas jurídicas; al oriente el Banco Agrario de Colombia, el Ministerio de Agricultura y el edificio Nemqueteba; al occidente la Carrera Décima y San Victorino y al sur el Centro Comercial Banaranjo y varias entidades bancarias.

El Café se fundó como tostadora en 1952 por el italiano Mario Bertoletti, quien fue el primero en desarrollar cafés de calidad para el consumo interno como: café excelso, tradicional y corriente, dado que en ese tiempo solo se consumía "café pasilla", es decir

café defectuoso que no se exportaba, gracias a la Federación Nacional de Cafeteros que era quien subsidiaba y manejaba el monopolio del café en Colombia, controlando sus precios, cultivo, venta y demanda internacional.

En ese tiempo la marca llegó a ser número uno en Bogotá, absorbiendo casi el 70% del consumo local. El café manejaba dos conceptos de distribución: uno era el consumo directo enfocado en el mercado institucional y otro era el consumo indirecto dirigido al mercado popular de tienda y almacenes de cadena como el Tía y Carulla. A la postre se amplió el negocio a tres puntos de expendio: el primero fue el de la Jiménez con Décima, icono de la marca y sitio de tertulia en Bogotá; el segundo en la Carrera novena con Calle 16, frente a la Cámara de Comercio, y el tercero en Chapinero sobre la Calle 53 con Carrera 13. Los dos primeros se mantuvieron cerca de 40 años, pero hoy día ya no queda ninguno.

Según Julio Medina, actual propietario del Café Colonial como lugar de encuentro, el establecimiento de la Jiménez con Décima funcionó más o menos desde 1956 hasta 1995 y era un Café tradicional como decir el San Moritz o el Pasaje, donde la barra de preparación se encontraba al fondo, las mesas redondas tradicionales en frente, la típica cafetera Gaggia, las señoras atendiendo, la decoración con afiches de Café de Colombia y aproximadamente siete presentaciones de café en lona, yute y empacados al vacío.

Imagen 44. Punto de expendio Colonial de la Jiménez con Décima en 1970



*Fuente. Álbum familiar de Hugo Bertoletti.*

A finales de los años 70 cuando Mario Bertoletti muere, su hijo Hugo Bertoletti hereda el negocio y lo convierte en una distribuidora de productos de aseo, que poco a poco fue relegando el café a un segundo plano y absorbiendo sus utilidades, hasta quebrar la empresa en épocas de *bonanza cafetera*. Cuando las heladas en Brasil hacían que se disminuyera la producción y se aumentaran los precios internacionales, el precio del café llegaba a costar 3 dólares, mientras que en Colombia apenas valía centavos. Esto hizo que aumentara el contrabando interno hacia Estados Unidos, llegando el punto en que la empresa no soportó el volumen de demanda y empezó a decaer.

Debido a esto Hugo Bertoletti tomó la decisión de vender la compañía a unos empresarios santandereanos quienes, según Julio Medina, explotaron la marca sin reinvertirle demasiado. Aparte de eso, cuando el negocio de subsidiar café dejó de ser

rentable para la Federación Nacional de Cafeteros, se empezaron a liberar cupos para que personas de todo tipo compitieran en el mercado con su propia marca de café. Gracias a esto surgieron más de 100 marcas de café en Bogotá y el Colonial que manejaba la mayoría del consumo local, poco a poco fue relegado al mercado institucional donde todavía se mantiene.

Una de las marcas que surgió fue Oma, que entre 1980-1990 se surtió con café Colonial, pero tras la liberación de cupos logró incursionar con su propia tostadora en el mercado institucional, desplazando a Café Colonial. Al respecto, Julio Medina menciona un interesante rumor:

Antes del Colonial había una tostadora que se llamaba Martignon de un italiano que trajo como empleado a Mario Bertoletti, este montó el Colonial y quebró a Martignon. Más adelante los nietos de Martignon fundaron Oma, precisamente la marca que se quedó con el mercado de Café Colonial. Entonces si te fijas es como una venganza en el tiempo. (Entrevista Julio Medina, Café Colonial, 15 de noviembre de 2015).

Para 1983 cuando el Colonial está en manos de los santandereanos, Julio Medina ingresa a trabajar como Gerente Comercial hasta 2008. Esta experiencia de 25 años hace que genere un vínculo tan fuerte con la marca, que en 2009 decide rescatar algo de ese patrimonio cultural y abrir un Café Colonial en la Avenida Jiménez con Carrera novena, diagonal al primer expendio de la marca. Esto hizo que los clientes que aún recordaban el lugar, le dieran un estatus de Café tradicional a pesar que la única relación con el café Colonial original, es el nombre y la venta del producto. Estos le surten café procedente de Quipile Cundinamarca, traído verde y tostado industrialmente en Puente Aranda, Bogotá.



Se manejan 3 presentaciones: café excelso en caja, café gourmet empacado al vacío y café en grano en bolsa de yute.

Su fachada es un mosaico de baldosas hidráulicas sobre pared con motivos vegetales tono camel, blanco, negro, rojo y amarillo que cubre los cinco locales del primer piso. En la entrada del costado derecho se observan letreros: de Servientrega, Quesos del Vecchio, Restaurante El Sótano, Cerrajería y Frutería, que son los establecimientos que comparten el espacio con Café Colonial "el original de la Jiménez".

Imagen 45. Barra de consumo y sala contigua Café Colonial



*Fuente: Autor. 2015.*

Al interior, sobre el costado oriental se encuentra la barra de consumo en madera, dispuesta en forma horizontal y acompañada con banquetas metálicas negras. Sobre ella, una máquina de café espresso Magister y detrás, sobre la pared vinotinto, dos entrepaños

en madera con tres presentaciones de Café Colonial, botellas de aguardiente Néctar, Brandy Domecq, crema de whisky Baileys y Amaretto, cuatro molinos antiguos de café y dos botellas de vidrio con café en grano. Debajo, una cenefa con dibujos del campo, un entrepaño de vidrio con vasos, platos y pocillos, una repisa con galletas, achiras, alfajores, un horno eléctrico, un microondas, un molino de café BUNN, una mini nevera marca Challenger y varios platos grandes de loza. Al lado izquierdo una pequeña sala que sirve como extensión de la barra de consumo, la cual está decorada con la foto antigua de los carros de distribución del Café Colonial, dos mesas altas redondas y cuatro banquillos.

Imagen 46. Salones del Café Colonial



*Fuente: Autor. 2015.*

Alrededor se encuentran varios locales comerciales y en el fondo, sobre el costado norte, un restaurante llamado *El Sótano* junto a los tres salones de Café Colonial. Estos poseen una forma irregular, no tienen puertas ni ventanas, su piso es en madera color camel, el techo y los muros están pintados de blanco y la iluminación es artificial. De lado a lado mesas rectangulares en madera, sillas plásticas negras, ergonómicamente diseñadas, y una galería de cuadros del artista Alexander Rodríguez de Ciudad Bolívar y

Jorge Gallardo de Ecuador. Estos cuadros tienen un valor de \$2'000.000 en adelante y los del sótano oscilan entre \$200.000- \$300.000.

El salón del costado derecho es precedido por un relieve que se titula "Centro Histórico Internacional de Bogotá", el cual posee molduras en yeso, la figura del Quijote en el medio, varias frases alusivas a la caballería y en la parte inferior una colección de enciclopedias. Este salón se titula "El Río" porque al costado izquierdo se exhibe un mosaico de baldosas hidráulicas color azul marino, con los rostros de un hombre y una mujer junto a los baños de ambos sexos. Sus muros están decorados con cuadros y zócalos azul marino.

Imagen 47. Salón del río y Relieve Café Colonial

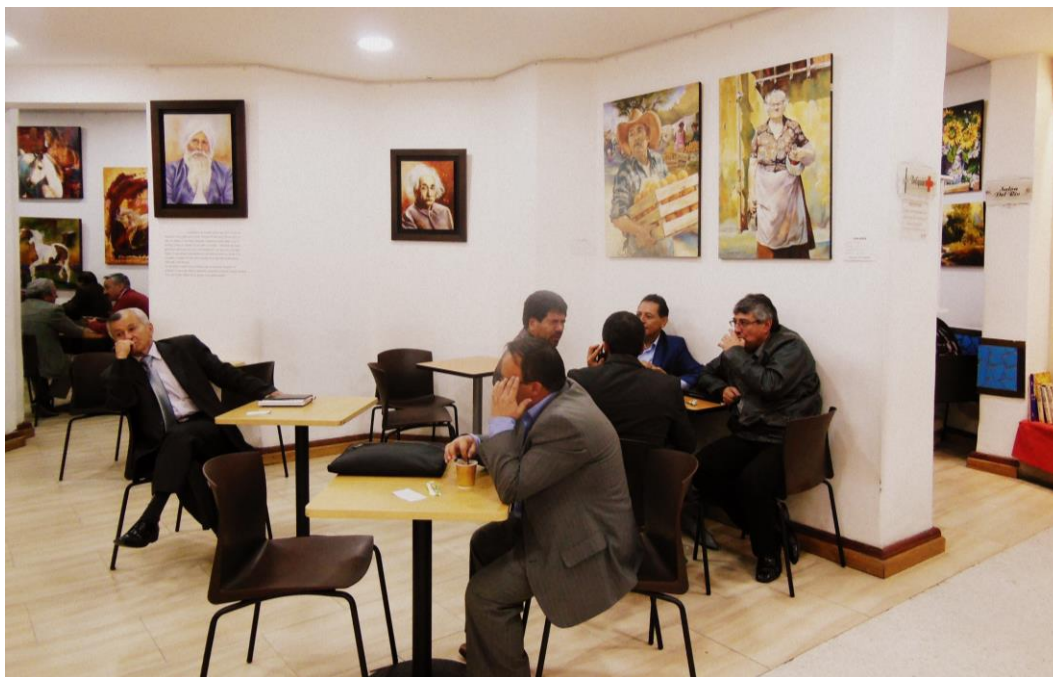


*Fuente: Autor. 2015.*

Después se encuentra el Salón Principal, un espacio descubierta que recibe todo el ruido de la calle, el edificio y el murmullo de los clientes. Es el salón más amplio y por eso mismo el que más clientes recibe.



Imagen 48. Salón Principal Café Colonial



*Fuente: Autor. 2015.*

Posteriormente se encuentra el tercer salón dispuesto de la misma forma que los anteriores, excepto por la imagen publicitaria que sobresale del muro occidental, cuya composición de elementos devela la intención de querer mezclar lo antiguo con lo moderno, rescatando el referente clásico de Café Colonial.

Imagen 49. Salón... del Café Colonial



*Fuente: Autor. 2015.*

Finalmente el Café se extiende a un sótano ubicado en costado occidental del edificio, al cual se accede por medio de una escalera interna. Este espacio inicialmente funcionaba como una bodega, que más adelante se adecuó como una cava de vino, pero debido a la poca actividad nocturna del sector debió alternarse con el consumo de café. Sus muros están decorados con cuadros de menor valor, lámparas, afiches de vino y al fondo dos arcos custodiados por rejas de hierro forjado.

Imagen 50. Sótano Café Colonial



*Fuente: Autor. 2015.*

En cuanto a la dinámica del lugar, el Café abre de 7:00 am a 7:00 pm. En horas de la mañana se coloca música de fondo mientras se organiza el lugar, pero cuando llegan clientes y empiezan a abrir los otros locales tienen que quitarla porque el murmullo de la gente absorbe todo el sonido. A las 8:00 am empiezan a llegar trabajadores del sector judicial quienes toman por lo general un tinto y se van. Sobre las 10:00 am llegan pensionados y personas que van al centro a hacer trámites, leen un libro o periódico, se encuentran con amigos y algunos empiezan a beber desde temprano.

Al medio día se llena completamente, en parte por el restaurante que queda al lado, llegan abogados, mujeres, estudiantes de la ASAB, personas de la Superintendencia y del edificio Nemqueteba, quienes almuerzan en el restaurante, pasan al Café a tomarse un

tinto y luego vuelven a sus puestos de trabajo. A las 2:00 pm disminuye un poco el flujo de personas, pero a las 4:00 pm se vuelve a incrementar. Son pocos los jóvenes que frecuentan el lugar, en su mayoría hombres pensionados o funcionarios del sector judicial. A las 6:00 pm el personal empieza a pedir cuentas, cerrar caja y a organizar el lugar, cerrando puntualmente a las 7:00 pm.

Quienes atienden, son exclusivamente mujeres; cuatro meseras jóvenes y dos en la barra de edad más avanzada. Todas visten camisa roja, cabello recogido, delantal, pantalón y zapatos negros. El café se sirve en vasos de cartón, según Julio Medina por estandarización y control:

Este es un Café corporativo de producción en línea donde se controla el número de bebidas por número de vasos, como hace Juan Valdez y Oma. Además no hay espacio suficiente para estar lavando toda esa loza. Es una cuestión de logística realmente. El Café es un lugar de paso donde vienen personas de todo tipo por un rato y se van. Ahora, eso afecta el sabor de la taza pero nosotros manejamos la mejor marca de vasos homologada por Estados Unidos, Envases Puros de Colombia. Es un vaso totalmente garantizado para una bebida caliente y no afecta el sabor. (Entrevista Julio Medina, Café Colonial, 15 de noviembre de 2015).

Esta visión influye incluso en el tipo de mobiliario, que no puede ser muy cómodo porque la bebida es muy económica, \$1.500 la presentación más pequeña. Asimismo no hay WI-FI para que las personas no se amañen demasiado. En palabras de Julio Medina:

Aquí yo saco un tinto pequeño, término medio y grande; oscuro o claro; con azúcar light, morena, refinada o con panela, todo para una sola bebida. Eso es demasiado desgastante para un producto que apenas cuesta \$1.500. Hay clientes que cogen el café de oficina y el

concepto es otro. Yo necesito avanzar. Muy sencillo, cada mesa paga arriendo y tienen que ser rentable y productiva. Es un espacio público pero privado. (Entrevista Julio Medina, Café Colonial, 15 de noviembre de 2015).

Como se observa, este es un lugar lleno de contrastes y circunstancias ajenas al establecimiento, que su propietario ha tenido que aprender a sortear desde el principio. No solo el hecho de habitar un espacio común con negocios de tan diversa naturaleza como: una cerrajería, frutería, corbatería, quesería y servicios de correspondencia, sino también el hecho de hallarse en una zona tan controversial como lo es la Jiménez con Novena, donde confluyen todas las realidades sociales, económicas y políticas del país. Todas estas condiciones afectan al Colonial, pero así mismo le dan un valor social muy importante que es el ser oasis en medio de la aridez urbana. Julio Medina menciona que “cuando las personas llegan al café se transforman y al momento de sentarse sueltan una exclamación de alivio, como si les hubieran devuelto el alma al cuerpo”.

## **8 Los objetos hablan a través de los sujetos**

Después de haber recorrido la historia del Café, el origen de la palabra, como se inserta en Colombia, su historia en Bogotá y la descripción de los 7 Cafés del Centro Tradicional, se puede afirmar que no es posible definir el Café de una sola forma ni bajo un solo significado, lo que sí se puede decir es que son lugares públicos, de encuentro, donde todo el conjunto de elementos configura su trama humana. Asimismo están mediados por la experiencia personal de sus propietarios, sus clientes y por las prácticas sociales vigentes.

“Además de ser un escenario o recipiente, son también un actor vivo en la construcción del conocimiento. Son un ente que muta, que cambia de la mano de las asociaciones” (Monje, 2011, p. 5). Estas asociaciones, entendidas como sistema de representaciones, son las que le dan un valor simbólico como: lugar de encuentro, como referente cultural y urbano, como lugar de la memoria, etc. Por eso a continuación se expondrán los distintos significados que las personas le otorgan al Café, como lugar de encuentro:

Antonio Bonet Correa (2012) define el Café como:

Un lugar de reunión y de encuentro, de conversación e intercambio social. Es un espacio público y ciudadano. Ágora y plaza mayor cubierta, con un nuevo carácter cívico, en el que transcurren lentas las aguas de lo cotidiano que se desbordan las riadas históricas. Los periodos de calma y agitación, los sucesos callejeros y las sacudidas sociales y repentinas en su ámbito neutral y público. Su vitalidad ha sido siempre la de un lugar de comunicación, a mitad entre lo privado y lo público, de comunicación de espacios y



comunicación de personas, que por igual es un paraíso artificial de meditación y soledad, de cita íntima, de tertulia y tribuna libre de un grupo. (Bonet, 2012, p. 14).

Hay personas que lo significan en relación con el cultivo, es decir desde una cultura cafetera:

Al Café le tengo respeto porque conozco de primera mano el vínculo que tienen algunas familias campesinas con el producto, sé la importancia que ha tenido para la historia de este país, sé que lo hemos maltratado, sé que lo hemos subestimado mucho. Le tengo cariño. Es una cosa que trasciende el gusto, incluso yo creo que si no consumes café y si eres colombiano debes tener el café en una posición privilegiada, dentro de las cosas que aprecias en este país. A mí me pasa porque sé que no es un producto fácil de conseguir, fácil de cosechar, requiere trabajo que la gente no aprecia también porque mucho del café bueno se ha sacado. Entonces la gente lo da por sentado, el cultivo se ha ido relegando a los mayores, porque los chinos ya no quieren cultivar ¿pues pa' qué van a querer comer mierda como los abuelos? Ellos quieren ser chef. Le tengo respeto, le tengo cariño: respeto porque se lo ha ganado y el cariño como el de la mamá porque sí. (Entrevista Juan Tafur, propietario Café de la Chata, 10 de agosto de 2015).

Yo vengo de una familia cafetera y en Antioquia se toma café desde niño. A los cuatro años te dan a probar el tinto que se hace por la mañana y no hay lío. Entonces para mí tomar café es una tradición. (Entrevista Lina Yepes, clienta Café Ibáñez, 06 de noviembre de 2015).

Para otras personas la palabra Café está mediada por ese inolvidable del encuentro amoroso:

El Café es la antesala para invocar las necesidades humanas. Es una especie de intermediario, que te coge el brazo y te dice aquí estoy dispuesto para ti, para que hables

eso que no puedes decir. Los escritores en Francia en los años 20 se reunían en los Cafés y ¿por qué no en el apartamento de otro escritor? Porque en medio de esa mística que tiene el Café como sitio: la gente, la bulla, el sonido de las tazas, eso es un ingrediente para que la persona adorne su discurso hablando de recuerdos como la infancia, la adolescencia, el primer amor, cosas así. Mi primer experiencia con el Café fue más un encuentro amoroso que surgió en ese lugar y aún lo conservo en la memoria porque fue mi primer amor. Obviamente todas las historias bonitas terminan, pero el primer café es como el primer amor, inolvidable. Desde ahí nació mi gusto hacia estos lugares, todo lo que genera es algo más amplio que una simple taza de café y por eso ese inolvidable se mantiene más allá de cualquier cosa, tú envejeces y sigue ahí. (Entrevista Daniel Steven Uribe, mesero del Café Ibáñez, 27 de octubre de 2015).

Para otros son lugares de encuentro y desencuentro:

Los Cafés son cajas de resonancia cultural, donde uno se enamora, se desenamora, se encuentra y se desencuentra. Todos los sueños y las utopías nacen en una mesa de Café. No hay lugar más público, donde todos los derechos estén puestos a flor de piel como en un Café porque tiene que estar abierto para todos, no puede haber ningún tipo de discriminación. Son lugares de encuentro, son lugares culturales, son fuente bibliográficas culturales e históricas. (Conversatorio Nani Arias Incolla, arquitecta y gestora del programa: Cafés, bares y billares notables de Buenos Aires, 09 de noviembre de 2015).

Para algunas personas son aulas de clase:

Los Cafés son básicamente el punto de encuentro del conocimiento, de la academia y de las múltiples realidades que el ser humano tiene. El Café es donde tú puedes encontrar una persona que tiene un conocimiento muy profundo sobre algo, desafortunadamente se

ha perdido mucho su razón de ser. Inicialmente los Cafés eran lugares donde se hacía y emergía conocimiento, de hecho grandes pensadores, poetas y artistas no en vano se inspiraron en estos lugares, pero hoy día son simplemente un lugar donde la gente tiene que pasar un rato y luego se va sin mayor trascendencia. (Entrevista Arturo Gonzales, cliente Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

Hay quienes lo significan como legado familiar y patrimonio de la ciudad:

El Café significa la vida mía, la vida de mi familia, la vida de la ciudad y el amor de mi vida. Para mí el símbolo del café son sus mesas, los muebles que son lo más antiguo y bonito que tiene. (Entrevista Álvaro Vásquez, propietario Café Pasaje, 3 de octubre de 2015).

Para otros son lugares de la memoria:

Los Cafés del Centro guardan la historia de Bogotá y mantienen la tradición viva. Son lugares de recuerdo, de memoria tangible. (Entrevista Víctor Iregui, contertulio del Automático, 18 de noviembre de 2015).

Son una excusa para socializar:

El Café es un espacio de diálogo y de tertulia, casi que un rito alrededor de una bebida que usas como excusa para encontrarte con personas, para hablar, para estrechar relaciones de amistad, para la literatura y para la poesía. (Entrevista Gustavo Ibáñez, propietario Café Ibáñez, 21 de septiembre de 2015).

Para otros son lugares de descanso:

A mí me gustan porque se distrae uno viendo gente, conversando. Es una manera de relajarse entre las horas de trabajo y también es una forma de socializar. Son como los puntos de encuentro, de descanso de esta ciudad tan congestionada. (Entrevista Yuliana González, clienta Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

Hay quienes lo significan desde la experiencia sensorial:

Cada café es distinto, es un espacio sensorial, de felicidad, de bienestar donde uno toma una de las bebidas más energizantes del mundo y si uno tiene un paladar educado se puede deleitar mucho mejor. (Entrevista Ricardo Pérez, cliente del Café Ibáñez, 6 de noviembre de 2015).

Para algunos son lugares de tertulia:

El Café es un sitio de encuentro y de amistades, quienes frecuentábamos el Automático lo hacíamos por la amistad literaria de quienes sabían más que nosotros o habían producido obras literarias o pictóricas, ese era el propósito del Café. Es un sitio de encuentro; primero por las amistades; segundo por lo que se conversa; tercero puede ser un lugar de negocios, hay quienes lo usan con ese fin, pero para las cuestiones espirituales para quienes hacíamos tertulia en esa época era con el fin de creación intelectual y política. (Entrevista Antonio Valencia Salazar, contertulio del Café Automático, 17 de noviembre de 2015).

Para otros una necesidad existencial:

El café para mí es un punto de encuentro con los amigos y tomar tinto. En mi caso se me crea la necesidad de venir a tomar un tinto diario si estoy en Bogotá, es una necesidad existencial. Este es un sitio de descanso para encontrarme con amigos. (Entrevista Rodrigo Ariza, cliente antiguo del Café Pasaje, 18 de octubre de 2015).

También son lugares de negocios:

Los Cafés son lugares de encuentro, pero sobre todo para hacer negocios. Estos sitios son necesarios porque son la oficina de muchos abogados litigantes. En los Cafés se hace la mayor parte de los negocios, aquí se cierran. Aquí se sienten en tranquilidad no de contar el caso sino de contar su vida y uno como abogado necesita esa información. Entonces se

sale uno del protocolo de la oficina y viene a tomarse lo más típico de Colombia que es el café. (Entrevista Felina Parra, clienta Café Pasaje, 09 de octubre de 2015).

El Café es un lugar donde uno puede encontrarse con amigos, con clientes y con colegas que le remiten a uno casos. Si no estoy en el despacho estoy aquí, entonces los clientes ya saben dónde encontrarme. (Entrevista Jaime Romero, abogado y cliente del Café Pasaje, 18 de octubre de 2015).

Hay quienes lo significan como lugar de desahogo:

El Café para mí es lugar donde uno deja las tusas, deja las añoranzas, hasta los sueños mismos. Nosotros nos reunimos acá para hablar de un montón de planes que tenemos como amigos y eso uno en un bar no puede hacerlo, eso se hace como un cafecito algo así como "tomémonos un tinto, seamos amigos". (Entrevista Alejandra Restrepo, clienta San Moritz, 17 de septiembre de 2015).

Y otros como un lugar para estar solo:

Un lugar de encuentro, pero también para estar en soledad y observar las personas, leer, meditar. Le permite a uno mucha intimidad, aunque allá demasiada gente. (Entrevista Olga Acevedo, clienta San Moritz, 18 de septiembre de 2015).

Cada Café posee una identidad propia, una experiencia sensorial y cultural particular.

Lo que lo distingue del resto de espacios de sociabilidad como cines, restaurantes, clubes, bares o discotecas es: ser un lugar donde caben todas las expresiones culturales y humanas: arte, cine, literatura, política, poesía, bohemia, música, alegría, nostalgia, etc., todas tienen cita en un Café.

Pero ¿Cómo se relacionan todos estos elementos? Y ¿Cuáles son las estructuras inconscientes que fundan su cotidianidad? Al respecto, Claude Levi- Strauss propuso un modo de ver la sociedad, los objetos y las prácticas culturales por medio de su función

simbólica. Entendiendo los fenómenos sociales como lenguajes factibles de ser descritos e interpretados de acuerdo a los elementos que lo componen y los valores que le son atribuidos socialmente.

Este análisis parte de la idea de que todas las formas simbólicas (objetos, prácticas, acciones, expresiones, etc.) portan un sentido, es decir, producen significados al actuar como signos en su interacción cotidiana con el ser humano. Tales significados son producidos por un sistema de representaciones determinado, definido por el vínculo entre tres diferentes órdenes de cosas: “lo que denominamos el mundo de las cosas -la gente, los eventos y las experiencias; el mundo conceptual- los conceptos mentales que llevamos en nuestras cabezas; y los signos, organizados en lenguajes, que ‘están por’ o comunican estos conceptos” (Hall, 1997, p. 42).

Pero este sistema de representaciones no es universal ni unívoco, su naturaleza es arbitraria. La forma en que las personas significan el mundo es a través de la diferencia, sin ese referente opuesto cualquier interpretación carecería de sentido. Es así como cada forma simbólica que conforma al Café es representada de acuerdo al sujeto que la interpreta, en ello incide: su historia personal, gustos, edad, identidad cultural y familiar.

Por eso a continuación se expondrán las formas simbólicas y sistemas de representaciones que dan sentido a los Cafés en los propios términos de sus clientes y propietarios. Entendiendo que algunos Cafés comparten elementos similares y otros poseen formas simbólicas particulares, se clasificarán en cuatro categorías: Café tradicional, Café contemporáneo, Barra o tiendas de café y Cafés en transición.

## 8.1 Cafés tradicionales: San Moritz y Pasaje

Los Cafés tradicionales del Centro Tradicional de Bogotá son lugares anclados a la memoria y la historia de la ciudad, sobrevivientes de una época con más de 50 años, los cuales reproducen ciertas prácticas y costumbres de los años 40. Su actividad económica y social gira en torno a la bebida, alternando su función de Café con el de cantina después de las 6 de la tarde, cuando se cierra la greca. Se caracterizan por tener mesas cuadradas o redondas en frente, mostrador al fondo, greca antigua, decoración con afiches de Café de Colombia, cuadros y objetos antiguos como extintores de bronce, planchas de carbón, faroles, radiolas, etc. y fotografías en sepia, blanco y negro.

### Significado

En palabras de sus clientes, estos Cafés son lugares de encuentro y discusión que van más allá de un simple expendio de bebidas. Son espacios masculinos, permeados cada vez más por la presencia femenina, que han empezado a unir generaciones y guardan una historia tangible de ese pasado común que todos los bogotanos añoran porque no lo vivieron o porque se les escapa en la memoria.

Al respecto Arturo Gonzales, Cliente del Café Pasaje, comenta que:

Estos Cafés evocan un pasado, una forma de vida. Es indudable que fueron unos de los primeros de Bogotá; se ve en las fotografías, en su arquitectura, en su ubicación. Yo diría que la parte histórica es lo que realmente marca estos sitios porque fueron lugares donde se encontraron grandes personajes que marcaron la historia del país. A mí me gusta imaginar cómo fue el pasado que atravesó estos lugares, de alguna manera esa búsqueda interna por ese pasado común que compartimos todos. También me recuerdan los seres

que yo amo: mis abuelos, mis bisabuelos, mis padres ¿Cómo vivieron en ese tiempo? ¿Cómo eran las modas de esa época? y ¿Cómo se vestían? (Entrevista 05 de septiembre de 2015).

Para las personas mayores estos lugares son emblemáticos porque conservan, de cierto modo, la bohemia y tertulia que se vivía en la segunda mitad del siglo XX:

Estos lugares guardan esos gratos recuerdos de la bohemia y tertulia, agradables porque aún mantienen un poco ese espíritu. Aquí la gente venía a conversar, se tomaba unos traguitos, pero sobre todo venían a hacer comentarios de literatura y política. Se compartía la palabra entre distintas mesas, incluso se escuchaba la conversación de otras mesas y se podía participar, no era cerrada como ahora. Había momentos en que alguien traía una poesía y la declamaba, otras veces se cantaba con la emisión de los traguitos. Eran un poco más oscuros y eso le daba otro aire a la bohemia. (Entrevista Víctor Iregui, contertulio del San Café, 18 de noviembre de 2015).

De igual forma les recuerda su infancia, adolescencia y vida adulta:

Por ejemplo esa fotografía en blanco y negro me recuerdan la Bogotá antigua, esa del tranvía me recuerda mi niñez. Yo fui una especie de "gaminsito" y me "colunchaba" en los tranvías, es decir me montaba gratis y era feliz. Cuando el cobrador iba por un lado, yo me subía por el otro para irme gratis y lo hacía solo por gusto" (Entrevista Álvaro Téllez, cliente del San Moritz, 15 de septiembre de 2015).

Algunos clientes frecuentan estos Cafés por las personas que siguen allí como una memoria viva del lugar:

A mí más que el Café como espacio físico, me vincula más los seres humanos que todavía siguen allí. Es el hecho de saber cómo han sobrevivido a pesar de los años. Para mí son unos héroes. El hecho de poderme encontrar con estas personas lo hace un lugar



sumamente valioso. (Entrevista Arturo Gonzales, cliente Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

Para los jóvenes ingresar a estos Cafés es como transportarse en el tiempo o acceder a un museo vivo:

A mí me llega esa visión de la Bogotá de los años 40, como poder vivir esa época a través de estos Cafés antiguos. Pensar en nuestros ancestros, en los "cachacos", teniendo en cuenta que se han perdido varias costumbres de ese tiempo. Estos Cafés son la forma de acceder a esa historia, a esa identidad de la ciudad. (Entrevista Mauricio Ocampo, cliente del San Moritz, 17 de septiembre de 2015).

También les genera identidad familiar porque les recuerda a sus padres o abuelos:

Esto me recuerda mucho de mi papá y mi infancia. Nosotras somos de pueblo y mi papá tenía un lugar en la casa decorado así y el Café Pasaje me lleva a ese momento. Yo crecí en Silvania, en el campo. Mi papá tenía en la casa un espacio igual a este: tenía afiches, tenía baldes, máquinas de coser viejas, de hecho la gente cuando iban de Melgar para Bogotá paraban únicamente a ver el sitio. (Entrevista Felina Parra, clienta Café Pasaje, 09 de octubre de 2015).

### **Ambiente**

Otra particularidad de estos lugares es que poseen un ambiente diverso que cambia con respecto al horario, pasando de ser Café a cantina después de las 6 de la tarde cuando se cierra la greca:

El ambiente de aquí es muy diverso, hay mucha mezcla de profesionales, estudiantes y gente del común. A determinadas horas hay un ambiente netamente estudiantil, a otras horas se vuelve una oficina, en las tardes un tomadero. Yo vengo en las mañanas porque

después de las 6 de la tarde se convierte en cantina; entra mucha gente, le suben el volumen a la música y solo venden alcohol. (Entrevista Arturo Gonzales, cliente Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

Por ejemplo uno viene y toma un café de lunes a jueves, porque el viernes después de las 5 de la tarde ya no venden. El ambiente cambia totalmente, los viernes es más cantina o bar que Café. Tienes que beber o beber. En la noche es una onda más fiesterera, pero conservando el estilo clásico de la música. (Entrevista Alejandra Restrepo, Clienta San Moritz, 17 de septiembre de 2015).

A las personas les llama la atención el sonido característico de estos lugares conformado por las tazas de café chocando, el murmullo de los asistentes, la greca funcionando, la moledora de café y la música antigua:

Estos lugares poseen una mística, ese sonido de fondo de las tazas chocando, la greca, el cotilleo de los asistentes producen una cesación inusitada, propia de la bohemia de antaño. (Entrevista Álvaro Téllez, cliente San Moritz, 15 de septiembre de 2015).

Porque en medio de esa mística que tiene el Café como sitio: la gente, la bulla, el sonido de las tazas, eso es un ingrediente para que la persona adorne su discurso. (Entrevista Daniel Uribe, mesero Café Ibáñez, 27 de octubre de 2015).

## **Servicio**

La atención es personalizada y los meseros llaman a los clientes asiduos por su nombre, esa familiaridad les hace sentir como en casa:

Me gusta que me atiendan en la mesa: uno por comodidad, dos porque me gusta hablar con las personas que atienden y tres porque como vengo seguido ya me conocen,

entonces me hacen sentir como en casa. (Entrevista Arturo Gonzales, cliente Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

Estos lugares conservan un sistema tradicional de fichas (dinero simbólico), que sirve como base de la caja para que las meseras respondan por las cuentas y el administrador no tenga que manejar dinero, sino encargarse exclusivamente de controlar el lugar. Para ello las meseras llevan la cuenta dejando acumular las botellas o vasos sobre las mesas, independientemente de la hora y el nivel de embriagues de sus clientes.

### **Clientes**

El público que frecuenta los Cafés del Centro está constituido un 60% de abogados: magistrados, políticos, fiscales, ministros, litigantes, estudiantes de derecho, asistentes, etc. Debido a la cercanía con las instituciones políticas y administrativas más importantes del país como: el Palacio de Justicia, la Corte Suprema, los tribunales, juzgados y oficinas públicas que circundan todo el sector. La relación que mantienen los abogados con el café esta mediada por la palabra, su profesión depende de ella y no hay nada que invite más al diálogo que la palabra *café*.

Felina Parra, clienta del café Pasaje, asegura que:

Estos sitios son necesarios porque son la oficina de muchos abogados litigantes. En los Cafés se hace la mayor parte de los negocios, aquí se cierran. ¿Y qué cliente trae uno al Café? el cliente que se siente intimidado en la oficina, el que quiere hablar más tranquilo, el que se quiere desahogar, el que es recomendado por el amigo. Ese es el cliente que viene a estos Cafés. Aquí se sienten en tranquilidad no de contar el caso sino de contar su vida y uno como abogado necesita esa información. Entonces uno se sale del protocolo

de la oficina para venir a tomarse un café. Eso con los clientes. Con los colegas, igual. No es lo mismo hablar de un criterio en la oficina que en un Café, aquí es más informal, a modo de favor no a modo de negocio y como uno está en este sector todo el tiempo estos Cafés se vuelven una casa. Un lugar de descanso, de encuentro, pero sobre todo para encontrarme con clientes y con colegas. Si un cliente va a la oficina es hacer negocios. Aunque los abogados no lo noten, cuando el cliente que llega es demandante generalmente va a la oficina porque él ya sabe cómo es todo el proceso, pero cuando es él quien va a demandar uno lo lleva al Café porque le tiene que contar toda la historia, desnudar el alma y este es el lugar para hacerlo. En la oficina se sienten intimidados, aquí es más tranquilo, más personal. (Entrevista 09 de octubre de 2015).

El 30% restante son: pensionados, empresarios, negociantes, esmeralderos, trabajadores del sector administrativo, profesores, estudiantes universitarios, turistas, entre otras personas que transitan por allí.

### **Música**

Inicialmente no se escuchaba ninguna porque eran lugares de discusión política e intelectual, posteriormente se introdujo música clásica o "brillante" a muy bajo volumen para respetar la conversación de los contertulios y más adelante se fueron incorporando tangos, boleros, rancheras, pasillos, bambucos, torbellinos, guabina, valeses colombianos, romántica, etc. a un volumen más elevado respondiendo a la dinámica del lugar.

Antonio Valencia, contertulio del Automático, menciona que:

Inicialmente no había música, pero después se puso a muy bajo volumen porque las voces ahogaban el sonido. Se escuchaba música brillante, orquestada y clásica a la cual le

teníamos mucho respeto. (Entrevista Antonio Valencia, contertulio del Automático, 17 de noviembre de 2015).

La música es un referente con el que las personas se sienten identificados ampliamente en sociedad y particularmente como individuos, se construye por medio de memorias, recuerdos, sentimientos del pasado y emociones por venir. Cada punto geográfico, histórico, social y psicológico tiene su particularidad musical, la cual está fuertemente ligada a la idiosincrasia o personalidad de cada individuo. En ese sentido cada generación le da un significado diferente:

Por ejemplo el gusto de los jóvenes por la música vieja, está relacionado con su identidad familiar y social:

Me recuerda a mí abuelo, también a mi mamá porque yo crecí escuchando esa música y me gusta. Es una cuestión muy familiar. (Entrevista Valeria Mesa, clienta San Moritz, 17 de septiembre de 2015).

Las personas mayores relacionan este tipo de música con la bohemia de antaño y les gusta por los sentimientos que transmite:

Era un lugar que tenían como ahora una música muy preciosa: boleros de Virginia López, la Sonora Matancera, Maria Victoria, esa música nos vencía porque hablaba de los amores imposibles, de los amores que no osan llamarse "tal". Los tiempos han cambiado, a mí me da mucha nostalgia venir porque son tiempos que como las golondrinas ya nunca volverán. (Entrevista Mauricio Torres, cliente San Moritz, 16 de septiembre de 2015).

Este es un tipo de música bohemia, muy sentimental, con mucha letra. A mí me gustan los boleros y los tangos porque pueden transmitir cosas tan doloras pero a la vez tan

hermosas. Además no se escucha tan duro, entonces se puede conversar. (Entrevista Olga Acevedo, Clienta San Moritz, 18 de septiembre de 2015).

Por el contrario algunos pensionados prefieren el silencio porque relacionan estos lugares con la tertulia:

Preferiría que no hubiera música, así se puede conversar mejor. Aunque a este Café le luce la música vieja y colombiana. (Entrevista Miguel Ángel Herrera, cliente Café Pasaje, 05 de octubre de 2015).

Asimismo, el volumen juega un papel fundamental porque permite el dialogo entre los contertulios:

Esa música antigua me evoca la bohemia de antaño. Los decibeles son importantes porque uno viene es a conversar y no a bailar, entonces el volumen que manejan hasta cierta hora me parece bien. (Entrevista Gloria Núñez, clienta Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

### **Presencia femenina**

Las mujeres resaltan en estos lugares porque la mayoría de los clientes son hombres, su presencia genera una sensación de seguridad e higiene que muchos clientes valoran, porque tienen la impresión de que son selectivas en los sitios que frecuentan:

Dese cuenta que este lugar ofrece la seguridad y la tranquilidad porque entra mucha mujer. Eso es agradable. (Entrevista Rodrigo Ariza, cliente Café Pasaje, 18 de octubre de 2015).

Pienso que el concepto de las mujeres en los Cafés ha cambiado. Crecí con un papá que permanecía en los Cafés, había billares y estos lugares eran netamente masculinos, no se permitía el ingreso a mujeres. Hoy día es más público, está abierto a todo el que quiera.

Obviamente hay Cafés donde solo ingresan hombres, de pronto no dicen que no se pueda ingresar, pero uno no siente el espacio para una mujer. Que uno se sienta tranquilo y seguro, además de eso que el lugar sea agradable. (Entrevista Gloria Núñez, clienta Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

Los factores que determinan su ingreso son: que haya un baño independiente para mujeres, que sea iluminado, aireado e higiénico:

Para que yo me sienta a gusto en un Café; primero, debe tener un baño en buenas condiciones; segundo la iluminación, que uno pueda ver los rostros de quienes entran, que sean personas honestas y uno se pueda sentir tranquilo. (Entrevista Claudia García, clienta Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

Mire, yo como mujer entré con recelo pero cuando entré al baño quedé tranquila. Si este mismo sitio estuviera ubicado en otro lugar, ya no entraría. Me da seguridad el tipo de hombres que ingresa porque sé que son profesionales, colegas y sé que no van a invadir mi espacio. (Entrevista Felina Parra, clienta Café Pasaje, 09 de octubre de 2015).

## **Producto**

En estos Cafés la calidad no tiene mayor relevancia porque lo que interesa es conservar las costumbres de antaño con la que los clientes, sobre todo pensionados, se sienten identificados.

El tinto de acá me fascina: amargo como la vida, fuerte como haciendo el amor y dulce como la muerte, esas son las propiedades de un buen café. (Mauricio Torres, Cliente San Moritz, 16 de septiembre de 2015).

Entre más oscuro y más fuerte mejor. Cuando puedo compro café la Bastilla que es una verraquera, porque con poquito se hace un buen café. (Entrevista Álvaro Téllez, Cliente San Moritz, 15 de septiembre de 2015).

Por eso utilizan cafés de "consumo nacional" con un 30% de defectos, sabor amargo, sin mayores atributos y preparados en grecas antiguas. Todos estos elementos como signo de tradición. Recientemente el Pasaje implementó una máquina moderna de café espresso, conservando la antigua greca en el mostrador como pieza de colección. A pesar de eso algunos clientes consideran que el café sigue siendo de mala calidad.

La calidad del café que se sirve aquí es muy mala, a pesar de que es café filtrado. Yo creo que ellos manejan un consumo masivo y más que calidad les interesa es vender cantidad, además porque su única actividad económica es el producto, las bebidas. Aquí paradójicamente no tomo café, tomo otras bebidas. Yo valoro más en este lugar la experiencia humana, que el café como tal. (Entrevista Arturo Gonzales, cliente Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

Cabe mencionar que las bebidas toman significado de acuerdo a la hora en que son consumidas y el lugar. En el caso de los Cafés tradicionales, el tinto es signo de iniciación, de tránsito entre la mañana y la tarde, es el preámbulo de otras dinámicas y bebidas:

El tinto es la excusa para entablar conversaciones, hacer negocios y embriagarse. (Entrevista Lina Maldonado, clienta San Moritz, 15 de septiembre de 2015).

Las bebidas envasadas como agua o gaseosa por el contrario son signo de lugar de paso, de personas que no piensan quedarse ni interactuar demasiado:



Por lo general cuando vengo de afán tomo agua o gaseosa, porque el tinto es para relajarse y compartirlo con amigos, no para tomarlo en cinco minutos. (Entrevista Jenny Rivera, clienta San Moritz, 15 de septiembre de 2015).

### **Menaje**

Estos Cafés conservan los tradicionales pocillos y platos de loza con el logotipo de café de Colombia, acompañado por turronec de azúcar cuadrados y un mezclador oscuro. Esta presentación reproduce las costumbres de antaño que solo siguen vigentes en el San Moritz, Pasaje y Mercantil. De acuerdo a sus clientes los pocillos en loza mantienen el sabor intacto del café y generan una sensación de familiaridad que promueve una relación más íntima con la bebida.

El hecho de que te sirvan en pocillo de loza es un símbolo de respeto, cuando llega una persona a tu casa no le vas a servir en un vaso plástico, tú le sirves en la mejor loza que tengas. Además es una muestra de afecto y de agradecimiento. (Entrevista Nubia Parra, clienta del Café Pasaje, 20 de noviembre de 2015).

Me encanta que lo sirvan en vaso de porcelana, porque no hay nada más feo que tomar en vasos de plástico. Por eso no vamos a un Oma o Juan Valdez, además acá es mucho más barato. (Entrevista Mauricio Ocampo, cliente San Moritz, 17 de septiembre de 2015).

### **Precio**

Estos Cafés son los más económicos del Centro, a excepción de algunas cafeterías. Sus clientes, sobre todo abogados, los clasifican de acuerdo a criterios socio-económicos,

como el precio de las bebidas y las personas que lo frecuentan, rotulándolos como Cafés de bajo, medio y alto nivel:

Digamos que los precios seleccionan a la gente que puede ingresar. En este Café ingresan personas promedio, pero por su tradición histórica y política uno ve personas de alto nivel educativo y económico a quienes les gusta la literatura y la cultura, pero no van a un Juan Valdez o a un Oma por los códigos sociales. (Entrevista Gloria Núñez, cliente Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

### **Horario**

Por lo general atienden de 8 a 10 pm los días lunes, martes y miércoles, mientras que los jueves y viernes extienden su jornada hasta las 1 o 2 de la mañana. Esto se debe a que en el Centro predomina la sensación de inseguridad y muchos clientes prefieren no quedarse después de las 10 de la noche, a menos que estén acompañados:

Antes el Centro era muy diferente, uno podía caminar tranquilo sin la prevención de que le fuera a pasar nada. Es que la inseguridad dañó a Bogotá, ya nadie se toma un trago más allá de las 11 de la noche en un café decente porque le da miedo salir. (Entrevista Antonio Valencia Salazar, tertulio del Automático, 17 de noviembre de 2015).

Este centro es altamente inseguro, le toca a uno llamar un taxi para que lo recoja. Ese es el problema más grande que tiene Bogotá. (Entrevista Jaime Díaz, tertulio del San Café, 18 de noviembre de 2015).

Una de las horas en que más se llenan es de 2 a 3 pm, debido a la tradición de tomar tinto después del almuerzo como signo de buena digestión, además porque es el momento en que los trabajadores del sector aprovechan para salir de la rutina y tomarse un

descanso. Otra hora pico es de 6 a 8 pm, momento en que las personas salen de trabajar y pueden relajarse o encontrarse con amigos. Culturalmente los jueves y los viernes son los días destinados al encuentro étílico.

### **Distribución espacial**

Resulta de gran importancia porque determina las dinámicas de consumo y la orientación social del cliente con respecto al personal. El mostrador se ubica al fondo para que el personal tenga acceso rápido a las bebidas y pueda interactuar fácilmente con los clientes, sin perder detalle de todo lo que ocurre. Las mesas en la parte frontal, para que los clientes se acomoden donde prefieran y puedan ser atendidos a la mesa. En estos Cafés la barra funciona como una especie de mostrador donde se preparan y depositan las bebidas, a diferencia de otros lugares donde la barra tiene una funcionalidad diferente.

Arturo Gonzales, cliente del Café Pasaje, afirma que:

La distribución espacial del Café es propia de su época con un mostrador exclusivo para pasar bebidas. Hoy en día lo último y lo "play" es sentarse en la barra, antes el hecho de estar en la barra era una espera y sentarse en la mesa un privilegio. Digamos que aquí la barra se maneja como un mostrador más que como barra, porque la barra es donde uno se puede sentar. En ese sentido mantiene su forma tradicional. (Entrevista 05 de septiembre de 2015).

De igual forma el mostrador es una especie de altar donde reposan los objetos más preciados: radios, registradoras, cuadros y grecas se convierten en foco de atención. Las paredes son un mosaico de piezas antiguas, imágenes representativas de Colombia, fotos

en sepia, blanco y negro que rememoran la Bogotá de los años 40 y sirven como piezas de un museo viviente.

El espacio físico, las mesas, la disposición de la barra, la máquina de café. Digamos que este Café junto con el Sant Moritz o el Automático todavía conservan las máquinas iniciales, entonces todo ese tipo de cosas antiguas que quedaron, casi como obras de arte, se vuelven únicas porque han desaparecido. Son piezas de un museo viviente. La barra, las mesas, el paso del tiempo, se convierten en una evocación del pasado, que aunque no lo viví pues puedo imaginarlo. Lamentablemente la esencia del Café desapareció; lo que era la tertulia, la bohemia ya queda muy poco. (Entrevista Arturo Gonzales, cliente Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

### **Decoración**

Para sus dueños estos objetos son simbólicos porque reflejan la historia de la ciudad, la historia de su vida y los caminos recorridos. Coleccionarlos ha sido una de sus aficiones más grandes. Para David Vásquez, copropietario del San Moritz, los Cafés son:

Lugares de vivencias, donde cada persona que lo haya conocido se lleva un recuerdo y también son lugares de añoranzas que usted nunca va olvidar y que siempre va llevar en la memoria. Esa máquina es el alma del negocio, lleva los años de los años funcionando, es lo que le da vida al lugar. Para mí el objeto que más representa el lugar es la greca, las sillas y las mesas que fueron los objetos con los que se fundó el café y que todavía se usan. (12 de agosto de 2015).

Los afiches de Café de Colombia eran la publicidad con la que la Federación Nacional de Cafeteros, incentivaba el consumo de café en establecimientos públicos de los años 40, por tanto son signo de la tradición.

**Jorge Eliécer Gaitán:**

Jorge Eliecer Gaitán es símbolo de la tertulia política que se daba en los Cafés de los años 50; primero porque el imaginario bogotano lo vincula a los Cafés Tradicionales del Centro, como el San Moritz y el Café Pasaje, y segundo porque su asesinato inició la época de la Violencia en Colombia y con ella el fin de las tertulias, tal cual se conocían en Bogotá.

El pasaje es un lugar representativo por ser uno de los Cafés más antiguos de Bogotá, como de los 40, se dice que acá venía Jorge Eliécer Gaitán con los amigos. (Entrevista Diego Acosta, cliente Café Pasaje, 08 de octubre de 2015).

Este Café me hace pensar en la Bogotá antigua porque hay muchas fotos de Gaitán y se dice que aquí venía muy seguido. (Entrevista Olga Acevedo, clienta San Moritz, 18 de septiembre de 2015).

Más allá de que estos rumores sean ciertos o no, lo cierto es que Gaitán frecuentaba los Cafés que quedaban sobre la Carrera Séptima, entre ellos el Gato Negro, localizado a pocos metros del edificio Agustín Nieto donde se encontraba su oficina.

**Mobiliario**

El Café Pasaje y San Moritz comparte un mobiliario similar, conformado por sillas tapizadas en cuero rojo y mesas redondas o cuadradas importadas de Estados Unidos; junto a la máquina de café espresso, son los objetos más preciados, porque con ellos se fundó el sitio y a pesar de los años todavía funcionan. En ese sentido son símbolo de tradición y referente histórico que legitima su identidad. Su valor radica en ser muebles originales de la época:

Es un mobiliario propio de la época, que muchos sitios “play” de Bogotá han tratado de imitar pero no lo han logrado, es decir como si trataran de robar una época. Me gusta su originalidad, la resistencia de los materiales, porque si te fijas hoy día vivimos en una sociedad donde todo se consume muy rápido y este mobiliario muestra una época donde se hacían cosas para perdurar en el tiempo. (Entrevista Arturo Gonzales, cliente del Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

Estos lugares tienen ambiente como de cantina de pueblo cafetero, lo transportan a uno a otra época. Las sillas son particularmente viejas, al igual que la greca, la decoración y los muros. Esa autenticidad es lo que hace que estos lugares se sientan congelados en el tiempo. (Entrevista Olga Acevedo, clienta San Moritz, 18 de septiembre de 2015).

### **8.1.1 Café Pasaje**

#### **Nombre**

El nombre de este Café Pasaje habla de una época y de unos acontecimientos específicos que caracterizaron la Bogotá de los años 40. Su nombre proviene de:

Un desaparecido pasaje peatonal que iba de la Avenida Jiménez a la Calle 14, el cual separaba dos módulos gemelos que conformaban el edificio Santafé y que se encontraban uno frente al otro. (...) El pasaje en un principio y la plazuela posteriormente, se llenaron de Cafés (...) como la Tía Juana, el Rhin, el Granada, el Sorrento, el Tequendama (...) el Salón Fontana (1955), La Romana (1965) y La Plazuela (1974). (Barón, 2014, p.1).

Para muchos clientes este nombre es referente urbano y símbolo del lugar, porque todo el mundo lo conoce.

### **Don Luis**

Luis Rodríguez es el lotero y embellecedor de calzado, que trabaja en el Café Pasaje desde 1963. Llegó cuando tenía 26 años y hoy a sus 79 años afirma que “del Pasaje lo sacan en hombros, luciendo su overol de dril” (Barón, 2014, p.1). Es la mano derecha del Café porque además de trabajar por su cuenta, barre, trapea y colabora en lo que sea. Su oficio de embellecedor de calzado le ha permitido conocer de primera mano la historia y los personajes que han desfilado por el Café, convirtiéndolo en símbolo de la memoria viva del lugar. Por eso muchos clientes vienen exclusivamente para que él le lustre los zapatos y de paso les cuente un poco sobre la historia de Bogotá.

Fundamentalmente vengo para que me lustren los zapatos. Eso para mí es el ritual más importante que solo tiene este Café. Ese ritual de mandarme a embolar los zapatos hace que el hecho de degustar una buena bebida pase a un segundo plano. Lo que realmente me atrae de este lugar es la persona que me lustra los zapatos, además porque es una persona que lleva mucho tiempo aquí y es un puente de acceso a ese pasado que con mucha dedicación, con mucho esmero, logra limpiar mi alma que está reflejada en los zapatos. Antes lo bonito era que uno podía interactuar con las personas que llevaban mucho tiempo trabajando en el lugar, casi como un museo vivo, don Luis es un ejemplo de eso. Con él conversamos de nuestras cosas, le habla a uno de la Bogotá antigua, de quienes frecuentaban el Café, con él hay un encuentro de mundos, de realidades y de seres humanos. (Entrevista Arturo Gonzales, cliente Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

### **Ambiente**

A diferencia del San Moritz, el Café Pasaje se caracteriza por su tradición política más que bohemia. Allí personajes como Gilberto Alzate Avendaño, Eduardo Santos, Belisario Betancourt, Antanas Mockus, Carlos Lemos Simmonds, entre otros, desfilaron en los años 50. Este referente social sigue vigente en la memoria de sus clientes más antiguos. Hoy en día los abogados y políticos de todas las edades vienen principalmente a hacer negocios y discutir sobre política.

Este es un café que tiene mucha tradición política, yo conocí a Alfonso Palacio Rudas, Diego Tovar Concha, al expresidente Carlos Andrés Pérez que entraba a tomar tinto aquí. (Entrevista Rodrigo Ariza, cliente Café Pasaje, 18 de octubre de 2015).

Nosotros revisamos aquí muchos acontecimientos nacionales, de la prensa, de política e históricos entre ellos la muerte de Gaitán y el Frente Nacional, pero también se habla de negocios mineros, agrarios, de negocios industriales. De tal manera que el tema no es solo político, ideológico, histórico o filosófico, también se habla de negocios, de economía. (Entrevista Antonio Luna, cliente Café Pasaje, 07 de octubre de 2015).

### **Decoración**

A diferencia de otros Cafés, el Pasaje se caracteriza porque combina lo moderno con lo antiguo, conservando la tradición deportiva al estilo de los *Pubs ingleses*. Muchos aficionados se sienten atraídos por los elementos deportivos que decoran sus muros y techo como: palos de golf, banderas de futbol internacional y marcas de cervezas nacionales.



Se dice que en este Café se fundó el Independiente Santa Fe, también que acá se reunían los apostadores del 5 y 6. Toda esa tradición deportiva sigue vigente en los muros y en el techo, porque si se da cuenta todo el lugar está decorado con banderas de fútbol. Acá venimos siempre que juega la selección Colombia o el Santafesito lindo. (Entrevista Diego Acosta, cliente Café Pasaje, 08 de octubre de 2015).

Cabe mencionar que no hay banderas de equipos nacionales, según Álvaro Vásquez por la poca cultura cívica de los hinchas colombianos. Los muros son una galería personal de objetos modernos, traídos de Estados Unidos mezclados con objetos antiguos. Según Álvaro Vásquez la decoración moderna obedece a una estrategia comercial para atraer aficionados de distintos deportes y conservar la tradición del lugar, mientras que los objetos antiguos son original de cuando se fundó el Café.

Aunque la mayoría de clientes se siente a gusto con la decoración, hay quienes piensan que es un accidente desafortunado por la sobreexcitación de la imagen:

Se puede decir que la decoración de acá se divide en dos aspectos: los objetos que son originales de la época como el reloj, el enchape en madera, el fumigador, la greca, las sillas. Pero también veo que está muy sobrecargado de publicidad y en ese sentido la sociedad de consumo penetra en todo, hasta en lo más sagrado. Entonces esa penetración del consumo es triste, como si tú quisieras ver una pintura original y de repente la vieras retocada con situaciones que no son de su época. Digamos que para mí la decoración contemporánea, desafortunadamente hace que el lugar quede como una mueca de Café. Tú alcanzas a ver como 60 fotos en un segundo y obviamente el contraste de imágenes alusivas al terrorismo, al café, a la cerveza es demasiado fuerte para los sentidos. Entendiendo que son de alguna forma lo que vivimos. Es como todo el tiempo una sobreexcitación de la imagen en cuanto a lo que reproduce placer, temor, miedo. Casi que

como un accidente desafortunado. (Entrevista Arturo Gonzales, cliente Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

Los afiches de café de Colombia evocan:

Me gusta mucho esos afiches de Café de Colombia porque me recuerdan la industria del café, yo que vengo de provincia, hace 23 años. (Entrevista Antonio Luna, cliente Café Pasaje, 07 de octubre de 2015).

### **Circuito de Cafés**

Al Café pasaje ingresan muchos abogados, comerciantes y trabajadores del sector público, que intercalan sus sitios de encuentro con Cafés corporativos como el Colonial, Juan Valdez y Oma porque ofrecen servicios adicionales como Wi-Fi, tomacorriente y muebles cómodos que les permiten seguir trabajando y encontrarse con clientes, sin la necesidad de estar en la oficina.

Cabe mencionar que muchas de estas personas están acostumbradas al café de greca que se sirve en los despachos o juzgados, por lo tanto no tienen un criterio elaborado sobre la bebida. Pero gracias a la incursión de Barras o Tiendas de café han empezado a consumir cafés especiales que han cambiado su percepción, llegando a calificar como buen café al que se prepara en máquina y malo al que se prepara en greca.

Por otro lado, los clientes de corte intelectual o artístico como: teatreros, escritores, poetas, pintores, periodistas, entre otros intercalan sus sitios de encuentro con Cafés bohemios como el San Moritz, Triales y San Café (el Automático).

## 8.1.2 San Moritz

### Percepción sensorial

Las experiencias sensoriales que provoca el San Moritz son diversas. El tono claroscuro del Café juega un papel fundamental en la percepción del tiempo y el estado anímico de los clientes, quienes gracias al efecto que produce la luz del sol filtrada por las claraboyas del salón principal, experimentan una sensación de gozo, melancolía o nostalgia.

El tiempo se cuele imperceptible en cada espacio, en cada sensación, la piel muda de vez en vez; cuando la luz del sol penetra, los estados del alma se elevan pero cuando sucumbe el frío invade los huesos y la atmósfera se torna lúgubre a la vez que nostálgica. Cuando llueve entra muy fuerte el sonido por las claraboyas, entonces es proclive a que uno escriba: *llueve en mí el cielo, llanto en mi corazón*. (Entrevista Mauricio Torres, Cliente San Moritz, 16 de septiembre de 2015).

La luz opaca, amarillenta, como ese claroscuro típico de este lugar, genera una sensación de nostalgia imposible de describir. Hasta las grietas de las paredes me transportan a la casa de la abuela. (Entrevista Jenny Rivera, clienta del San Moritz, 15 de septiembre de 2015).

Lo mismo pasa con la percepción del tiempo, mientras en la calle las horas pasan vertiginosas, en el San Moritz, Cronos arremete sobre los sentidos, quienes uno a uno se van transformando hasta asimilar completamente los estímulos percibidos. Ramón Gómez de Serna afirma que “en ningún otro lugar como en un Café se siente la lámpara viva del tiempo y el sabio reloj de arena está en cada mesa” (Bonet, 2012, p. 14).

Por ejemplo el olor a café recién preparado, característico de las mañanas, en la tarde se va mezclando con el de la cerveza, el humor masculino y el prominente aroma de orines fermentados, de modo que al final del día el sentido olfativo se ve expuesto a tantos aromas que poco a poco pierde su capacidad de distinguirlos.

El olor de este Café es bien particular, como a café revuelto con chichi. Más tarde huele a licor y a viejito. (Entrevista Alejandra Burgos, clienta San Moritz, 18 de septiembre de 2015).

La primera vez que entré a este Café lo primero que percibí fue el olor a orines del salón principal, pero después de lo rico que uno la pasa aquí, esa sensación pasa a un segundo plano. Ya uno reconoce el olor del San Moritz, es algo típico a lo que uno ya está acostumbrado, entonces cuando le ponen ambientador no es lo mismo. (Entrevista Alejandra Restrepo, clienta San Moritz, 17 de septiembre de 2015).

El sentido auditivo se transforma continuamente: por las mañanas se escucha el murmullo de los asistentes, el sonido de la greca, la moledora de café, las tazas chocando y música antigua como boleros, pasó doble y tangos, pero en horas de la tarde el volumen de la conversación asciende, el sonido de la greca desaparece y la música cambia a rancheras, despecho y música carrilera.

Algo semejante ocurre con el gusto, después de tomar varias tazas de tinto las papilas gustativas asimilan el sabor de forma diferente y poco a poco se hace necesario, ingerir algún alimento o pasar de lleno a alguna bebida espirituosa. En la mañanas se consume principalmente tinto o aromáticas, en la tarde cerveza y después de las 6 de la tarde, cuando se cierra la greca, necesariamente alcohol. Es entonces cuando el lugar pasa de ser Café y se convierte en cantina.

De este modo todos los sentidos se ven trastocados por los elementos que conforman el lugar, los estímulos ambientales y las prácticas sociales vigentes, que hacen de este Café una experiencia particular.

### **Encuentro LGBT**

El San Moritz además de ser emblemático por su antigüedad y ambiente bohemio, es también un lugar de encuentro LGBT, donde se relacionan personas de todas las condiciones sexuales, sin el temor de ser estigmatizados.

Mauricio Torres, cliente del San Moritz, describe la dinámica que se da en ese sentido:

*Las miradas son caricias y las palabras besos, entonces uno puede ver un lenguaje no verbal en que dos personas se atraen y quieren una cita previa para conocerse y eso se da a través de las miradas y de los besos. Se conocen y comparten una cerveza, besos y si se gustaron pues lo que sea. Cuando uno quiere entablar una conversación con alguien de otra mesa lo hace a través de lo no verbal, por ejemplo cuando yo empecé mi vida homosexual había un sitio muy famoso que se llamaba *piscis* y allí teníamos una semiología muy bonita del encuentro que era el *clavel y la rosa*: si a uno le interesaba una persona desde el punto de vista romántico, para tener una aventura, le enviaba con los meseros del lugar una cerveza acompañada de un clavel, pero si le interesaba una relación estable le mandaba una rosa. Si ese gesto era correspondido había un lenguaje de señas, una mirada o una picada de ojo. En este Café si yo estoy interesado en una persona lo miro y si me sostiene la mirada le mando una cerveza, entonces con esa cerveza se abre la posibilidad de un encuentro fortuito bien sea en este corredor o cuando uno va a orinar. Si no se puede entonces se escribe en un papelito el teléfono y se lo deja con el mesero o se pone cita en otro sitio. (Entrevista 16 de septiembre de 2015).*

Tengo entendido que también es un lugar de encuentro gay entre hombres mayores. De hecho he visto hombres *flirteando* con otros hombres. Por ejemplo, allá hay un hombre solo y llega otro señor solo, se miran, se sonríen y si se gustan se sientan en la misma mesa. No se besan ni nada, solo se ponen a conversar, después se van juntos, no sé. (Entrevista Alejandra Burgo, clienta San Moritz, 18 de septiembre de 2015).

Así como varias personas aceptan esa situación, otras por el contrario se sienten incómodas y la desaprueban completamente. Esa estigmatización ha hecho que clientes antiguos dejen de frecuentar el Café, porque creen que les da mala fama, sobre todo personas del sector público que tienen que cuidar su reputación:

El Sant Moritz era un Café muy bonito pero desafortunadamente, por lo que tengo entendido, se volvió un lugar de encuentro homosexual. No tengo nada en contra de eso pero no es de mi interés frecuentar esos lugares, precisamente para evitarse inconvenientes y problemas uno se margina. (Entrevista Arturo Gonzales, cliente del Café Pasaje 05 de septiembre de 2015).

El San Moritz últimamente ha ido cambiando porque van muchos homosexuales y eso nos ha ahuyentado, porque a pesar de que uno respeta esa condición, no está acostumbrado a verlo con buenos ojos. Uno ve esas escenas de hombres besándose, pero llega un momento en que la situación se desborda, entonces mucha gente se ha retirado por eso. También van lesbianas pero ellas se hacen en el salón del fondo. (Entrevista Víctor Iregui, contertulio del Automático, 18 de noviembre de 2015).

## **Clientes**

El San Moritz es un lugar que ha logrado unir generaciones: los pensionados que aprovechan para ir al Café los últimos o primeros días del mes, cuando tienen que reclamar la pensión o hacer diligencias de orden burocrático y personas jóvenes que se sienten identificados con la música y ambiente bohemio, entre ellos: profesores y estudiantes universitarios, artistas, poetas, teatreros, empresarios, esmeralderos y trabajadores informales del sector.

## **División generacional**

En este Café se experimenta una división generacional, marcada por los muros que separan el salón principal del salón secundario; el primero conocido como el salón de los veteranos y el segundo como la sala de los jóvenes. Esto se debe en palabras de sus clientes:

Nos hacemos en este salón, tal vez inconscientemente, porque nos sentimos intimidados por la generación de abuelitos del otro lado, es como el espacio de ellos. (Entrevista Julián Gómez, Cliente San Moritz, 15 de septiembre de 2015).

No sé, porque acá se hacen todos los jóvenes. Personalmente me gusta los espacios más privados y esta sala tiene toma corriente, entonces uno puede venir aquí y ver el computador. También porque queda alejado de los baños y no se siente tanto el olor a orines. (Entrevista Valeria Mesa, clienta San Moritz, 17 de septiembre de 2015).

### **De qué se conversa**

A diferencia del Pasaje, el San Moritz se caracteriza por una tertulia más bohemia que política o comercial. Arte, cine, literatura son los temas principales, aunque también se habla de pleitos judiciales y negocios.

Este lugar es más social, en cambio el Café pasaje es más de negocios, de trabajo y a pesar de que ambos son antiguos, el de allá no lo están dejando acabar. (Entrevista Olga Acevedo, clienta San Moritz, 18 de septiembre de 2015).

### **Decoración**

El mosaico de imágenes y objetos que decora el San Moritz poseen un valor particular para el propietario del Cafés y representan una etapa de su vida, coleccionarlos ha sido su afición más grande. Por eso cada uno de ellos ha sido dispuesto en orden de llegada: primero fueron las fotografías en blanco y negro compradas a Gabriel Mendoza en 1976, después los afiches de Café de Colombia, los retratos de Jorge Eliécer Gaitán, más adelante la maqueta, el escudo del San Moritz diseñado por Walter Echeverry y así sucesivamente hasta llenarse de "cachivaches" cómo el mismo suele llamarles.

Quienes conocen el Café de hace más de 20 años saben cómo fue la ciudad antiguamente y por eso la decoración les recuerda esa ciudad que vivieron en su infancia o adolescencia.

Estas fotografías me evocan mucha nostalgia porque yo perdí mis padres siendo muy niño, pero recuerdo que me hablaban mucho de la Iglesia de San Francisco, de la Tercera, del Edificio de la Gobernación. Como todas son de los años en que vivieron mis padres me evocan esas calles llenas de dolores, de cómo levantar los hijos, las angustias



económicas y sociales. (Entrevista Mauricio Torres, Cliente San Moritz, 16 de septiembre de 2015).

Algunos clientes han obsequiado pinturas, sonetos, poemas y hasta maquetas dedicadas al San Moritz, las cuales evidencian el imaginario colectivo que pesa sobre el lugar. Muestra de ello es el fragmento del poema *El viejo San Moritz*:

*En el viejo Café San Moritz de Santa Fe de Bogotá  
la sombra de los recuerdos cubría con triste nostalgia  
el alma de los bohemios que sufrían en silencio  
degustando una cerveza, un tinto o una copa de vino,  
en medio de mucha gente disfrazada de alegría  
que soñaban y reían haciendo chistes jocosos,  
mientras otros filosofaban y arreglaban  
los problemas del país y la guerra (...)*

Fabio Giraldo López, 09 de mayo de 1999.

## **Baño**

El San Moritz también se caracteriza por ser el baño público del callejón de los librerías, allí ingresan vendedores informales, pensionados y personas que transitan por el sector.

Acá usted entra al baño gratis, eso es otra ventaja. Yo por ejemplo entre a utilizar el baño y escuché la música entonces dije: -voy a descansar un ratico-. (Entrevista Álvaro Téllez, Cliente San Moritz, 15 de septiembre de 2015).

**Fichas**

La tendencia de dejar botellas sobre las mesas hace parte un sistema contable tradicional, similar al del Café Pasaje, donde cada mesero maneja una cantidad de fichas plastificadas con su nombre, cada una con un valor de \$500 y funcionan como dinero simbólico para llevar las cuentas del lugar.

**Circuito de Cafés**

Al San Moritz ingresan muchos pensionados que intercalan sus sitios de encuentro entre los Cafés más antiguos de la ciudad como el San Moritz, Pasaje, Colonial, Automático, Mercantil y Mi viejo Alemán. También van a lugares donde se juega ajedrez, billar o cartas.

Los jóvenes, por otro lado, intercalan sus sitios de encuentro con Cafés de rock, salsa o música protesta como: El Quijote, Café Cinema, Buscando América y Bardo.

## **8.2 Cafés contemporáneos: Ibáñez y La Chata**

Como su nombre lo indica son lugares de reciente creación, no más de 10 años, que comparten características con los Cafés tradicionales, pero se diferencian de estos por la calidad de sus productos y servicios. La atención es personalizada para que los clientes se instruyan y generen una cultura en torno al café, participando activamente en la preparación y degustación de cafés de origen<sup>13</sup>, producidos o comprados por ellos mismos. A su vez ofrecen métodos de preparación de café filtrado, menajes en loza para la buena degustación y repostería para acompañar las bebidas. Sus dueños aseguran que lo que ofrecen no es un producto, sino una experiencia sensorial nutrida por los elementos que configuran el ambiente.

### **Producto**

Ofrecer cafés de origen producidos o comprados por ellos mismo representa un esfuerzo enorme por hacer que las personas consuman café de excelente calidad, valorando el proceso de producción y a todas las personas que intervienen en él. A su vez hacer consiente al consumidor de que en Colombia somos privilegiados por contar con más de 550 variedades de café suave, considerado el mejor del mundo.

---

<sup>13</sup> Café de origen quiere decir que los granos proceden de una única región o finca, no están mezclados y tienen cualidades únicas debido a que crecen en lugares con unas características determinadas.

El café es una tradición, para uno sentirse colombiano debe tomar café, porque tenemos el mejor café del mundo y el más barato. (Entrevista Moisés Sabogal Quintero, cliente Café Ibáñez, 06 de noviembre de 2015).

En estos lugares el tinto hace referencia a las costumbres campesinas o arrieras donde se prepara el café con aguapanela, por eso reciben nombres particulares como "cordillera" o "chaqueta. La intención de esta bebida es transportar al consumidor al café que se toma en la finca de los abuelos, sobre todo en las zonas cafeteras. Asimismo es signo de amistad, gratitud, posición social. Es la excusa para reunirse con amigos y colegas, hablar de libros, etc.

El Café es símbolo de posición, el campesino se siente orgulloso de tomar café y lo primero que te ofrece es café porque es lo mejor que tiene para dar. En ese sentido el café es símbolo de gratitud, de posición, de amistad, amor, de solidaridad cuando hablamos del otro. El café es un instrumento que permite expresar sentimientos de todo lo que te rodea, ha incursionado en todos los aspectos de la humanidad. (Entrevista Moisés Sabogal Quintero, cliente Café Ibáñez, 06 de noviembre de 2015).

### **Métodos de preparación** (ver: Anexo E. [Métodos de preparación de Café filtrado](#))

En Bogotá, recientemente se vienen implementando una serie de métodos antiguos de preparación de café filtrado, los cuales se caracterizan por ser manuales en el sentido que no necesitan electricidad, uno mismo puede regular el grosor, la temperatura del agua, el tiempo de preparación y el gramaje. Por lo general se preparan en la mesa y son controlados por un reloj arena. Han tenido gran aceptación entre los clientes porque ofrecen una alternativa a la máquina de café espresso y les da la oportunidad de participar

activamente en su preparación, degustar las distintas variedades de café y darse cuenta que detrás de cada taza hay toda una industria desarrollada hace siglos.

Moisés Sabogal Quintero, cliente Café Ibáñez, dice:

Me gustan los métodos de preparación porque le preparan a uno el café a la vista, le enseñan a palpar su aroma, su textura. Además son aparatos hermosísimos y el café no pierde el aroma. Además el barista encargado es una persona con muchos conocimientos y le explica paso por paso de dónde viene, sus propiedades y la preparación de cada método. (Entrevista 06 de noviembre de 2015).

### **Servicio**

El servicio es personalizado. Por lo general el barista se acerca directamente a la mesa para explicar los métodos de preparación y el origen del café. Esto ha hecho que los clientes generen identidad y afinidad con el sitio, catalogándolo como uno de los mejores Cafés del centro:

La atención es excelente porque más allá de ofrecer un producto como tal tiene un valor agregado y es: primero introducir a las personas en la cultura del café y segundo prepararlo en la mesa, enseñar los distintos métodos, tomarse el tiempo con cada cliente. Que no lo ofrecen otros Cafés como Oma o Juan Valdez. (Entrevista Luis Alfonso cliente Café Ibáñez, 06 de noviembre de 2015).

La pasión invertida en cada detalle, en el trato a las personas es algo que se transmite y se convierte en un inolvidable de la experiencia humana. Entrevista Luis Alfonso, cliente Café Ibáñez, 06 de noviembre de 2015).

### **Distribución espacial**

La distribución espacial de los Cafés contemporáneos, es muy similar a la de los Tradicionales: barra de consumo al fondo y mesas en frente.

### **Música**

Estos Cafés son ambientados con música de todas partes del mundo como: Chanson francesa, jazz, clásica, rock and roll, swing, charleston, música colombiana, etc. acordes al ambiente cultural que se vive en estos espacios.

#### **8.2.1 Café Ibáñez**

##### **Ambiente jurídico**

El Café Ibáñez posee un estilo clásico, similar al *Café Inglés Tortoni*, marcado por la uniformidad en su composición estética; tanto el marco de los cuadros, como el color de las fotografías, el piso, la pared, el techo y los muebles tienen las mismas tonalidades en marrón, al igual que la misma forma cuadrada en sus estructuras. Según el magistrado Luis Alfonso “todo el lugar responde al formalismo estricto y mentalidad conservadora de los abogados” (Entrevista 07 de noviembre de 2015), quienes frecuentan el lugar por estar relacionado con la Librería Ibáñez, encargada de producir y vender libros con contenido jurídico.

Para responder a la necesidad de los clientes, su propietario Gustavo Ibáñez, ideó un lugar que reprodujera el ambiente de oficina o despacho de los abogados y al mismo tiempo sirviera como espacio de encuentro entre colegas.

Los clientes que están relacionados con el mundo del derecho se sienten identificados con el lugar y lo perciben de forma positiva:

A este Café le dicen el *cielo de las estrellas jurídicas* por las personas que lo frecuentan. El sitio en su conjunto me parece exclusivo y muy relacionado con el tema de la librería jurídica, sobre todo porque en el ejercicio de la abogacía sentarse a tomar café es muy importante. El sitio es absolutamente innovador porque tiene la mezcla entre oficina y estudio. Es un sitio que inspira mucha confianza, tranquilidad, ideal para uno tomarse un café. Yo creo trasciende el ambiente jurídico y se vuelve más académico. No es un ambiente puramente comercial, que se siente al entrar a un Oma o un Juan Valdez. (Entrevista Luis Alfonzo, magistrado y cliente Café Ibáñez, 06 de noviembre de 2015).

Mientras que los que no están relacionados, se sienten intimidados por la intensidad temática del lugar:

Yo nunca me había sentido tan observado (se refiere a la Galería). Aquí uno ve gente mayor del gremio del derecho y ese es un corte de personas que le gusta este estilo, entonces uno entiende que mantengan esta decoración. Yo le cambiaría algunas cosas, entre ellas le quitaría algunos cuadros y esa uniformidad. (Entrevista José Domínguez, cliente Café Ibáñez, 06 de noviembre de 2015).

## **Librería**

La librería, además de reunir personas destacadas del mundo del derecho, ofrece la oportunidad de observar y comprar libros jurídicos mientras se toma una taza de café:

Este lugar tiene una gran ventaja y es que uno necesita leer cualquier libro jurídico y te los suben a la mesa, puedes ojearlo mientras tomas una buena bebida y aquí mismo

puedes decir me gusta este y pedir que te lo facturen. (Entrevista Moisés Sabogal Quintero, fiscal y cliente Café Ibáñez, 06 de noviembre de 2015).

### **Decoración**

Toda la decoración gira en torno al mundo del Derecho: *la Galería de Grandes Juristas Colombianos*, el cuadro de Jorge Eliécer Gaitán firmado al respaldo como símbolo de la inauguración del Café, el decálogo del abogado, una escultura de la diosa Themis y varias obras del artista francés Adrien Barrere. Todos estos elementos como símbolo de los principios y valores que rigen el oficio del derecho.

### **Galería**

Para los clientes, *la Galería de Grandes Juristas Colombianos* posee un gran valor histórico, porque muestra de forma cronológica los primeros hasta los más recientes pensadores del saber jurídico colombiano y al mismo tiempo construye patrimonio histórico, porque colecciona los autógrafos de quienes siguen vivos.

Lina Yepes, periodista y clienta del Café, afirma que:

A pesar de ser muy nuevo, es un lugar emblemático del Centro porque recoge la historia del derecho en Colombia, es frecuentado por personas muy reconocidas y posee la Galería de juristas que tiene incluso autógrafos de pensadores modernos. A través de eso queda el recuerdo de quienes venían y ya no están. Ese es un valor histórico que solo tiene este sitio. (Entrevista 06 de noviembre de 2015).

Para el magistrado Luis Alfonso, la galería también es un reconocimiento:



Digamos que para quien no esté relacionado con el medio del derecho, la ve como puramente histórica, pero ya para uno que conoce estos personajes y su obra es un reconocimiento a su labor. (Entrevista 06 de noviembre de 2015).

### **Mujeres en el Derecho**

La galería devela la subestimación de la mujer en el mundo del derecho, dado que de 113 cuadros solo hay 5 de mujeres. Al respecto, el magistrado Luis Alfonso, opina que:

Este, al igual que las instituciones jurídicas, es un medio eminente machista donde a la mujer le ha sido muy difícil escalar. Uno que conoce el medio no es porque el dueño no quiera poner mujeres en la Galería, sino que son muy pocas las que se destacan y que además publican. En este medio, a la mujer no solo le ha sido difícil abrirse camino, sino que jurídicamente se le da poca credibilidad. En las universidades era muy común ver profesores que boicoteaban a las estudiantes, por el solo hecho de ser mujeres. Eso es algo que también se ve en el ejercicio de la profesión porque tradicionalmente el derecho ha sido de hombres. Entre otras cosas, el derecho es la expresión de la fuerza legítima del Estado, de la fuerza organizada. La cultura occidental ha evolucionado haciendo culto a la fuerza masculina y no al papel de la mujer. Esa dominación es una de las formas de violencia más atroces que existe, sobre todo porque ha sido socialmente aceptada. Yo he observado que generalmente las mujeres que vienen aquí casi todas tienen el papel de acompañante, de algo complementario, tú las ves calladas. La charla gira en torno a los hombres, es como si fueran un objeto adicional. Raras veces uno ve un grado de igualdad, a menos que sea una pareja joven. (Entrevista Luis Alfonso, magistrado y cliente Café Ibáñez, 06 de noviembre de 2015).

Por su parte, la periodista Lina Yepes, afirma que:

Los Cafés hoy día aún siguen siendo lugares masculinos, tú puedes venir aquí cualquier día y encontrar más hombres que mujeres. La misma decoración tan sórdida, es muy masculina. Para la mujer ha sido muy difícil entrar al mundo del derecho, hace muy poco llegaron las primeras mujeres ministras al gobierno. Por otro lado las mujeres siempre tenemos responsabilidades más afectivas, que quizás los hombres tienen la capacidad de desligarse un poco. Uno tiene que ver el sacrificio de las mujeres por ejemplo que tienen hijos para desempeñar un trabajo a la par con personas que no los tienen, es mucha más carga. (Entrevista 06 de noviembre de 2015).

### **Circuito de Cafés**

Los abogados y políticos que frecuentan el Café Ibáñez intercalan sus sitios de encuentro entre el Café Leyenda, Oma y Juan Valdez:

Además del Café Ibáñez, yo voy al Café Leyenda, Oma y Juan Valdez por la cercanía de la oficina, la calidad del café y por el ambiente moderno que poseen. (Entrevista Lina, Yepes clienta Café Ibáñez, 06 de noviembre de 2015).

### **8.2.2 Café de la Chata**

#### **Ambiente y mobiliario**

La Chata posee un estilo *art nouveau* similar al restaurante *Maxim's de París*, claramente de menores proporciones, decorado con mucha madera, azulejos imitando modelos antiguos y ese gusto por los pequeños detalles. El uso de objetos antiguos combinados con cuadros y fotografías surrealistas de autores como Magritte o Man Ray,

grabados y dibujos de animales, plantas y calaveras, acentúan su aspecto y llaman la atención de las personas que transitan el sector:

Un lugar con un encanto sin igual, ambientado antiguamente con gran calidez, donde se puede disfrutar de muy buena música y en especial de los distintos sabores, olores, colores y texturas de los cafés de las regiones de Colombia. La atención es excelente. (Entrevista Romina Anzola, clienta Café de la Chata, 25 de agosto de 2015).

Su propietario, Juan Tafur, asegura que lo que ofrece no es un producto en sí mismo sino toda una experiencia:

Cuando una persona paga un café, está pagando por la música, por la decoración, el mobiliario, es decir todos esos elementos que configuran el ambiente y en últimas hacen de este Café una experiencia particular. (Entrevista 10 de agosto de 2015).

### **Mobiliario**

La intención del propietario siempre ha sido mantener cierta armonía con el entorno de la Candelaria y los Cafés antiguos, por eso ambientó el lugar con muebles y objetos antiguos pertenecientes a la época colonial, otros de la cultura cafetera y otros un poco más recientes de madera y hierro forjado. Según Juan Tafur “es muy complicado guardar un sentido estético en la decoración porque la idea no es hacer una representación barata de algo que ya fue, sino más bien tomar prestados elementos que resulten agradables y tratar de combinarlos de la forma menos errática posible” (Entrevista 10 de agosto de 2015).

El mobiliario guarda cierta referencia religiosa porque los objetos que se conservan de la colonia pertenecían a instituciones religiosas, por ejemplo los muebles isabelinos forrados en terciopelo rojo.

Juan Tafur se refiere a los materiales que conforman el Café como “nobles” o rústicos: “me gusta ese tipo de materiales que crujan y se dejen manipular, que cuando por ejemplo uno vea una lámpara forjada en hierro, se pueda ver al herrero haciéndola con sus propias manos” (Entrevista 10 de agosto de 2015). Este tipo de esfuerzos y pasiones invertidas en la decoración son el sello que cada propietario le imprime a su Café, es lo que lo representa y le da una identidad propia directamente sujeta a su historia personal, algo así como una biografía humana expresada a modo de galería.

### **Sentido social**

Algunos clientes consideran que el sello particular de este Café, es el esmero por los detalles y el sentido social que maneja:

Aparte del buen café, la amabilidad de las personas y lo bonito del sitio, me encanta el sentido social que manejan. Por décadas los colombianos hemos desvalorado este precioso grano y La Chata precisamente rescata su valor ¿Qué hacen? Pues ayudan a los campesinos para que produzcan cafés de alta calidad y se los compran directamente, para que no tengan que recurrir a intermediarios sino que llegue directamente al consumidor. Esta dinámica ayuda: por un lado a que las personas tomen conciencia sobre el café y por otro lado busca que las fincas perciban más ingresos y puedan mejorar su calidad de vida. ¡Eso me encanta! (Entrevista Betty Luna, clienta Café de la Chata, 28 de agosto de 2015).

### 8.3 Barras o tiendas de café: Oma y Juan Valdez

Las barras o tiendas de café como Oma, Juan Valdez, Starbucks, Kaldivia, Diletto, entre otras son un reciente modelo de franquicias especializadas en el consumo de cafés especiales<sup>14</sup>, catalogados en tres grupos: cafés de origen, cafés sostenibles y cafés de preparación.

Este modelo de negocio expansionista busca competir con los mercados internacionales y fomentar el consumo de café nacional por medio de numerosos puntos de expendio, que se caracterizan por ser autoservicio y ofrecer un ambiente moderno, acorde a las necesidades de sus clientes, con servicio Wi-Fi, tomacorriente, iluminación, mobiliario, arquitectura y decoración estandarizada.

#### **Significado**

Ambas empresas coinciden en una visión de negocio masivo y expansionista donde lo que interesa es la relación costo-beneficio, pero difieren en el concepto de Café que manejan. Para Oma las barras de café son un punto de expendio rápido, en palabras de su administradora Gloria Ospina:

Oma tiene restaurantes, aquí solo es un punto de expendio de café por eso se llama barra.

Las personas no vienen a quedarse todo un día, por lo general compran su café y se van.

Este es un servicio express donde las personas consumen rápido y se van. Lo que se

---

<sup>14</sup>Cafés especiales: se refiere a aquellos granos de café excepcionalmente cultivados en climas ideales y procesados bajo normas establecidas, los cuales destacan por sus características únicas formadas del suelo donde son cultivados.

vende son bebidas inmediatas, por eso es autoservicio y no hay necesidad de esperar mucho tiempo por el producto. (Entrevista 08 de noviembre de 2015).

Mientras que Juan Valdez concibe las tiendas de café como una forma de vender su imagen, en palabras de su administrador Jefferson:

Hubo un momento en que la Federación vio la necesidad de vender su imagen, entonces creó un área que la comercializara llamada Procafecol y ahí ya empezaron a abrir varias tiendas, la primera fue la del aeropuerto y al tiempo fueron surgiendo más a nivel nacional. Nosotros queremos darles a los clientes una experiencia más allá de un simple servicio, que se sientan importantes y no que están pagando solo por un producto. (Entrevista 20 de noviembre de 2015).

Este concepto de café ha marcado la experiencia de sus clientes, quienes conciben las barras o tiendas de café como un lugar de paso o punto de expendio, que no trasciende la experiencia humana como sí lo hacen otros lugares:

No es lo mismo que yo le diga a alguien nos vemos en Café Oma o nos vemos en Café Pasaje. Ir al café Oma implica un encuentro rápido porque es un lugar de paso, en cambio ir al Pasaje implica darse a la conversación, tomarse un tiempo para hablar de algo personal. (Entrevista Claudia García, clienta Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

Su significado está restringido a las necesidades cotidianas y al encuentro no especializado:

El Café es un lugar donde uno consume la bebida preferida, sobre todo a la hora del almuerzo y se descansa un poquito antes de reiniciar la jornada laboral. Para mí son un lugar de paso. (Entrevista Luis Rojas, cliente Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2011).

Yo veo estos Cafés como un lugar de encuentro con alguien cercano después del almuerzo o para hacer negocios. (Entrevista Nathaly Torres, clienta Juan Valdez Café, 18 de noviembre de 2015).

Las personas frecuentan estos Cafés por varias razones: primero por la calidad del producto, segundo por los servicios que ofrecen, tercero por el ambiente moderno, cuarto porque les queda cerca de la oficina y quinto por los colegas que siempre están allí:

Lo frecuento por la calidad del producto y el ambiente, son tiendas bien adecuadas y cómodas. El café de aquí me encanta. (Entrevista Luis Rojas, cliente Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

Me parece que la propuesta de estos Cafés de cadena es más que el café, ofrecer un sitio con muchos servicios: Wi-Fi, sillas cómodas, ambiente iluminado, seguridad. (Entrevista Nathaly Torres, clienta Juan Valdez Café, 18 de noviembre de 2015).

Hay quienes lo toman como una segunda oficina:

Yo vengo a este Café porque es mi segunda oficina, aquí atiendo varias personas y así es todo el día. También tengo gratis agua, luz, Wi-Fi y no pago arriendo. Hay temporadas en que he tenido que atender hasta 15 personas y se sientan a esperarme hasta que las veo una a una en mesas diferentes y mientras tanto se toman un tinto, eso sin contar con los amigos que vienen a tertuliar. (Entrevista Ramiro Ortiz, cliente Barra de Café Oma, 07 de noviembre de 2015).

Para algunos son un lujo pequeño:

Para mí venir a este Café es como un lujito pequeñito porque en la casa uno consume el que le venden de cadena y el sabor no es el mismo. (Entrevista Gustavo Fierro, cliente Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

Para otros son símbolo de status:

Tiene un ambiente muy tranquilo que le permite a uno conversar, tomar decisiones, diseccionarse. Aunque es más costoso que otros lugares es central y está a otro nivel porque no entra todo el mundo. (Entrevista Eder Rodríguez, cliente Barra de Café Oma, 07 de noviembre de 2015).

### **Autoservicio**

Con el propósito de hacer crecer la compañía y ser reconocidos internacionalmente, estos Cafés han implementado modelos de empresas americanas como Starbucks o McDonald's, enfocadas en el incremento de utilidades, estandarización de procedimientos y producción en cadena. Aspectos que si bien han favorecido económicamente a las compañías, también les han significado un sacrificio enorme en la relación humana con los clientes y la calidad del servicio.

Un ejemplo de ello es el Autoservicio, que de acuerdo a sus administradores se hace necesario: primero porque el servicio es muy rápido, máximo 2 minutos entre el pago y la entrega del producto (relación volumen de personas x tiempo); segundo por la cantidad de personas que llegan, las transacciones son muchas y el flujo peatonal es demasiado, aproximadamente 650 clientes al día y tercero porque no hay personal suficiente para atender todos los clientes que ingresan.

Pese a estas razones algunos clientes consideran que es un servicio hartísimo y mecánico:

La gente que básicamente entra a un Juan Valdez o a un Oma es para mostrarse, van como autómatas y no les importa como los atiendan. El autoservicio es una despersonalización total del cliente, de la atención y del espacio. Ellos son vendedores de



café pero no son Cafés, es decir son dispensadores de café. Y desafortunadamente eso lo que ha de venir, porque es lo que la masa quiere. (Entrevista Arturo Gonzales, cliente Café Pasaje, 05 de septiembre de 2015).

No me gusta el autoservicio, prefiero los lugares donde tú te sientas y llega una persona a atenderte porque hay interacción, hay comunicación. Aquí lo que uno hace prácticamente es como a una máquina, pagar y servir. La idea de los Cafés es que haya comunicación, pero las administraciones no ven eso: el rescate de la cultura, de la comunicación. Aquí es muy frívolo. (Entrevista Nubia Parra, clienta Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

Pueden tener buen café, pero el modo de atención deja mucho que desear. Primero que tenga uno que hacer cola, segundo pagar y que todavía no le entregan el producto y tercero que cuando a usted lo llaman tiene que volverse a parar de la mesa, entonces es muy incómodo, no como acá que uno alza la mano y vienen a atenderlo. A mí a veces me da risa ver gente haciendo cola para tomarse un café y que no tienen dónde sentarse. Los lugares donde hay servicio personalizado para mí son mejores, que los de autoservicio. (Entrevista Moisés Sabogal, cliente Café Ibáñez, 06 de noviembre de 2015).

Otras por el contrario naturalizan el autoservicio y piensan que es algo muy práctico:

Está bien así porque cada quien va y pide lo que le gusta sin tener que esperar. Es mucho más práctico. (Entrevista Jorge Cárdenas, clientes Barra de Café Oma, 07 de noviembre de 2015).

Me parece bien, ni le sube ni le baja el ítem de servicio al cliente. (Entrevista Carlos Otálora, cliente Barra de Café Oma, 07 de noviembre de 2015).

Y hay quienes se resignan porque comprenden la situación:

Yo preferiría que fuera un servicio personalizado, pero como hay tanta afluencia de público es algo complicado. Por comodidad sería mejor. (Entrevista Carlo Eduardo, cliente Juan Valdez Café, 18 de noviembre de 2015).

### **Llamar a las personas por su nombre**

Las compañías decidieron adoptar este protocolo para personalizar el servicio, dado que la única interacción que se tiene con el personal encargado es en el momento en que la persona llega a la caja hasta que recibe el producto. Según el administrador de Juan Valdez:

La compañía maneja políticas de hospitalidad como el protocolo de llamar a las personas por su nombre. Nosotros queremos darles una experiencia más allá de un simple servicio, que se sientan importantes y no que están pagando solo por un producto sino que están recibiendo una experiencia que consiste en llegar a la caja, recibir un saludo amable, recibir un ofrecimiento adicional para acompañar la bebida y que desde el momento en que llegan a la caja hasta que reciben el producto sean reconocidos por nosotros. Aquí la idea es personalizar el servicio. (Entrevista Jefferson, administrador Tienda Juan Valdez Candelaria Centro Cultural, 20 de noviembre de 2015).

De acuerdo a la administradora de Oma se debe a que:

Por el nombre se identifica el pedido y el cliente, de ese modo no hay necesidad de hacer fila. También por higiene, para que los vasos no sean reutilizados se marcan con el nombre. (Entrevista Gloria Ospina, administradora Oma Banco Popular, 08 de noviembre de 2015).

Los clientes perciben esta estrategia comercial de distinta forma, hay quienes lo toman de forma negativa porque están acostumbrados al término coloquial de señor o señora:

No me gusta que me llamen por el nombre, deberían decir señor o señora. Es un acto sumamente descortés que alguien que no conoces, se atreva a llamarte por el nombre en frente de un poco de personas desconocidas. ¿Con qué derecho lo hacen? (Entrevista Carlos Eduardo, cliente Juan Valdez Café, 18 de noviembre de 2015).

Otras personas lo rechazan porque consideran que es un sofisma de distracción para dar la apariencia de servicio personalizado:

Es muy chistoso porque hay unos protocolos que intentan hacer el trato más personal, pero es puro cuento. En esos lugares uno se siente como en una marca, todo muy etiquetado, son muy corporativos. (Entrevista Olga Acevedo, clienta Café San Moritz, 18 de septiembre de 2015).

Hay quienes lo toman de forma positiva porque piensan que ese acto personaliza la transacción económica y a otros simplemente les es indiferente. En síntesis el público rechaza este protocolo, porque no transforma de base las relaciones humanas entre el personal y el cliente, simplemente es una etiqueta de servicio.

## **Producto**

Los cafés especiales que ofrecen se catalogan en tres grupos: cafés de origen, cafés sostenibles y cafés de preparación. Se distinguen por sus atributos (cuerpo, aroma, sabor, acidez) y por la calidad del grano. Todos ellos tipo exportación, procedentes de distintas regiones del país.

A diferencia de los cafés tradicionales donde solo se expenden bebidas, estos lugares ofrecen distintas variedades de café en grano o molido. En el caso de Juan Valdez se le

llama tienda porque cuenta con un amplio portafolio de productos como: prendas de vestir, bolsos, dulces, termos, vasos, etc.

Ninguna sucursal expende licor puro, lo más cercano a esto son aperitivos añadidos a las bebidas tradicionales como: tinto, espressos o capuchinos acompañados con licor de menta, brandy y amaretto.

Cabe mencionar que la creación de tiendas especializadas fue uno de los factores que transformó la cultura del café durante los últimos diez años, dado que los colombianos estaban acostumbrados a tomar café "pasilla", preparado en greca, pero gracias a la incursión de estos establecimientos las personas empezaron a tomar cafés especiales preparados en máquinas espresso. Desde ese momento el café en greca se convirtió en sinónimo de mala calidad, lo cual implica un desconocimiento de los métodos de preparación, pero por lo menos amplía el espectro de cafés especiales.

Al respecto, los clientes sugieren que el personal los instruya acerca de las cualidades del café que consumen y las distintas variedades, como sí se hacen en los Cafés contemporáneos.

Por último, no existe un consenso acerca de qué compañía ofrece el mejor producto, algunos prefieren Oma y otros prefieren Juan Valdez, eso depende del gusto de cada persona.

A nosotros nos gusta Juan Valdez más que Oma, porque el café de Oma tiene un sabor muy seco. En cambio el de acá es más rico, tienen más grasita. (Entrevista José Martínez, cliente Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

Me gusta más Oma que Juan Valdez porque Oma se toma más la delicadeza de hacer las cosas, mientras que en Juan Valdez como llega tanta gente al mismo tiempo atienden

muy de afán, aunque la materia prima es buena, ya cuando la manipulan sale un producto muy regular. El café, la atención y la pastelería son mucho mejor en Oma que en Juan Valdez. (Entrevista Jimmy Gutiérrez, cliente Barra de Café Oma, 08 de noviembre de 2015).

### **Vasos de cartón**

Según los administradores de Oma y Juan Valdez se hace necesario utilizar vasos de cartón, en vez de loza, por cinco razones: primero por el alto flujo de personas que entra; segundo porque no hay infraestructura, ni personal suficiente para lavar tanta loza; tercero porque muchas personas vienen de paso y necesitan llevar su bebida; cuarto por estandarización y control, se calcula número de bebidas por número de vasos y quinto por higiene, ya que la loza debe ser esterilizada mientras que los vasos desechables no. ¿Pero qué pasa con los residuos? Se cree que los vasos, protectores, servilletas y empaques de cartón pasan a ser basura ordinaria y aumentan la contaminación ambiental:

No me gustan los vasos de cartón porque estamos desperdiciando mucho papel, imagínate cuanto consume esto diariamente. Digamos que es una buena opción para quienes tienen que llevarse la bebida, pero para quienes la consumimos aquí sería mejor en porcelana. (Entrevista Yuliana González, clienta Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

Bueno yo estudio ingeniería ambiental y me perturba mucho generar basura innecesariamente. Últimamente lo que hago es dejar de pedir protectores de calor. Preferiría que sirvieran pocillo de loza. (Entrevista Nathaly Torres, clienta Juan Valdez Café, 18 de noviembre de 2015).

También se cree que el vaso de cartón es mucho más higiénico que la loza, porque no todos los establecimientos cumplen con las medidas de salubridad necesarias, como pringar y esterilizar el recipiente, por eso últimamente las personas solicitan vasos de cartón, incluso en los Cafés tradicionales.

Lo cierto es que estas compañías usan papel reciclado y sin químicos como estrategia de la RSE (Responsabilidad Social Empresarial), encargada de evaluar el compromiso social y ambiental por parte de las empresas. Elaborando cerca de 250.000 toneladas de papeles sostenibles y amigables con el ambiente.

Según datos de la Asociación Nacional de Empresarios (Andi), la tasa de recuperación del papel es de 48% y la tasa de utilización de cartón y papel reciclado supera 70%. Así mismo, la recolección de papel desperdiciado es superior a 700.000 toneladas y el consumo de este tipo de material reciclado es cercano a 850.000 toneladas.<sup>15</sup>

De acuerdo a lo anterior, queda desmentida la idea de que los vasos de cartón contaminan el ambiente, pero hay aspectos sociales que estas compañías no tienen en cuenta como es el hecho de que los pocillos de loza son un símbolo de status y respeto para las personas o que la loza mantiene la temperatura de la bebida por más tiempo, haciendo más agradable su degustación.

El hecho de que te sirvan en pocillo de loza es un símbolo de respeto, cuando llega una persona a tu casa no le vas a servir en un vaso plástico, tú le sirves en la mejor loza que

---

<sup>15</sup> Forero Oliveros, G. (2015, 08, 27). Frisby, Oma, Juan Valdez y Natura, entre las firmas que usan papel reciclado. *La República*. Recuperado de: [http://www.larepublica.co/frisby-oma-juan-valdez-y-natura-entre-las-firmas-que-usan-papel-reciclado\\_293446](http://www.larepublica.co/frisby-oma-juan-valdez-y-natura-entre-las-firmas-que-usan-papel-reciclado_293446)

tengas. Además es una muestra de afecto y de agradecimiento. (Entrevista Nubia Parra, clienta Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

En últimas se sobreentiende las razones por las que estas compañías utilizan vasos desechables, lo cierto es que la mayoría de personas prefieren usar pocillos de loza. Cabe mencionar que Juan Valdez sí maneja pocillo de loza, solo que en pocas sucursales como es el Parque de la 93 y Orígenes. Mientras que en Oma solo lo hace en sus restaurantes.

### **Precio**

Gracias a la ley de "competencia justa" Oma y Juan Valdez compiten en el mercado con precios equivalentes, siendo el café pequeño la bebida más económica (\$2.800 Oma y \$3.000 Juan Valdez) y la pastelería el más elevado (\$11.000 Oma y \$12.000 Juan Valdez). En cuanto al portafolio de productos, Oma ofrece café en grano o molido desde \$11.000 hasta \$20.000, mientras que Juan Valdez tiene una gran variedad de productos y accesorios que van desde \$12.000 hasta \$80.000.

En relación con los Cafés del Centro su valor es más elevado por la calidad del producto y los servicios adicionales que ofrece como: Wi-Fi, tomacorriente, iluminación y mobiliario ajustado a las distintas necesidades. Según el administrador de Juan Valdez:

Los precios son un poco más elevados del resto por la calidad del café y el servicio que se ofrece. Uno sabe que la marca implica un costo, entonces por solo eso es costoso y segundo se brinda unos servicios acumulados como Wi-Fi, tomacorriente, etc. Ese costo es necesario para que se mantenga la compañía y que cada vez esté creciendo más y más. (Entrevista Jefferson, administrador Juan Valdez Candelaria Centro Cultural, 18 de septiembre de 2015).

Algunos clientes consideran que el precio que se paga es justo:

El que entra acá yo creo que se fija no tanto en el precio, sino en el producto. Uno no puede darse el lujo todos los días, pero cuando se puede vale la pena. (Entrevista Gustavo Fierro, cliente Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

Lo que uno paga realmente en estos Cafés de cadena no es tanto la bebida, sino los servicios adicionales que ofrece: Wi-Fi, sillas cómodas, ambiente iluminado, seguridad. (Entrevista José Martínez, cliente Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

Otros por el contrario piensan que no vale la pena:

Muy caro, el café no vale lo que yo pague, lo que justifica el precio es que ahora me pueda sentar en esta mesa, sin que me molesten. (Entrevista Nathaly Torres, clienta Juan Valdez Café, 18 de noviembre de 2015).

Carísimos, siendo café nuestro terminamos pagándolo más caro. (Entrevista Nubia Parra, clienta Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

El tinto más barato cuesta \$3.000 y es pura agua. Le hace falta atención a la mesa porque si uno paga un tinto bien caro, es para recibir una buena atención y lo que le venden a uno no es lo que ofrecen, el café de aquí es de muy baja calidad. (Entrevista Ramiro Ortiz, cliente Barra de Café Oma, 07 de noviembre de 2015).

Así mismo para algunos clientes el precio es un símbolo de status. Según Luis Rojas, cliente de Juan Valdez:

El precio selecciona a la gente, no es un lugar para todo el mundo. Es un lugar donde el tipo de gente que viene acá es educada "gente bien". Esa selección me



parece bien. (Entrevista Luis Rojas, cliente Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

### **Distribución espacial**

La distribución espacial juega un papel fundamental en las dinámicas de consumo y la orientación social del cliente, con respecto al personal. En este caso la barra se ubica al frente o demarcada por un paral ordenador, para que las personas se fijen primero en el portafolio de productos, paguen por anticipado, reciban el producto y finalmente se acomoden donde prefieran. Esto economiza recursos y permite que los clientes circulen más rápido.

Según los administradores de Oma y Juan Valdez esto se debe:

La barra se ubica al frente porque ese es el punto caliente del edificio. Para los clientes el punto caliente es donde usted primero lo ve, entonces si esta atrás no se ve. (Entrevista Gloria Ospina, administradora de Oma Banco Popular, 08 de noviembre de 2015).

Es por el diseño y la infraestructura que tienen los locales. Juan Valdez tiene franquicias que cede a empresas como Popsy y McDonald's, estos deciden poner la barra en frente para que la operación sea más fluida. También es por ser autoservicio, las personas pagan por anticipado, toman su pedido y pasan a la sección que prefieran. Si es para llevar pues se quedan en la entrada. (Entrevista Jefferson, administrador Juan Valdez Centro Cultural, 18 de septiembre de 2015).

### **Dinámica del lugar**

Estos Cafés poseen distintos ritmos, unos lentos y otros más rápidos: por ejemplo hay personas que se llevan su bebida empacada, otras que vienen de paso y otras que se

quedan todo el día, porque usan el lugar como oficina. Existe el imaginario de que estos Cafés son solo para quedarse de 5 a 20 minutos, pero eso depende del tipo de sucursal. En el caso de las sedes principales del Centro de Oma y Juan Valdez no hay un tiempo de estancia determinado, por el contrario al ser tan conocidas se vuelven un punto de referencia de la ciudad y en ese sentido muchas personas toman estas sedes como oficina, en particular abogados y comerciantes.

El horario de atención es de 7:00 am a 8:00 pm los días lunes a sábado y los domingos de 9:00 am a 6:00 pm.

Las horas de mayor afluencia son: de 1:00 pm a 2:00 pm, los días lunes a viernes, porque es la hora de almuerzo y de 4:00 pm a 5:30 pm, porque salen de trabajar y van a tomarse un café.

### **Música**

La música que se escucha de fondo es: Chill Out. Chanson francesa, jazz, entre otros géneros de tipo orquestal ligero, para dar la sensación de tranquilidad y descanso.

### **Personal:**

Por el alto grado de rotación de los empleados no es posible indagar sobre la historia del establecimiento y los principios que lo rigen. Aunque tienen conocimiento del proceso técnico y económico no tienen una percepción amplia sobre la marca como tal.

### **Circuitos de Cafés:**

Oma y Juan Valdez comparten una clientela similar conformada por: estudiantes universitarios, empresarios, trabajadores del sector administrativo, público y judicial, los cuales intercalan sus sitios de encuentro entre el Café Pasaje, Colonial, Arte y Pasión, el Automático (San Café) y el Café Jurídico. Quienes frecuentan los billares van al Aventino o al Bucanas ubicados sobre la Séptima.

#### **8.3.1 Juan Valdez**

##### **La marca**

Sus clientes consideran que lo más representativo del lugar es la marca Juan Valdez, reconocida internacionalmente como el mejor café del mundo:

Pongámonos en el lugar de un extranjero: si vengo a Colombia y me tomo un café en Juan Valdez, hasta me siento patriota porque internacionalmente es reconocido como el mejor café del mundo. (Entrevista Gustavo Fierro, cliente Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

Obviamente la marca de Juan Valdez y la calidad del café. Cuando viene alguien del exterior viene por la marca pero cuando prueba el café quedan más enamorado y se llevan un recuerdo. (Entrevista Luis Rojas, cliente Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

##### **Ubicación**

Este Café se ha convertido en punto de referencia urbano: primero porque está ubicado en el corazón del Centro Histórico de Bogotá, sobre la Calle 11 con Carrera 5; segundo

porque se conecta con el Centro Cultural Gabriel García Márquez y con el Fondo de Cultura Económica y tercero porque es una marca de café representativa de Colombia. Todos estos aspectos la hacen necesario para los turistas y trabajadores del sector.

Estaba en un tour por el Centro Histórico y me trajeron por la historia de Gabriel García Márquez, ya estando al lado decidimos tomarnos un café. (Entrevista Adèle, turista, 19 de noviembre de 2015).

Para sus administradores es la sede más importante del Centro y una de las más importantes de Bogotá:

Primero es la más antigua del Centro; segundo en infraestructura es una de las más grandes del país; tercero es una de la que más vende; cuarto es centro de entrenamiento, si un empleado quiere aprender viene acá; si van a hacer alguna actividad especial lo hacen aquí. (Entrevista Jefferson, administrador Juan Valdez Candelaria Centro Cultural, 18 de septiembre de 2015).

### **Ambiente**

En general las personas coinciden en que es un sitio moderno y tranquilo, pero agradable hasta cierto punto por la contaminación auditiva y el frío que se siente al interior:

Me parece muy chévere el ambiente y venden buen Café. Para mí la iluminación y el sonido son factores decisivos y esta Café aunque se escucha el murmullo de todo lado, está bien en ese sentido. (Entrevista Nathaly Torres, clienta Juan Valdez Café, 18 de noviembre de 2015).

Es un sitio agradable hasta cierto punto porque hace mucho frío, hay mucho ruido, hay mucha afluencia de público y la gente va rotando muy rápidamente. (Entrevista Carlos Eduardo, cliente Juan Valdez Café, 18 de noviembre de 2015).

También coinciden en que es un lugar seguro:

Digamos que es bien selectivo porque no entra cualquier persona, hay vigilancia, ósea que es seguro donde uno puede estar tranquilo. (Entrevista Luis Rojas, cliente Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

Sí, me da seguridad que haya vigilancia privada, que sea un ambiente cerrado. (Entrevista Nathaly Torres, clienta Juan Valdez Café, 18 de noviembre de 2015).

Por otro lado sus clientes piensan que no es un lugar representativo de Colombia:

Para mí Juan Valdez no es muy colombiano, tiene un estilo muy americano algo así como un Starbucks. (Entrevista Adèle, turista y clienta Juan Valdez Café, 19 de noviembre de 2015).

Como marca sí, pero el lugar no es para nada colombiano, no es el estilo nuestro. Este es un diseño importado. Este lugar es muy frívolo, que yo sienta ese cariño del colombiano aquí, no. (Entrevista Yuliana González, clienta Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

Otro rasgo distintivo es la diversidad de personas que ingresa:

Este Café me gusta por moderno y por la diversidad de gente que entra, tú ves aquí rusos, americanos, españoles, gente con sombrero, falda, pañolones, sandalias, de todo. También se ve la idiosincrasia de Colombia, desde el mejor vestido hasta el peor vestido, desde el doctor hasta el embolador, etc. Eso me encanta. (Entrevista Yuliana González, clienta Juan Valdez Café, 20 de noviembre de 2015).

#### 8.4 Café en transición: Colonial

El Colonial es el ejemplo de un Café en transición, atrapado por las costumbres del pasado propias de los Cafés tradicionales como: ser lugar de tertulia política, manejar atención personalizada y ser frecuentado por abogados, comerciantes y pensionados, queriendo adaptarse a las nuevas tendencias de los Cafés corporativos como: tener barra en vez de mostrador, manejar productos y mobiliario estandarizado, usar vasos de cartón en vez de loza y máquina de café espresso en vez de greca.

Debido al sector en que se encuentra la mayoría lo define como un "oasis en medio del desierto" porque ofrece un lugar limpio, iluminado, con distintos ambientes, atención personalizada y buen café en un sector de la ciudad donde solo se espera ver comercio y contaminación de todo tipo.

A modo de conclusión, se infiere que cada forma simbólica es representada de manera diversa entre los clientes y propietarios de cada Café, pero una cosa es lo que los propietarios quieren transmitir a través de la decoración, mobiliario, música, etc. y otra muy diferente lo que los clientes interpretan. Todo depende de la historia personal de cada sujeto y del grado de identidad o no identidad que se tenga con los códigos transmitidos.

A esto se le denominó proceso de *codificación y decodificación*, según Stuart Hall (1972) el primero corresponde al momento del circuito comunicativo donde quien produce el mensaje convierte las ideas que quiere transmitir (creencias, ideologías, preceptos, etc.) en signos, que pueden ser recibidos fácilmente por el receptor a través de un discurso o relato estructurado. El segundo, corresponde a un momento posterior donde

el receptor transforma el código en sus propios términos para entender lo que se quiere comunicar.

Pero estos dos procesos pueden no ser perfectamente simétricos, puede ocurrir que el receptor no comprenda el mensaje o lo distorsione totalmente. En el caso las Barras y Tiendas de Café, se encontró que los códigos culturales no corresponden a las costumbres propias de los colombianos y en ese sentido el acto comunicativo se ve distorsionado porque los clientes no se sienten identificados con el lugar, pero si con la marca. Mientras que en los cafés Tradicionales y Contemporáneos el acto comunicativo es eficaz porque los clientes están acostumbrados a los códigos culturales que tradicionalmente se manejan.

## 9 Conclusiones

Se realizó la descripción de 7 Cafés del Centro Tradicional de Bogotá, los cuales representaron las tipologías de: Café tradicional, Pasaje y San Moritz; Café contemporáneo, Ibáñez y La Chata; Barra o tienda de café, Oma Banco Popular y Juan Valdez Candelaria Centro Cultural y Café en transición, Colonial.

La descripción se hizo a partir del contexto urbano, historia del Café, descripción física, dinámicas y prácticas sociales vigentes. Para ello se hizo una búsqueda sistemática de información documental e iconográfica en archivos históricos, revistas, periódicos, literatura y guías telefónicas de Bogotá; asimismo se estableció un registro fotográfico, entrevistas y conversaciones con los dueños y clientes de cada Café. Esta descripción permitió establecer la realidad física y social de cada lugar, tratando de desligar su análisis de cualquier prejuicio, para acceder a las características propias que lo sustentan.

Igualmente, se caracterizó cada tipología de Café estableciendo patrones e interpretaciones en los propios términos de los sujetos de investigación, acerca de las formas simbólicas presentes en cada contexto. Encontrando distinciones de acuerdo a la tradición del lugar, el enfoque de sus propietarios, las prácticas sociales y como la cohesión de todos estos elementos legitiman el espacio.

Por ejemplo, los Cafés tradicionales se caracterizan por ser lugares anclados a la memoria y la historia de la ciudad, que reproducen ciertas prácticas y costumbres de los años cuarenta. Los Cafés contemporáneos se distinguen por la calidad del servicio y el producto, cuya apuesta principal es crear una cultura en torno al café, valorando sus propiedades, el proceso de producción y haciendo partícipes a sus clientes por medio de



métodos de preparación de café filtrado. Las barras o tiendas de café se caracterizan por ser autoservicio y por la estandarización de su mobiliario, arquitectura y decoración. Y los Cafés en transición como el Colonial, se caracterizan por estar atrapados en medio de las costumbres de antaño, queriendo adaptarse a las nuevas tendencias de mercado.

Así mismo se estableció el valor simbólico de los Cafés en relación con el sistema de representaciones vigentes, encontrando: primero que no es posible definir los Cafés de una sola manera ni bajo un solo significado, lo que sí se puede decir es que son lugares públicos, de encuentro, donde todo el conjunto de elementos configura su trama humana. Segundo que las formas simbólicas que lo conforman son representadas de acuerdo a la historia personal, gustos, edad, identidad cultural y familiar del sujeto que las interpreta. Y tercero que el grado de simetría en el circuito comunicativo es mucho más eficaz en los Cafés Tradicionales y Contemporáneos que en las Barras o tiendas de Café, debido a que en los primeros las personas se sienten identificadas con los códigos culturales que el propietario quiere transmitir por medio de la ambientación del lugar, lo que no ocurre en las Barras y Tiendas de Café.

Por otro lado, cuando se habla del Café no solo se tiene en cuenta el lugar sino también la bebida; detrás de una taza de café existe todo un conjunto de elementos relacionados con la cultura cafetera, con la concepción del grano y con todo el proceso logístico y material que implica llevarlo a la mesa. Cada lugar posee una relación específica con el grano; algunos utilizan "cafés especiales" o "cafés de origen" y otros cafés de "consumo nacional". El hecho de que los clientes tengan una preferencia o

posean capacidad adquisitiva para consumir un cierto tipo de café, hace que las condiciones físicas cambien de un lugar a otro.

La relación de los Cafés Tradicionales con el grano ha sido mediada por la Federación Nacional de Cafeteros, por ende el consumo de café pasilla, el uso de las típicas máquinas de café espresso Gaggia o Faema, el menaje compuesto por platos y pocillos con el slogan de café de Colombia y el gusto de los clientes por el sabor amargo y fuerte del café convencional. Todo ello hace que la bebida sea económica, siendo necesario alternar el consumo de café con el de bebidas alcohólicas para que el lugar sea rentable, lo cual cambia la dinámica social después de ciertas horas y hace que prevalezca la experiencia sobre la calidad de la bebida.

Mientras que los Cafés contemporáneos mantienen una relación integral con el grano, donde importa las propiedades del suelo en que se cultiva, la altura, la relación directa de los caficultores con el comprador final, el grado de tostión acoplado al paladar de los clientes, la calidad y atributos del café, los implementos y métodos de preparación. El uso de cafés de origen, el menaje en loza, las escuelas de barismo, el servicio a la mesa, la explicación de las bebidas y la participación de los clientes en el proceso, hace que la bebida trascienda el gusto y se vuelva una escuela, un arte.

En el caso de las Barras o Tiendas de café, se manejan cafés especiales pero lo que hay detrás de cada taza es un manejo corporativo donde importa la relación costo-beneficio. Debido a la magnitud de estos negocios las bebidas deben ser contabilizadas por medio de vasos de cartón, el mobiliario debe ser estandarizado y la atención al usuario autoservicio.

Se entrevistaron 50 personas de las cuales 31 eran abogados. Esto nos llevó a concluir que el público que más frecuenta los Cafés del Centro está constituido un 60% de abogados: magistrados, políticos, fiscales, ministros, litigantes, estudiantes de derecho, asistentes, etc. Debido a la cercanía con las instituciones políticas y administrativas más importantes del país como: el Palacio de Justicia, la Corte Suprema, los tribunales, juzgados y oficinas públicas que circundan todo el sector. Asimismo la relación que mantienen los abogados con el café está mediada por la palabra, su profesión depende de ella y no hay nada que invite más al diálogo que el *café*.

Por otro lado, el Café **Arte y Pasión** que no entro en la investigación, fue uno de los Cafés más mencionados por los usuarios de estos lugares. Quienes lo definen como uno de los Cafés insignia de la Centro: primero, por la calidad del producto; segundo, por el agregado cultural que manejan como la escuela de barismo; tercero, por el tiempo que dedican a explicar el origen del café y los métodos de preparación; cuarto, por los servicios que ofrecen; quinto, por la decoración y el ambiente elaborado que manejan. Todas las personas que lo conocen concuerdan en decir que es uno de los mejores Cafés del Centro, porque cumple con las expectativas y necesidades de los clientes, algo que no sucede a menudo.

Para finalizar, es necesario resaltar la importancia de la antropología en comunión con la semiología para estudiar cualquier fenómeno social, dado que la primera permite acceder a las prácticas y representaciones sociales que rigen el imaginario colectivo, y la segunda materializa aquello a lo que las personas no acceden a nivel consiente. En este sentido, el estudio de los Cafés debe trascender el aspecto histórico y periodístico, para

dar cuenta de cómo las personas en la actualidad significan estos espacios, en sus propios términos.

## 10 Bibliografía

Abad Faciolince, H., Arias, E., Arias, M., Escobar, E., Ramírez, B. Sabogal, H. (1995).

*Voces de bohemia: doce testimonios colombianos sobre una vida sin reglas.*

Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.

Anónimo. (15 de junio de 2014). La revolución del café en Colombia. *Revista Semana*.

Recuperado de <http://www.semana.com/economia/articulo/starbucks-comienza-operar-en-colombia/391844-3>

Ariño, A. (1997). *Sociología de la cultura: la construcción simbólica de la sociedad.*

Barcelona, España: Ariel S.A.

Barón Leal, A. (2014). Bajo la luz neón del Café Pasaje. *Hojas de Café del Instituto*

*Distrital de Patrimonio Cultural*, número 5, 1-4.

Barón Leal, A. (2015). El versátil arte de la extracción. *Hojas de Café del Instituto*

*Distrital de Patrimonio Cultural*, número 9, 1-4.

Barón Leal, A. (2015). "Sant Moritz, el Café que se niega a morir". En Jursich Durán, M.

(Ed.), *El impúdico Brebaje, los Cafés de Bogotá 1866-2015* (pp. 109-115).

Bogotá, Colombia: Instituto Distrital de Patrimonio Cultural.

Bello, L. E. (1940, 21 de diciembre). Un almacén en el que se ha hecho la historia "La

Gran Vía". *Estampa*, pp. 18-19.

Barthes, R. (1980). *Mitologías*. México: Siglo XXI editores.

Barthes, R. (1991). *El imperio de los signos*. Madrid, España: Mondadori.

Barthes, R. (1994). *La aventura semiológica*. Barcelona, España: Planeta De Agostini, S.A.

Bonet Correa, A. (2012). *Los cafés históricos*. Madrid, España: Catedra.

Bogotá tendrá ahora su automático. (1948, 15 de julio). *El Espectador*, p. 9.

Carreira, A. M. (2008). Espacio público - Florecimiento y ocaso de los cafés en Bogotá. *Revista La Tadeo*, 73, 81-93.

Cisternas, G. (2007). La Música y su Relación con la Personalidad y la Identificación. Recuperado de: <https://goliardos.wordpress.com/2007/01/03/la-musica-y-su-relacion-con-la-personalidad-y-la-identificacion/>

El Automático: un café donde la palabra embriaga. (1978, 7 de agosto). *Diners*, p. 38-42.

El café, sangre del orgasmo ciudadano: Bogotá, Ciudad que vive del tinto. (1941, 25 de febrero). *El Tiempo*, p, 16-20.

El extraño Bogotá dominical. (1948, 3 de marzo). *El Espectador*, p. 13-15.

El paso de una tradición. (1949, 15 de agosto). *El Espectador*, p. 11.

El saqueo y la destrucción de Bogotá. (1948, 12 abril). *El Espectador*, p. 3.

Ellas y el café. (1951, 24 de marzo). *Cromos*, p. 33-37.

Ferré, F. (1991). *La aventura del café*. Paris, Francia: Altamir Ediciones.

Geertz, C. (1994). *Conocimiento local: ensayos sobre la interpretación de las culturas*. Barcelona, España: Paidós Básica.

- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona, España: Gedisa Editorial.
- Gonzales Toledo, F. (1973). "La copera vida, pasión y suerte". *Trece crónicas*. Bogotá, Colombia: Instituto Colombiano de Cultura.
- Hall, S. (1996). Codificar/decodificar. En: *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies*. England, Londres: Routledge & The CCCS University of Birmingham, 1996 Traducción de Alejandra García Vargas, Universidad Nacional de Jujuy.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London, England: Sage Publications. Cap. 1, pp. 13-74. Traducido por Elías Sevilla Casas.
- Iregui, j., Camacho, D., Merizalde, L., Niño, G. (2009). *Café El Automático, Arte Crítica y esfera pública*. Bogotá, Colombia: Cámara Colombiana del Libro.
- Jursich Durán, M. (Ed.). (2015). *El impúdico Brebaje, los Cafés de Bogotá 1866-2015*. Bogotá, Colombia: Instituto Distrital de Patrimonio Cultural.
- König, Brigitte. (1999). El café literario en Colombia: símbolo de la vanguardia en el siglo XX. *Revista de historia, arte y ciencias sociales*, (2), 510–539. Recuperado de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/23089/1/Articulo6-2.pdf>
- Qué se hizo de la vida nocturna. (1948, 11 de mayo). *El Espectador*, p. 11.
- La Cigarra. (1939, 1 de abril). *Estampa*, p. 13.
- La tertulia del café. (1976, 13 junio). *El Tiempo*, p, 4-8.

La represión del hampa. (1948, 30 de abril). *El Espectador*, p. 8.

Lasso, Rodríguez, Barón y Pizano. (2014). “Sabores, saberes y secretos: la cultura culinaria de los Cafés tradicionales de Bogotá”. *Hojas de Café del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural*, número 3, 1-4.

La violencia y la tecnología los mandaron al cuarto de San Alejo: Cafés en vía de extinción. (2004, 5 de septiembre). *El Espectador*, p. 12-14.

Lévi-Strauss, C. (1968). *Antropología estructural*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires.

Los nuevos (1979, 17 de junio). *Diners* p. 84-85.

Monje Pulido, C. A. (2011). *Los cafés de Bogotá (1948-1968): historia de una sociabilidad*. Bogotá, Colombia: Editorial Universidad del Rosario.

Monteverde, A. M. (2007). *Poética del Café, un espacio de la modernidad literaria europea*. Barcelona, España: Anagrama.

Moradiellos, E. (1994). *El oficio de historiador*. Madrid, España: Siglo XXI Editores.

No serán cerrados los cafés de la Calle Real. (1949, 30 de noviembre). *El Espectador*, p. 16-20.

Nuestra empresa, (s. f) En Juan Valdez Café. Recuperado el 18 de julio de 2015 de <http://www.juanvaldezcafe.com/es/juan-valdez-cafe/empresa>

Osorio Lizarazo, J. A. (1945). *La Biografía del café*. Bogotá, Colombia: Talleres Gráficos Mundo al Día.



- Portilla, I. (2015). "Mire pero no toque. O toque pero no tanto". En Jursich Durán, M. (Ed.), *El impúdico Brebaje, los Cafés de Bogotá 1866-2015* (pp. 109-115). Bogotá, Colombia: Instituto Distrital de Patrimonio Cultural.
- Ramírez, M. H. (2004, 05, 30). Febrero 1 de 1935 Sin discriminación. *Semana*. Recuperado de <http://www.semana.com/especiales/articulo/febrero-1935brsin-discriminacion/65945-3>
- Rodríguez. Morales, R. (1991). Cafés y tertulias literarias. *Gran Enciclopedia de Colombia. Vol. 5*, 229-244.
- Saussure, F. (1954). *Curso de Lingüística General*. Buenos Aires, Argentina: Losada S.A.
- Spinetto, H. J. (2012). *Cafés notables de Buenos Aires I*. Buenos Aires, Argentina: Dirección General Patrimonio e Instituto Histórico.
- Salones de té; una nostálgica añoranza de un rito que aun sobrevive a pesar del desencuadernamiento que aqueja el país. (1980, 20 de enero). *Revista Diners* p. 40-42.
- Se acabaron los cafés bogotanos (1983, 12 de marzo). *Diners* p. 36-39.
- TripAdvisor. (2015, 21 de diciembre). *Café de la Chata, Bogotá: Opiniones sobre restaurantes*. Recuperado de [https://www.tripadvisor.co/Restaurant\\_Review-g294074-d7591629-Reviews-Cafe\\_De\\_La\\_Chata-Bogota.html](https://www.tripadvisor.co/Restaurant_Review-g294074-d7591629-Reviews-Cafe_De_La_Chata-Bogota.html)

Vergara y Vergara, J. M. (1963). *Las tres tazas y otros cuadros*. Colombia, Bogotá:

Editorial Minerva S.A.

Zanella Adame, G. M. & López Macías I. (2008). *Bogotá, Nuevos lugares de encuentro*

(1894-1930). Bogotá, Colombia: Imprenta Distrital Alcaldía Mayor de Bogotá.