

TABLA DE CONTENIDO	Pg	
INTRODUCCIÓN	4	
OBJETIVOS	6	
CAPÍTULO I: DISCUSIÓN TEÓRICA		
1.1 Medios y comunicación	7	
1.1.1 Teorías de comunicación y medios	7	
1.1.2 La teoría funcionalista y la informacional	7	
1.1.3 Modelo semiótico textual	8	
1.2 Comunicación y cultura	10	
1.2.1 Cultura	10	
1.2.2 Comunicación e información		11
1.2.3 Medios y sociedad	12	
1.2.4 Comunicación y cultura	13	
1.2.5 La cultura como texto	14	
1.2.6 Medios como confluencia de la intertextualidad	15	
1.3 Textos mediáticos	16	
1.3.1 El texto como discurso	16	
1.3.2 Programación como texto	17	
1.3.3 La programación en los canales regionales de Colombia	18	
1.4. Textos culturales e imaginarios colectivos	19	
1.4.1 Cultura e imaginarios	19	
1.4.2 Concepto de imaginarios	20	
1.4.3 Imaginarios e identidad	22	
1.5. Eje Cafetero: mitos e identidad.	24	
1.5.1 La colonización antioqueña y la creación del Viejo Caldas como provincia de Antioquia	24	
1.5.2 Costumbres alrededor del café	26	
1.5.3 Mitos	27	

CAPÍTULO II: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN 29

2.1 Metodología e instrumentos	29
2.2 Muestras de municipios donde se aplicaron los instrumentos	34
2.1.1 Caldas	34
2.1.2 Risaralda	35
2.1.3 Quindío	36
2.3. Matrices de análisis	37
2.3.1 Quindío	37
2.3.2 Caldas	51
2.3.3 Risaralda	65
2.4 Imaginarios	78
2.4.1 Imaginarios en municipios del Eje Cafetero	78
2.4.1.1. Municipios de Caldas	78
2.4.1.1.1. Manizales	78
2.4.1.1.2 La Dorada	84
2.4.1.1.3 Chinchiná	89
2.4.1.1.4 Palestina	93
2.4.1.2 Municipios de Risaralda	96
2.4.1.2.1 Pereira	96
2.4.1.2.2 Santa Rosa de Cabal	101
2.4.1.2.3 Marsella	104
2.4.1.2.4 La Virginia	107
2.4.1.3 Municipios de Quindío	112
2.4.1.3.1 Armenia	112
2.4.1.3.2 Calarcá	115
2.4.1.3.3 Salento	120
2.4.1.3.4 Filandia	123
2.5. Programación	130
2.5.1 Análisis general de la programación elegida	130

2.5.2	Análisis formal de la programación elegida de acuerdo a los items de la investigación	133
-------	---	-----

CAPÍTULO III: CONCLUSIONES

3.1.	Comparación de imaginarios entre Manizales, Pereira y Armenia	140
3.2.	Comparación entre capital y municipios seleccionados de cada departamento del Eje Cafetero	145
3.2.1	Risaralda	145
3.2.2	Caldas	147
3.2.3	Quindío	152
3.3.	Análisis imaginarios por departamento del Eje Cafetero	156
3.3.1	Caldas	156
3.3.2	Risaralda	159
3.3.3	Quindío	162
3.4.	Observaciones finales	165
3.4.1	Imaginarios del Eje Cafetero	165
3.4.2	Imaginarios en comparación con la programación de Telecafé	168

	BIBLIOGRAFÍA GENERAL	173
--	----------------------	-----

ANEXOS

ANEXO 1:	Mapa del Eje Cafetero con municipios seleccionados	175
ANEXO 2:	Rejilla de programación Telecafé	176
ANEXO 3:	Lista de las producciones regionales	177
ANEXO 4:	Análisis de la programación	178
ANEXO 5:	Área cafetera en el Eje Cafetero	179

Introducción

Con este estudio se quiso observar la correspondencia entre las identidades de la región del Eje Cafetero (Caldas, Risaralda, Quindío) y los contenidos referidos en la programación de su canal Telecafé. Para ello, se hizo una comparación entre los imaginarios colectivos que definen dichas identidades y el contenido de la programación.

Todo lo anterior, se hizo sobre dos campos de observación. Primero se indagó todo el aspecto cultural de la región; se estudió la importancia de la cultura en un proceso de comunicación mediática y luego, se analizó lo relacionado con los textos de la programación de Telecafé.

El interés y la pertinencia de este estudio surge de un principio legal sobre el cual se gestó la idea de la televisión local y regional. Según el acuerdo 012 de 1997 de la Comisión Nacional de Televisión, la televisión regional el Colombia pretende hacer énfasis en una programación con temas y contenidos de origen regional, "orientada al desarrollo social y cultural de la región"¹. Sin embargo, en la región cafetera, Telecafé no ha tenido mucha trascendencia entre sus habitantes ya que no tiene gran audiencia dentro del Eje Cafetero, región a la cual pretende representar.

Es necesario señalar que " Eje Cafetero " es el nombre que se le da a la región del país en donde se produce la mayor cantidad de café, esto es, la región de Caldas, Risaralda y Quindío, parte del norte del Tolima y parte del sur de Antioquia, pero la representación del Eje hoy se da sobre los tres primeros que comprendían el llamado "Viejo Caldas". Con esto es claro que el territorio del Eje Cafetero tiene una historia compartida, pero ello no implica que el desarrollo cultural haya sido común. Por esto, en este trabajo se compararon las identidades culturales y los imaginarios colectivos entre las capitales de los departamentos del Eje Cafetero, Manizales, Pereira y Armenia, y de algunos municipios de Caldas, Risaralda y Quindío.

Por otra parte, según se encontró, la mayoría de los programas de Telecafé se realizan en Manizales, y muy pocas desde Pereira y Armenia, y mucho menos desde los demás municipios del Eje Cafetero.

¹ www.cntv.org.co Página web de la Comisión Nacional de Televisión. Acuerdo 012 de 1997

El análisis se hizo con el fin de sostener una hipótesis: el canal regional Telecafé, no refleja las identidades culturales de la región que pretende representar, esto es, el Eje Cafetero; no vela por la pluralidad, la heterogeneidad y el conocimiento de las diferencias, sino que se preocupa por mantener una identidad común para toda la región basándose en un imaginario que todos tenemos del Eje Cafetero: el café.

Sin embargo, luego de la investigación se conoció que el café realmente no une a toda la región, la realidad del Viejo Caldas ha cambiado mucho. El café dejó de ser el producto económico más importante, se reemplazó por otros, y esos imaginarios que se tienen de los habitantes de la región como "típicos paisas" con los valores morales de otras generaciones, han cambiado por las diferentes migraciones y porque debido a la situación económica de la región la gente se ha preocupado más por sobrevivir que por mantener un recuerdo. Por lo tanto, la cultura cafetera ha cambiado mucho, no es más que un mito, un recuerdo.

Esta hipótesis se planteó dentro de una discusión teórica sobre la cual se desarrolla este estudio, que gira entorno a cuatro conceptos: Medios de comunicación, cultura, textos e imaginarios. Desde ello, se ha pretendido construir una perspectiva de análisis de la relación audiencia y programación para soportar la lógica del consumo de la segunda, enmarcado dentro de tendencia teórica del funcionalismo.

El primer paso para iniciar la investigación, luego de tener todas las referencias teóricas necesarias, fue visitar municipios de todo el Eje Cafetero. Se visitaron tres municipios, además de las capitales, de Caldas, Quindío y Risaralda. Allí se hizo la recolección de datos para sacar conclusiones de los imaginarios y las realidades de estas poblaciones. Luego se eligieron 6 programas al azar de Telecafé, en diferentes horarios a lo largo del día para determinar cuántos hacían referencia a Caldas, cuántos a Risaralda y cuántos a Quindío.

Luego se compararon los datos que se recolectaron en las entrevistas semi-estructuradas en las poblaciones, con los textos de la programación de Telecafé.

Es importante enfatizar en el orden de la investigación, ya que la recolección de datos antes del análisis de la programación, permite no caer en prejuicios o estereotipos sobre la región.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo es la relación presente en los textos de los imaginarios sobre la identidad regional de los habitantes del Eje Cafetero, con los textos de la programación de Telecafé?

OBJETIVO GENERAL

Observar la relación de adecuación o conflicto entre los textos de la programación de Telecafé como canal regional, y los textos que se definen a través de los imaginarios sobre la identidad del Eje Cafetero.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer los imaginarios que definen la identidad de los habitantes del Eje Cafetero
2. Analizar los textos que se proyectan sobre la identidad regional el la programación de Telecafé
3. Confrontar los imaginarios recolectados de los habitantes en relación con la identidad, y los textos de la programación de Telecafé.

CAPÍTULO I: DISCUSIÓN TEÓRICA

1.1 Medios y comunicación

1.1.1 Teorías de comunicación y medios

Si se piensa en las teorías de la comunicación y en su historia, se puede señalar que su origen está en el análisis de la comunicación interpersonal; sin embargo, con la aparición tecnológica la inquietud se trasladó a la comunicación impersonal o mediática.

En ambos casos, se incluyeron elementos como el receptor, emisor, mensaje y otros, que comprendían todo el llamado *proceso de comunicación*. Sin embargo, al comenzar a estudiar la comunicación de masas (hoy llamada mediática), los teóricos se dieron cuenta de que existen más factores que intervienen en un proceso de comunicación, ya que su complejidad condiciona dicho proceso al interior de la sociedad. De allí que aparezca en el escenario de los estudios en comunicación, hacia los años 40, una tendencia llamada el funcionalismo cimentada bajo el paradigma sistémico que provenía de las ciencias naturales. Pero, de manera simultánea, se plantea la evolución de la teoría informacional que terminará por "alimentar" los planteamientos de la primera sobretodo en el análisis mismo del proceso

1.1.2 La teoría funcionalista y la informacional

El funcionalismo es una escuela de pensamiento, que en sus inicios pretendía progresar con las ciencias sociales. Esta teoría representa una visión global de los medios masivos de comunicación y se refiere a las "funciones desarrolladas por el sistema de las comunicaciones de masas"²

² WOLF, Mauro. La investigación de la comunicación de masas. Paidós. Barcelona 1996. Pag. 68.³
WOLF, Mauro. Op. Cit. Pag. 138-139⁴ WOLF, Mauro. Op. Cit. Pag. 143⁵ WOLF, Mauro. Op. Cit.
Pag. 144.⁶ DEL RIO, Reynaga Julio. Teoría y práctica de los géneros periodísticos. Cap 1: Estar sin

El funcionalismo no se pregunta sobre los efectos sino por las funciones desempeñadas por los medios en la sociedad. Trata de definir la problemática de los media a partir del punto de vista de la sociedad y la contribución que sus componentes le aportan a ésta.

Esta escuela de pensamiento se enfocó en estudiar el proceso de comunicación a partir de la sociedad y de las funciones que tenían los medios sobre ella. Paralelamente, se estaba dando otra teoría, la informacional, que miraba el proceso de comunicación desde otra perspectiva y determinaría el rumbo de la teoría funcionalista.

Mientras el funcionalismo en sus inicios se preocupaba por las funciones desempeñadas por los medios en la sociedad, el modelo semiótico informacional se preocupó por los efectos que la información tenía en el contexto social. Por lo tanto el emisor desde que emitía el mensaje, tenía unas intenciones definidas con ese mensaje, tanto en su forma como en su contenido. El factor más importante dentro del proceso de comunicación era el mensaje, y en este modelo sus funciones sociales no se miraron desde la sociedad sino desde las intenciones que tiene el emisor con el mensaje que va a enviar. Tomó importancia el concepto de código, sin embargo, no se tuvo en cuenta el contexto social tanto del emisor como del receptor, y cómo estos podían afectar el proceso de codificación y decodificación.

1.1.3 El modelo semiótico-textual del funcionalismo

La adopción del modelo informacional por parte del funcionalismo dio pie a varias corrientes de pensamiento, pero todas ellas definidas por la preocupación planteada por la teoría informacional, referida a la forma de "transportar" la información de la fuente al destino de manera exacta y rápida. Así, y gracias a la semiótica y la lingüística, en los estudios sobre el mensaje y su estructura, cobró importancia su contenido y luego, su contexto.

El modelo comunicativo semiótico-informacional que basa su mayor interés en la eficiencia del proceso comunicativo y en la capacidad de los medios masivos para transmitir los mismos contenidos a un amplio público. La

información es como andar a ciegas por el mundo. Tlacoquemecatl, México. Diana. 1991. Pag 13.⁷
 PARSONS, Talcott. La sociedad. Serie: Temas fundamentales de sociología moderna. Ed. Trillas, Mexico. 1966. Pag 21

transmisión de la información ahora se pensaba mediante un nuevo concepto: el código. "Se pasa de la aceptación de comunicación como transferencia de información a la de transformación de un sistema en otro".³ En esta teoría la preocupación acerca de la decodificación de la información cobra importancia ya que se empieza a tener en cuenta el contexto social de los públicos dentro de la decodificación del mensaje para así darle un sentido determinado a lo que reciben de los medios masivos de comunicación.

Esta corriente no sólo está pensando en las funciones que deben tener los medios en la sociedad, sino que parte de la base de que los medios, el emisor, debe saber qué efectos va a tener la información en el público desde el momento en que envía un mensaje. Se recuerda que el factor más importante en el proceso de comunicación para la teoría semiótico - informacional es el mensaje, su forma y su fondo.

Y de ella, aparece el modelo semiótico textual que toma elementos de los dos anteriores, sin embargo, el elemento más importante en el proceso de comunicación ya no es el mensaje sino que son el emisor y el receptor. El emisor no es simplemente quien envía el mensaje y el receptor quien lo recibe. "Ya no son los mensajes los que son transferidos en el intercambio comunicativo sino que es más bien la relación comunicativa la que se construye en torno a conjuntos de prácticas textuales".⁴ Las prácticas textuales comprenden todo un mundo que rodea al emisor y otro que rodea al receptor. Aquí entra a jugar el papel más importante la cultura, como la definimos, como "mecanismo que crea un conjunto de textos y hablar de los textos como realización de la cultura".⁵ En la comunicación impersonal las prácticas textuales son las que se imponen y definen el

³ WOLF, Mauro. Op. Cit. Pag. 138-139⁴ WOLF, Mauro. Op. Cit. Pag. 143⁵ WOLF, Mauro. Op. Cit. Pag. 144.⁶ DEL RIO, Reynaga Julio. Teoría y práctica de los géneros periodísticos. Cap 1: Estar sin información es como andar a ciegas por el mundo. Tlacoquemecatl, México. Diana. 1991. Pag 13.⁷ PARSONS, Talcott. La sociedad. Serie: Temas fundamentales de sociología moderna. Ed. Trillas, Mexico. 1966. Pag 21

⁴ WOLF, Mauro. Op. Cit. Pag. 143⁵ WOLF, Mauro. Op. Cit. Pag. 144.⁶ DEL RIO, Reynaga Julio. Teoría y práctica de los géneros periodísticos. Cap 1: Estar sin información es como andar a ciegas por el mundo. Tlacoquemecatl, México. Diana. 1991. Pag 13.⁷ PARSONS, Talcott. La sociedad. Serie: Temas fundamentales de sociología moderna. Ed. Trillas, Mexico. 1966. Pag 21

⁵ WOLF, Mauro. Op. Cit. Pag. 144.⁶ DEL RIO, Reynaga Julio. Teoría y práctica de los géneros periodísticos. Cap 1: Estar sin información es como andar a ciegas por el mundo. Tlacoquemecatl, México. Diana. 1991. Pag 13.⁷ PARSONS, Talcott. La sociedad. Serie: Temas fundamentales de sociología moderna. Ed. Trillas, Mexico. 1966. Pag 21

proceso de comunicación. Este modelo es el que más se adapta a este trabajo, pues al hablar de identidades culturales en la programación de Telecafé, necesariamente se deben tener en cuenta los conjuntos de prácticas textuales de ambos, para determinar si realmente coincide o no, la programación con la cultura de su público.

El proceso de comunicación mediática constituye así, el momento de confrontación de realidades, de textos que durante el proceso se confrontan a razón de estados mentales que determinan la codificación, por un lado, y la decodificación por otro.

1.2. Comunicación y cultura

1.2.1 Cultura

Aunque existen en antropología más de 300 definiciones de cultura, aquí y con base en lo anterior se ha optado por definirla como un conjunto de textos, pero aquí nos basaremos en la teoría de Lotman-Uspenskiij, mencionada anteriormente que dice que "desde el punto de vista del investigador, es más exacto hablar de la cultura como mecanismo que crea un conjunto de textos y hablar de textos como realización de la cultura."

¿Por qué se elige esta definición de cultura? Es la que más se acerca a explicar la razón de cómo la cultura influye, o debe influir, en la programación de televisión, si tenemos en cuenta a la programación como texto o conjunto de textos.

En este caso, la cultura actúa como influencia principal en la creación de este conjunto de textos, y por lo tanto debe verse reflejada en su expresión.

La cultura está presente en el proceso de comunicación. Es más, son los textos previos los que permiten el intercambio de información entre emisor y receptor y los que determinan la forma de aprehensión y difusión de dicha información. Por esto, y en cuanto a la televisión, la cultura de la teleaudiencia debe ser la condicionante de los textos que se crean en la programación. Los receptores tienen una cultura que determina la forma de dar sentido y significación a los conjuntos de textos que están recibiendo, y si los códigos que reciben no son reconocidos, no podrán ser comprendidos ni asimilados. Esta teleaudiencia

tiene unos conocimientos, unas capacidades y unos estados socio-culturales y socio-económicos para decodificar los códigos que reciben, todo esto hace parte de su cultura. Es ésta la que condiciona qué elige ver y qué no, o por lo menos qué interpreta y qué no, qué refleja o qué no refleja su cultura en la programación que está viendo.

1.2.2 Comunicación e información

La información generada por los medios masivos de comunicación interviene en la vida social, política y económica de cualquier sociedad. Durante toda la historia de la humanidad han surgido técnicas, formas básicas de lenguaje como la mímica, el lenguaje pictórico y los signos naturales.

La comunicación no es retroalimentación como se pensaba en los inicios de los estudios de comunicación. Es mucho más que eso. Cuando la información llega a su destinatario, éste no responde simplemente a lo que le llegó. El receptor toma ese mensaje y lo decodifica y saca sus propias conclusiones de él de acuerdo a su cultura y a su entorno. Esto construye un nuevo significado del mensaje. Comunicación es más que retroalimentación, es el proceso de construcción de información; de allí su carácter dialógico y de co-construcción de significados. Es por esto que los receptores de los medios masivos de comunicación no son simplemente quienes reciben la información, también son quienes construyen nuevos significados a partir de esta información y los medios masivos toman estos nuevos significados para emitir más información.

Todos los medios de comunicación nacieron y se desarrollaron para satisfacer la necesidad humana de compartir información con sus semejantes. "La información se presenta ante nosotros como un conjunto inmenso de hechos y sucesos indispensables por conocer".⁶

⁶ DEL RIO, Reynaga Julio. Teoría y práctica de los géneros periodísticos. Cap 1: Estar sin información es como andar a ciegas por el mundo. Tlacoquemecatl, México. Diana. 1991. Pag 13.⁷ PARSONS, Talcott. La sociedad. Serie: Temas fundamentales de sociología moderna. Ed. Trillas, Mexico. 1966. Pag 21

En la actualidad se produce una cantidad incalculable de información, y ésta es un requisito social e individual, ya que toda actividad humana implica información y comunicación.

El hombre comunica todo el tiempo, y en el proceso de comunicación, la información es el mensaje que un emisor envía a un receptor. Sin embargo, como ya lo habíamos visto en el modelo semiótico-textual, esta información lleva consigo mucho más de lo que se puede escuchar o leer o ver. Lleva consigo toda una cultura entre líneas que altera tanto su forma como su fondo.

1.2.3 Medios y sociedad

"La sociedad es un tipo especial de sistema social, que alcanza el nivel más elevado de autosuficiencia como sistema en relación a sus ambientes"⁷. Según Parsons, este sistema complejo tiende a mantener el equilibrio y busca resolver un problema del sistema en general por medio de sus subsistemas destinados a resolver un objetivo común.

Los medios masivos de comunicación construyen la identidad de un sistema social, pueden ser asumidos como un subsistema de la sociedad ya que cumplen con esta función para mantener el equilibrio de tal manera que sus funciones no son sólo sociales, sino también políticas, educativas y de entretenimiento.

Según lo anterior, en la actualidad los medios de comunicación participan de todos los aspectos de la sociedad, toman elementos de ellos, y aportan elementos a ellos. Como todo subsistema, depende de los demás para lograr el objetivo del sistema general.

Al hablar del problema de la comunicación humana se habla del problema de los procesos sociales, de la interacción, de las relaciones humanas. "La comunicación ha de entenderse como el lugar, el medio dentro del cual se manifiestan todos los acontecimientos humanos"⁸

⁷ PARSONS, Talcott. La sociedad. Serie: Temas fundamentales de sociología moderna. Ed. Trillas, Mexico. 1966. Pag 21

⁸ FRANCO, Alfonso. Comunicación y desarrollo: De la comunicación participativa a la "participación comunicativa". Capítulo del documento Tenemos la Palabra, enfoque multilateral de la comunicación participativa en Colombia. Corporación universitaria. Santafé de Bogotá. 1997. Pag 4⁹ DE ZUBIRÍA Samper, Sergio. Aproximaciones a la gestión cultural. Madrid. La Organización. 1998. Pag. 256¹⁰ DE

Los acontecimientos humanos se dan dentro de una sociedad, dentro de las relaciones que hay allí, dentro de las prácticas textuales, y estos acontecimientos sólo pueden darse a conocer y expresar a través de la comunicación. Así, los medios juegan un papel muy importante en todo este proceso, pues han logrado acortar las distancias y han logrado que más gente tenga acceso a la información.

1.2.4 Comunicación y cultura

Aclarado lo anterior sobre la relación entre comunicación e información cabe afirmar entonces que "Toda manifestación que contenga producción, circulación, y consumo de significados, símbolos, discursos o comunicación, puede contener expresiones culturales".⁹ Es por esto que la comunicación implica cultura, la transmite en la información que pone a circular. Porque, como ya se dijo, tiene códigos y símbolos que provienen de una cultura y van hacia una cultura.

El uso del lenguaje es el motor para el progreso de la cultura. La comunicación y la cultura están ligados y han avanzado de la mano. En un mensaje puede ir inscrita toda una cultura, tanto en la forma cómo se dice, como en su contenido.

La comunicación es una acción social, y para que una acción o expresión pueda ser reconocida como social, debe estar ligada a la cultura. "La legitimidad social sólo se adquiere si el suceso se carga de contenidos y cargas culturales"¹⁰

ZUBIRÍA, Sergio Op.Cit. Pag. 257¹¹ MARTIN BARBERO, Jesús. La necesidad de pensar e investigar las instituciones de la cultura. Conferencia dictada el 28 de agosto de 1996 en la Universidad de Los Andes, Bogotá. ¹² SILVA, Armando. Imaginarios urbanos, cuarta edición. Tercer Mundo Editores, Bogotá, feb. 2000. Pag 85

⁹ DE ZUBIRÍA Samper, Sergio. Aproximaciones a la gestión cultural. Madrid. La Organización. 1998. Pag. 256¹⁰ DE ZUBIRÍA, Sergio Op.Cit. Pag. 257¹¹ MARTIN BARBERO, Jesús. La necesidad de pensar e investigar las instituciones de la cultura. Conferencia dictada el 28 de agosto de 1996 en la Universidad de Los Andes, Bogotá. ¹² SILVA, Armando. Imaginarios urbanos, cuarta edición. Tercer Mundo Editores, Bogotá, feb. 2000. Pag 85

¹⁰ DE ZUBIRÍA, Sergio Op.Cit. Pag. 257¹¹ MARTIN BARBERO, Jesús. La necesidad de pensar e investigar las instituciones de la cultura. Conferencia dictada el 28 de agosto de 1996 en la Universidad de Los Andes, Bogotá. ¹² SILVA, Armando. Imaginarios urbanos, cuarta edición. Tercer Mundo Editores, Bogotá, feb. 2000. Pag 85

Los medios masivos de comunicación están permanentemente produciendo una gran cantidad de expresiones culturales y diferentes puntos de vista del mundo. Al mismo tiempo, estos medios están absorbiendo elementos de la cultura para crear estas producciones, esto permite que sus contenidos estén cargados de cultura.

La generalización de la comunicación y sus nuevas tecnologías han logrado una nueva dimensión de lo cultural. "El gestor cultural tiene que saber hacer aflorar al pueblo, al ciudadano -cuando digo al pueblo estoy diciendo al ciudadano por encima del consumidor-, y el ciudadano es el que participa creando, interviniendo, cuestionando, exigiendo sus derechos".¹¹

1.2.5 La cultura como texto

Como ya lo habíamos dicho, para el propósito de este trabajo, la definición de cultura que mejor describe nuestro propósito es la de Lotman-Uspenskij, en la que la cultura no es un conjunto de textos, sino el mecanismo para crear un conjunto de textos.

En este caso, al hablar de la cultura estamos hablando de un elemento activo, no pasivo. No es algo que está ahí esperando para ser creada o alterada por las acciones humanas, sino que es a su vez algo que crea y altera las acciones humanas.

Podemos definir texto como un conjunto de códigos ya que al hablar de códigos nos referimos a una especie de unidad básica para la construcción de significados. Cada vez que se codifica algo existe una decodificación, este conjunto de códigos construye un texto, ya sea codificado o decodificado. Es decir, como mencionamos anteriormente en el modelo semiótico textual, lo que el emisor codifica, lo decodifica el receptor de acuerdo a su cultura, y la cultura como texto implica un sistema de códigos. Cada lado del proceso tiene unos textos definidos por su cultura, y este conjunto de textos se refiere a conjuntos de prácticas textuales. Los códigos no son lo mismo que los signos. Hablamos de códigos como la

¹¹ MARTIN BARBERO, Jesús. La necesidad de pensar e investigar las instituciones de la cultura. Conferencia dictada el 28 de agosto de 1996 en la Universidad de Los Andes, Bogotá. ¹² SILVA, Armando. Imaginarios urbanos, cuarta edición. Tercer Mundo Editores, Bogotá, feb. 2000. Pag 85

base para la construcción de significados, y esta construcción implica un entorno físico y social que le dan un sentido determinado. Un signo es una "cosa que parece presentarse ante el espíritu como en la percepción o la simple sensación"¹² pero que no da a lugar para interpretaciones, es algo que ya tiene significado sin tener en cuenta los juicios de acuerdo a cada entorno, que es básicamente lo que lo diferencia del código.

Los seres humanos utilizan las acciones para constituir significados y aplicarlos en determinadas situaciones. Estas acciones, o prácticas textuales, provienen de su cultura. Por esto se puede decir que la acción humana es cultural "ya que los significados y las intenciones relativas a los actos se constituyen de acuerdo con sistemas simbólicos"¹³. Lo simbólico no se puede definir "con una palabra exacta o presentar con una cosa específica... el símbolo llama a ser interpretado... va a tener la coherencia de la percepción, de la conceptualización del juicio".¹⁴

Las prácticas textuales son reconocidas por los miembros de una misma cultura, sus códigos y sus símbolos hacen parte de ésta y por lo tanto son decodificados fácilmente por sus propios miembros.

Los habitantes de una misma cultura, utilizan unos textos, o prácticas textuales iguales o similares lo que hace su comunicación más simple que la comunicación entre dos culturas diferentes, sin referirnos con esto sólo a un lenguaje diferente. La comunicación entre los miembros de un mismo grupo cultural se da también por medio de gestos, señas y habla reconocidos por ellos, y así logran la convivencia y comprensión entre el grupo.

En la vida humana, la lucha por la existencia se ha dado no como individuos, sino como miembros de un grupo organizado, en donde se relacionan y se cooperan. Este grupo organizado se llama sociedad, y una sociedad se forma con un grupo de individuos que tienen un objetivo común.

Los conjuntos de prácticas textuales, esto es, las acciones, se desarrollan bajo unas normas creadas por y para los miembros de una sociedad y así

¹² SILVA, Armando. Imaginarios urbanos, cuarta edición. Tercer Mundo Editores, Bogotá, feb. 2000. Pag 85

¹³ PARSONS, Talcott. Op. cit. Pag 16¹⁴ SILVA, Armando. Op. Cit. Pag 85-86

¹⁴ SILVA, Armando. Op. Cit. Pag 85-86

mantener su equilibrio y cumplir su objetivo común. Estas normas son reconocidas como parte de la sociedad, es por esto que cada sociedad tiene unas normas basadas en su cultura. La cultura de este grupo de individuos es la que determina sus comportamientos y su forma de comunicación. Por lo tanto es la cultura la que va moldeando y dictando los textos que se construyen en una sociedad.

1.2.6 Medios como confluencia de la intertextualidad

La intertextualidad se da desde el conjunto de prácticas textuales del emisor, hasta el conjunto de prácticas textuales del receptor, y cómo éstas alteran la significación del mensaje. Los medios de comunicación se relacionan con el entorno cultural de la sociedad y absorben la mayor cantidad de textos de ésta para construir su contenido. La intertextualidad existe en el momento en que los medios de comunicación y la sociedad, toman información, la una de la otra, para construir nuevos textos.

En un proceso de comunicación, como ya habíamos mencionado, es tan importante el emisor como el receptor, ya que cada uno toma elementos del otro y así evolucionan. Los medios masivos, en este caso Telecafé, es el emisor, y su público, en este caso el Eje Cafetero, es el receptor. Cada "lado" se comunica desde culturas diferentes, pues cada una tiene un conjunto de prácticas textuales.

En la comunicación intervienen factores que hacen que un mensaje logre, o no, ser decodificado. En el caso de ser decodificado, estos factores también determinan todo lo que se va a lograr, aprender o reconocer con este mensaje. Un mensaje lleva consigo toda una cultura, que corresponde a la cultura del emisor, que en algún momento tomó elementos de la cultura del receptor. Es un permanente movimiento de datos, entre emisor y receptor, cada uno abstrae del otro elementos y aporta, a su vez, otros.

Los medios de comunicación toman de la realidad elementos de la cultura para codificarlos y transmitirlos y así, tratar de reflejar la verdad más próxima para su público. Al mismo tiempo, la sociedad toma elementos de los medios masivos de comunicación que alteran sus acciones humanas. Nacen entonces los conceptos de textos mediáticos y textos culturales.

1.3. Textos mediáticos

1.3.1 El texto como discurso

Recordemos que definimos textos como un conjunto de códigos y símbolos, y los conjuntos de prácticas textuales son el conjunto de acciones humanas que comprenden estos códigos y estos símbolos y que, por lo tanto, comunican algo.

Pues bien, al unir una serie de textos, y con ellos, de prácticas textuales, se construye un discurso específico. Este discurso se compone de factores culturales que definen una idea en especial. Al leer un discurso, se detecta su intención y sus componentes culturales, ya que es una co-construcción de significados por parte de un emisor y un receptor. El discurso es una especie de conclusión temporal de lo que se viene construyendo por parte del emisor o el receptor en la intertextualidad que ya habíamos mencionado. En esta investigación se habla de texto como un discurso, ya que al hablar de los textos de la programación de Telecafé, y de los textos de la identidad del Eje Cafetero, estos implican una idea con relación a un contexto cultural y social, llevan una intención implícita y no se limitan a ser un conjunto de códigos.

1.3.2 La programación como texto

Los medios masivos, en este caso, la televisión, utilizan textos para llegar a su audiencia. El conjunto de estos textos, las categorías de los programas y los géneros televisivos en un canal de televisión, componen su programación.¹⁵ Estos textos, se componen de unos códigos determinados y de unas formas particulares de presentar la información. Los mensajes que se envían son conjuntos de prácticas textuales que refuerzan las normas sociales y el control social, y pueden llegar a transformarlos. Estos textos unen, identifican y determinan un público definido y limitado que comparte estas prácticas textuales.

La televisión muestra lo que nuestros ojos perciben en la realidad, o por lo menos se basa en lo que vemos como real, para crear sus historias. Sin

¹⁵ TÉLLEZ, María Patricia. Análisis de la programación 1986-1988. Estudios de recepción de televisión: la experiencia colombiana. Universidad Javeriana. Bogotá. 1993.

embargo, la realidad depende de lo cerca o lejos que se esté del conocimiento de los textos y de las prácticas textuales propias del receptor. Por ejemplo, es mucho más real para una ama de casa lo que está sucediendo en la cocina de su casa que lo que está sucediendo al otro lado del mundo, ya que es más palpable o la afecta más.

Por lo tanto, la televisión utiliza herramientas para lograr que esa realidad, *no tan real*, que no es accesible para el espectador, cumpla con sus expectativas. Por ejemplo, usa herramientas como una cara bonita, una presentadora seria y objetiva o un escenario llamativo y acogedor. "La televisión irrealiza los universos referenciales de la información, los dota de un estatuto imaginario"¹⁶. Es este imaginario la herramienta que utiliza para llegar a los espectadores, porque está en los imaginarios de la audiencia que un presentador serio y objetivo es más apropiado para presentar noticias, por ejemplo. Estos imaginarios provienen de la mente del receptor y son tomados por el emisor para compartir unos textos comprensibles para el público.

Como lo habíamos dicho, en este trabajo se habló de textos como discursos, por lo tanto la programación es un discurso, que lleva consigo información cultural y social de quién los emite.

1.3.3 La programación en los Canales regionales de Colombia

Según el acuerdo Número 012 de 1997¹⁷ por medio del cual se reglamenta la creación de los canales regionales, estos deben, entre otras cosas:

- a) Emitir la señal de televisión originada por la misma organización regional sobre el área de cubrimiento otorgada previa autorización de la Comisión Nacional de Televisión, en la frecuencia o frecuencias asignadas;
- b) Realizar programas de televisión, de carácter educativo, recreativo, y cultural buscando satisfacer los hábitos y gustos de la teleaudiencia, con énfasis en una programación con temas y contenidos de origen regional, orientada al desarrollo social y cultural de la respectiva comunidad;

¹⁶ VIDAL, Beltrán, Jose María. Leyes y programación: Audiencia y programación. MP Barreros y otros. Ente público RTVV. Valencia. 1993. Pag 269

¹⁷ www.cntv.org.co Página web Comisión Nacional de Televisión, acuerdo 012 de 1997

En cuanto al punto A, el canal regional Telecafé emite sus programas desde la región y para la región. Sin embargo, la discusión está en qué tan representada se ve toda la región en lo que ve allí, si la mayoría de los programas se producen en ciertos sectores de la región, no en su totalidad o por lo menos en más municipios.

Pero es el punto B el que más relación tiene con la discusión que se presenta en este trabajo. ¿Son los programas de Telecafé de carácter educativo, recreativo, y cultural? ¿Buscan satisfacer los hábitos y gustos de la teleaudiencia? ¿Su programación tiene énfasis en temas y contenidos de origen regional? ¿Está orientada al desarrollo social y cultural de la comunidad del Eje Cafetero? Es aquí donde se radica el problema de discusión de este trabajo. ¿Será que Telecafé refleja las identidades culturales y las necesidades de los habitantes del Eje Cafetero?

1.4. Textos culturales e imaginarios colectivos

Es importante aclarar que la teoría funcionalista en sus inicios, sólo tenía presente a la *audiencia* como receptores pasivos, y a los medios como emisores, como los actores más "activos" dentro del proceso de comunicación. Desde la corriente semiótico-textual y la teoría informacional, ahora hablamos de individuos o grupos sociales que reciben esta información, y la interpretan según su contexto, esto es según su mundo imaginario.

En este trabajo, se trabajaron los textos como discurso, ya que los textos llevan consigo información cultural y social de quién los envía. Los textos que se confrontan en la comunicación, los del emisor y los del receptor, son evocados o imaginarios, porque contienen imágenes virtuales, ideales y evocan sensaciones. Según Humberto Eco, los textos son sistemas de significados, culturalmente determinados, y los imaginarios permiten, a partir de unos textos, construir otros.

Los receptores son, para este trabajo, los televidentes, los espectadores. En este caso, el público de Telecafé. Ellos son los poseedores de textos culturales desde los cuales apprehenden, utilizan y decodifican la información que reciben en un mensaje. En pocas palabras, textos desde los cuales enfrentan los textos de la programación.

Los medios, o quienes deciden qué información se va a transmitir por los medios, viven en un entorno con ciertas prácticas textuales que definen cómo van a ser los mensajes. Unas formas de codificar la información y hacerla accequible por parte de su público. Pues bien, los receptores tienen unos conocimientos, unas capacidades y unos estados socio-culturales y socio-económicos para decodificarlos y determinar su función en la sociedad.

1.4.1 Cultura e imaginarios

Los conocimientos, las experiencias, capacidades y estados socio-culturales y socio-económicos determinan los imaginarios. Estos imaginarios se constituyen en modelos determinantes de la cultura de una región, todos o casi todos, sus habitantes los tienen presentes en su vida.

Los imaginarios, según Durand, son definidos como los conjuntos de imágenes que tienen en la mente los seres humanos, donde se sitúan los pensamientos, que determinan las relaciones con otros individuos y con el mundo exterior.¹⁸

Los imaginarios no son cosas irreales o inventadas por el hombre. Son parte de la realidad desde la cual interactúan con su entorno. Sin embargo, esta construcción de la realidad depende de factores culturales, sociales, económicos y físicos, ya que cada grupo social tiene una diferente perspectiva de lo que observa y vive. Tiene diferentes estados mentales, diferentes sentidos de realidad, diferentes prácticas textuales. Incluso, cada individuo altera sus imaginarios desde sus experiencias particulares. Los imaginarios individuales llevan consigo los imaginarios colectivos, su lectura permite conocer los imaginarios de una sociedad.

¹⁸ NIÑO Murcia, Soledad. ROZO Montejó, César. Vega, Leonardo. TORRES, Nelson Lugo. Territorios del miedo en Santa Fé de Bogotá: imaginarios de sus ciudadanos. ICAN, Instituto Colombiano de Antropología. www.colciencias.gov.co

Por esto es claro para Armando Silva que los habitantes de una ciudad crean imágenes de acuerdo a su perspectiva y le dan diferentes significados que desde ese momento hacen parte de su vida cotidiana. La cultura hace que haya modelos ideales de comportamiento, y el que no cumple con esas normas se siente marginado de esa cultura. Los imaginarios "estipulan lo que para una sociedad será lo valorado y lo rechazado, lo normal y lo patológico, lo que es real y aquello que no lo es, lo que tiene sentido y lo que no, lo cuestionable y lo imposible de ser siquiera pensado".¹⁹ La cultura es la que determina ese conjunto de significados que los habitantes de una ciudad le dan a las imágenes que crean de ésta.

1.4.2 Imaginarios

Ya hemos hablado del significado que le da Durand a la palabra imaginarios, como un conjunto de imágenes que tenemos todos los seres humanos en el pensamiento, y éstos determinan nuestras relaciones.

El término imaginario puede recibir múltiples significados: "La invención de algo, como inventarse una novela, o bien colocar una historia en lugar de otra que se sabe verdadera, como corresponde a la mentira"²⁰ En todos los casos, los imaginarios son el origen de los órdenes sociales. Las imágenes y significaciones que tomamos de la realidad determinan nuestras relaciones con el mundo exterior.

Los imaginarios son construcciones mentales que se dan sobre una realidad, se basan en la experiencia, son sistemas simbólicos que permiten acceder a marcos cognitivos. Se pueden pensar los imaginarios como textos desde los cuales se configuran y se construyen nuevos textos. Desde estos imaginarios, el hombre se relaciona con su entorno, desde el conocimiento configura la realidad.

"Lo imaginario afecta los modos de simbolizar de aquello que conocemos como realidad y esta actividad se cuele en todas las instancias de nuestra

¹⁹ BARZANI, Carlos Alberto. Homosexualidad e imaginarios sociales en Buenos Aires. Introducción. www.topia.com.ar

²⁰ SILVA, Armando Op.Cit. Pag 90 ²¹ SILVA, Armando Idem ²² REGUILLO, Rossana. Identidades culturales y espacio público: un mapa de los silencios. Revista Diálogos de la comunicación. Oct 2000. Felafacs. Perú. Pag 75.

vida social"²¹ Lo imaginario puede ser comparado como las sombras en el cine, como los espacios que no vemos, las ausencias, que son realmente el único significativo presente, lo que altera nuestra percepción.

Los imaginarios son aquellas cosas que no se oyen, que no se ven y que no se tocan, pero que están presentes en las mentes de todos los miembros de una cultura.²² Son, como diría Rossana Reguillo, los silencios. Son esas historias, esas memorias, esas palabras que en algún momento y por alguna razón se quedaron calladas, o las obligaron a callarse. Pero quedaron rondando las calles, los edificios, las ciudades y los campos, y hacen parte del comportamiento de las personas que los habitan. Los imaginarios buscan la manera de hacerse escuchar, sentir y ver, salen de sus escondites y se asoman en las expresiones de la cultura. "La percepción de una ciudad dentro de sus entrecruces de sentido social, se traslada a la nueva lengua que estudia o habla: traspasa el lenguaje y se ubica por encima de los valores referenciales de las palabras."²³

Los imaginarios son determinados por la experiencia, individual y colectiva. Son las percepciones de la realidad que quedan grabadas en la mente de los individuos y que, por medio de las relaciones interpersonales y la comunicación, se vuelven colectivas y quedan grabadas en los silencios de una sociedad, que mencionó Rossana Reguillo. El hombre no se limita a percibir y grabar, sino que le da un significado a eso que percibió, lo asimila, lo reconstruye a partir de su historia y sus experiencias, y lo guarda en su imaginación. El hombre establece las relaciones con su entorno a partir de estos imaginarios creados. Luego las comunica a través del lenguaje. Según Armando Silva, los imaginarios tratan de construir el mundo ideal antes del lenguaje.²⁴

Lo imaginario siempre está presente en lo real porque ése es su punto de partida. Son textos que contienen concepciones, representaciones e ideales. Como su nombre lo dice, las concepciones son los conceptos que los seres humanos tienen acerca de algo, la significación que se le da a lo que se percibe, la palabra. Las representaciones son las imágenes

²¹ SILVA, Armando Idem ²² REGUILLO, Rossana. Identidades culturales y espacio público: un mapa de los silencios. Revista Diálogos de la comunicación. Oct 2000. Felafacs. Perú. Pag 75.

²² REGUILLO, Rossana. Identidades culturales y espacio público: un mapa de los silencios. Revista Diálogos de la comunicación. Oct 2000. Felafacs. Perú. Pag 75.

²³ SILVA, Armando. Ibidem. Pag 87

²⁴ SILVA, Armando. Ibidem. Pag. 87, 90

mentales que cada individuo tiene acerca de lo que percibe, esto, de acuerdo a sus experiencias. Y los ideales son el deber ser de lo que percibe el hombre de la realidad.

Los imaginarios colectivos son los sentidos sociales que tiene un grupo de personas determinado, ellos sugieren la manera de apropiarse del entorno físico y social. Puede que las imágenes creadas sean en un principio subjetivas al ser individuales, pero en el momento de la interacción social pasan al plano colectivo. Están en la mente de los miembros de este grupo como determinantes de su comportamiento. Diferencian a un grupo de personas de otro, son lo que mantiene unida a una sociedad y la diferencia de otras sociedades e incluso de la misma en diferentes épocas. "Son la compleja urdimbre de significaciones imaginarias que empapan, orientan y dirigen toda la vida de la sociedad considerada y a los individuos concretos que corporalmente la constituyen."²⁵

1.4.3 Imaginarios e identidad

El hombre en su proceso de pensamiento elige ciertos elementos con los cuales se identifica para ubicarse dentro de su entorno. Esta selección hace parte de su personalidad y de su cultura. Cada cultura hace una selección diferente y le da un significado diferente a estos elementos e imágenes de la realidad. Estas elecciones son las que la definen su espacio en el mundo y explican sus razones de ser y de comportarse.

Los imaginarios, como imágenes ideales que se tienen de nuestro territorio y de nuestra realidad son determinados por y determinantes de nuestra cultura. Es por esto que los imaginarios colectivos hacen parte de la identidad de cada cultura. Son el ideal de cada territorio teniendo en cuenta los mitos y las creencias, la historia y la experiencia.

Los individuos de una cultura tienen unos imaginarios en común que se han ido formando a lo largo de la historia y del desarrollo de esta cultura. En pocas palabras, es la representación, la concepción y el ideal que sobre sí mismos tienen los individuos de un grupo social.

²⁵ BARZANI, Carlos Alberto. Op. Cit.

Así lo miembros de un grupo social que viven dentro de una ciudad, por ejemplo, van seleccionando elementos destacados y van reconociéndolo como identidad de esa ciudad. La suma de los elementos seleccionados construyen la ciudad, así sean unos pocos.

Por ejemplo el eje cafetero podría ser identificado con el café. Sin embargo, la vida que rodea al café no es la verdadera identidad de estas tres ciudades capitales del eje cafetero. Es parte de su historia y de su formación, pero podría ser parte fundamental de su identidad actual. El hecho de darle a esta región un significado común es más un mito que se ha formado a lo largo de la historia, pero cuando nos acercamos a la realidad nos damos cuenta de que simplemente nos estamos aferrando a un pasado, a una vida en sociedad que podría no existir, a un territorio que fue rico por el café, pero que ya podría ser muy diferente.

1.5. El Eje Cafetero: mitos e identidad²⁶

El presente capítulo no refiere discusión teórica alguna, sólo ilustra la historia del Eje cafetero para plantear un marco de referencia sobre el cual puedan ser entendidos los resultados del presente estudio.

El mito posee una interpretación simbólica más que en palabras. Es algo que se va formando a partir de emociones y sentimientos, algo sin fundamentos lógicos. Se va formando a partir de la sensibilidad hacia lo propio. "Los mitos son fluidos pues en ellos puede ocurrir cualquier cosa y la emoción reemplaza la lógica y hace imperceptibles las inconsistencias".²⁷

La historia de una región, por ejemplo, está escrita sobre emociones, algunas veces más que en hechos lógicos. El ser humano apropia su cultura y su historia y la describe con sus sentimientos hacia ella. En el caso del Eje Cafetero, el hecho de tener el café como identidad principal, es por el hecho de que fue este producto el que hizo esta región y la convirtió en la región más importante en determinado momento de la historia de Colombia, siendo el café el principal producto de exportación.

1.5.1. La colonización antioqueña y la creación del Viejo Caldas como provincia de Antioquia

La "comarca antioqueña" no sólo comprende los municipios del departamento de Antioquia, sino también los departamentos de Caldas, Risaralda, Quindío y el norte del Tolima y Valle del Cauca, y se extiende hacia el sur hasta Restrepo, e inclusive más allá. Por lo tanto al referirnos de la cultura antioqueña o su estilo de vida, en este escrito, nos referimos al estilo de vida de toda esta región, esto es también, el Eje Cafetero que es nuestro principal interés.

A pesar de depender económicamente del café, la actividad agropecuaria antioqueña ha presentado una diversidad sana y razonable; la cría del ganado, por ejemplo, es importante y más antiguo que el café.

²⁶ Toda la información del punto 5 tomada de: PARSONS, James. La colonización antioqueña en el occidente de Colombia. Carlos Valencia Editores. Bogotá. 1979

²⁷ L. Bruhl, citado por: SILVA, Armando. Imaginarios urbanos. Tercer mundo editores. Cuarta edición, Santafé de Bogotá, febrero 2000. Pag 91

La cordillera occidental es una de las últimas fronteras de la exploración y la colonización andinas. Las laderas de Caldas y el Valle, han sido cubiertas con lavas y cenizas de tal modo que su potencial agrícola es inmenso. Los límites inferiores del cultivo del café son aproximadamente 1000 mts de altura y los superiores son aproximadamente 2000 mts. Esta zona es la tierra templada o subtropical, también conocida como la tierra del café.

Los habitantes de Manizales provenían de Neira, Salamina, Sonsón y Abejorral. Se reunieron en Neira y formaron la Expedición de los 20 en 1848. Manizales se convirtió en el camino principal del comercio para el sur de Antioquia y parte del norte del Cauca, era ruta de acceso y fuerte militar. Sin embargo, la colina limitó el crecimiento de la ciudad productora de cacao. En 1905 se le nombró capital de Caldas.

La colonia más antigua del Viejo Caldas es Santa Rosa de Cabal. Las tierras entre Santa Rosa y Manizales fueron rápidamente pobladas entre 1850 y 1860. Villamaría, Santa Rosa de Cabal, San Francisco (más tarde llamado Chinchiná) y Palestina crecieron. El derecho a la propiedad se adquiría "por cultivo" que se comprobaba levantando una casa o haciendo una labranza. Estas labranzas progresarían con la llegada del café y la ganadería a grande escala después de 1880.

De toda esta zona sólo hubo una colonia próspera de origen no antioqueño: Pereira, aunque quedó pronto absorbida en la ola de inmigración del norte. Pereira fue fundada en 1863 con el nombre de Cartago Viejo, en el sitio de poblamiento de Robledo en el siglo XVI, por habitantes de Cartago. Hubo una actitud hostil hacia los antioqueños intrusos, locuaces y vigorosos y muchos prefirieron no quedarse en Pereira y seguir hacia el Quindío. La Pereira actual, mitad antioqueña y mitad vallecaucana, tiene relaciones comerciales estrechas con el Valle. En 1967 se convirtió en la capital del departamento de Risaralda tras la separación del Viejo Caldas.

El ondulado altiplano del Quindío está al sur de Pereira, al oriente del río Cauca. Desde la conquista había permanecido como tierra incógnita que solo comunicaba Cartago con Ibagué. Sin embargo, en 1876 hubo una rápida e inigualada ocupación antioqueña llamada con propiedad "la épica de la colonización antioqueña". El Quindío tenía cuatro atractivos principales: caucho, oro, alto precio de los cerdos y las ventajas de la

región para refugiarse durante la guerra civil. El modelo agrícola establecido fue igual al del norte así como su cultura y su estilo de vida.

A medida que avanzaba la colonia, la agricultura tuvo un progreso importante. A principios del siglo XX hubo gran entusiasmo por sembrar café y el Quindío se volvió la sección más importante en este cultivo, especialmente Armenia, Calarca, Tebaida, Caicedonia y Sevilla. Armenia se convirtió en la capital del Quindío en la separación del Viejo Caldas, y en la primera plaza cafetera del país, además de un centro ferroviario de tráfico. Armenia se ha convertido en una de las ciudades comerciales más importantes de Colombia, en el centro ganadero de café y transportes.

Las familias numerosas han sido tradicionales en la raza antioqueña, así como la fecundidad de las mujeres maiceras (que se alimentan de maíz). Esta característica de familias grandes es típica en las clases altas así como en las populares.

1.5.2 Costumbres alrededor del café

A pesar de la variedad en el transporte actual, la mula sigue siendo un transporte utilizado en el campo, ya que las empinadas laderas no facilitan la construcción de carreteras entre los cafetales.

En las fincas pequeñas, los miembros de la familia son capaces de desempeñar la labor, y la mayor parte de los alimentos se cultivan dentro de los cafetales.

Las chapoleras son muchachas que cantan mientras recogen café y es tradición contratarlas durante las cosechas. La congestión de cosechas ha sido reducida al mínimo en los cafetales colombianos, a causa de que la prolongación del período de recolección se ha extendido sólo a dos etapas de varias semanas de duración, normalmente durante el tiempo de las lluvias más fuertes (marzo y octubre). Los recolectores, por lo tanto, viajan por el país en las diferentes cosechas, y llegan a las cosechas de café en estas épocas y se quedan en campamentos especiales en donde duermen todos, hombres y mujeres durante toda la etapa de recolección. Se van cuando se acaba la cosecha. Los empleados permanentes de las fincas son muy pocos.

1.5.3 Mitos

La cultura de la zona cafetera es diferente en los tres departamentos. Esto es desde hace mucho tiempo y hace parte de su historia.

Sin embargo, los tres departamentos, Caldas, Quindío y Risaralda, tienen una herencia cultural muy similar que viene de sus colonizadores, los antioqueños.

Desde el principio la raza antioqueña, a la cual pertenecen los habitantes de esta zona, se ha considerado una raza pujante y trabajadora. Como ya habíamos mencionado, el hecho de no haber tenido una esclavitud a su servicio para construir sus poblaciones hizo que el desarrollo de esta región se diera por las propias manos de los colonizadores, lo que la hizo una región con un espíritu de trabajo diferente a las otras regiones del país. La tradición democrática del trabajo en Antioquia ha sobrevivido el tiempo y es aún la base de la producción en esta región del país.

La llamada raza antioqueña es una mezcla entre negros, indígenas y blancos. Físicamente el paisa es considerado alto, moreno, nariz aguileña, frente amplia, cabello abundante y con ojos grandes. Su cultura y estilo de vida es lo que más lo caracteriza. En la actualidad se conservan las comidas y el lenguaje de los colonizadores, con orgullo. El paisa tiene un acento particular al hablar, lento y vocalizado y una locuacidad que se identifica en todo el país. La vestimenta aún incluye el carriel, el poncho y la ruana. La literatura, la poesía, la música (el bambuco), y la pintura, aún hablan de paisajes cafeteros, agricultura y la vida en las montañas.

Los códigos estrictos y morales que trajeron los colonizadores aún se conservan en las áreas rurales, y con algunas modificaciones, en ciudades como Medellín, Manizales y municipios tradicionales como Salamina, Aguadas, Calarcá, entre otros.

El Viejo Caldas se convirtió en el segundo departamento antioqueño llevando consigo su herencia cultural. El campesino mantiene su actitud montañesa e incluso los grandes terratenientes habitantes de las

ciudades, conservan tradiciones del campo como las comidas, el vestuario y el lenguaje, sobretodo, cafetero.

Las pocas familias que llegaron a Antioquia, son aún las familias tradicionales, no solo en Antioquia, sino también en la zona cafetera, lo que equivale a un reducido número de apellidos que se conservan tradicionales hasta hoy: Restrepo, Jaramillo, Arango, Mejía, Uribe, Londoño, entre otros. Sobretodo en las ciudades de Manizales, Medellín, Armenia y los municipios principales de los departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda.

Los medios de transporte básicos son tradicionales. El más básico de todos, la mula, viene desde la colonización, y es fundamental ya que las laderas de las montañas son difíciles para la construcción de carreteras, por lo tanto la mula no es usada solamente para transporte sino también para la carga.

Pereira es un caso especial en cuanto a su colonización. Tiene diferencias con los demás municipios del Eje Cafetero en su arquitectura, cultura y desarrollo urbano. Esto es debido a muchos factores, uno de ellos puede ser su historia, la forma en que fue colonizada, como mencionamos anteriormente.

Sin embargo, existen otros factores que hacen de Pereira una ciudad con una cultura diferente a la del resto de la región. Su desarrollo urbano e industrial tomó un curso diferente al resto del Eje Cafetero desde que Risaralda se separó del Viejo Caldas; se han creado industrias importantes como la textil y la industria del azúcar, que está muy ligada al Valle del Cauca. Es quizás la ciudad más desarrollada industrialmente de esta región.

La cultura no es únicamente lo típico y folclórico de la región, la cultura es todos esos factores que construyen las prácticas textuales de sus miembros. Es la que determina las relaciones de sus individuos con su mundo exterior. La cultura implica mucho más que los mitos que se han creado sobre determinada región, no son sólo emociones, son acontecimientos que van formando significaciones de la realidad.

Por lo tanto no se puede hablar de una cultura y unas identidades comunes de toda esta región, ya que cada territorio tiene sus identidades propias

y su cultura propia de acuerdo a su desarrollo y los significados que sus miembros le dan a la realidad que los rodea.