

**Los paisajes y la experiencia de región en las narrativas de vida de
los pobladores del Eje Cafetero**

Mariana Gómez Gutiérrez

70201413516

Asistente de Investigación

Richard Millán

Tutor

Universidad de Manizales

Noviembre 27 de 2018

Los paisajes y la experiencia de región en las narrativas de vida de los pobladores del Eje Cafetero

Mariana Gómez Gutiérrez

Universidad de Manizales

Resumen

Los medios de comunicación influyen cada vez más en el pensamiento de los habitantes y, a su vez, tienen el poder de modificar la percepción de paisaje de una región determinada. A través de un análisis de relatos de los habitantes del Eje Cafetero, tanto de zonas urbanas como rurales, este artículo estudió sus prácticas mediáticas y la forma en la que se reinventan a partir de sus experiencias con el territorio. De esta manera se da a conocer la idea de región desde la elaboración de los relatos de paisaje, propios de los habitantes de la región, como experiencia individual y colectiva. Esto se logra teniendo en cuenta las experiencias de vida, los lugares habitados, personajes significativos por lo que hacían con ellos y las prácticas mediáticas desarrolladas por los habitantes.

Summary

The media increasingly influence the thinking of the inhabitants and, in turn, have the power to change the perception of the landscape of a given region. Through an analysis of relationships between the inhabitants of Eje Cafetero, both in urban and rural areas, this article studies their media practices and the way in which they reinvent themselves based on their experiences with the territory. In this way the idea of the region is made known from the elaboration of the stories of landscape, the own inhabitants of the region, as individual and collective experience. This has been achieved taking into account the experiences of life, the inhabited places, the significant characters, the employees, the media practices developed by the inhabitants.

Palabras clave

Paisajes, medios de comunicación, mediaciones, narrativas mediáticas, territorio, región, eje cafetero, relatos mediáticos, imaginarios.

Keywords

Landscapes, media, mediations, media narratives, territory, region, coffee axis, media stories, imaginary.

Introducción

Los medios de comunicación tienen un papel relevante al ser organizaciones “con legitimidad social para producir significados que se reafirman en el entramado simbólico de la sociedad” (Ramos, 1995, p.108) y que influyen en las facetas de la vida de las personas y su comprensión de la realidad (Bryant y Zillmann, 1996).

Duch apoya lo anterior al afirmar que esto se debe, en gran medida, a que “en nuestra vida diaria, los recuerdos, las alusiones y las impresiones provenientes del pasado las articulamos narrativamente de acuerdo con las exigencias y las necesidades de nuestro presente” (como se cita en Solá-Morales, 2013, p.241). En ese sentido, las narrativas constituyen las historias mediante las cuales vivimos nuestras realidades y basamos nuestras elecciones (Sola-Morales, 2013, p.197). Así, las personas y los colectivos otorgan significación a sus experiencias comunicativas cotidianas de forma narrativa.

Es crucial, entonces, identificar los relatos propios del paisaje presente en los relatos de vida mediáticos de los pobladores de la región del Eje Cafetero. Se parte de que el paisaje es la experiencia de vida en y con el territorio como premisa fundamental para este artículo.

Lo que hace posible la existencia del paisaje cultural es la relación entre actividades productivas y cultura, como dos manifestaciones de lo regional: una, orientada al espacio y las formas de adaptarse a él y, la otra, relativa al valor simbólico que adquiere para quienes lo han dominado. Pero cuando lo regional pierde su referencia material productiva, ¿puede pensarse que también cambia lo identitario? Las teorías contemporáneas sobre el territorio debaten a fondo las ideas de espacio y de lugar, no como dimensiones físicas solamente, sino como la relación construida, heredada y comunicada de un conjunto de experiencias que definen desde allí a una cultura específica (Nogueira, 2005).

Para comprender mejor el concepto de paisaje, Guhl, A (2018) en su libro *“Café y Cambio de Paisaje en Colombia”* lo concibe como expresiones de interacciones espaciales y temporales entre los seres humanos, una sociedad en un entorno determinado, construyendo culturalmente este en un tiempo y espacio determinado. Por lo anterior, es pertinente aclarar que “el análisis de paisajes y su transformación no se limita a un estudio de los cambios físicos, sino también de aquellos relacionados con las sociedades permanentes que son resultado de los valores, políticas y condiciones económicas en constante evolución.” (Guhl, A, 2008, p 23).

Este artículo se desprendió de la investigación *“La mediación de los relatos mediáticos en las formas de habitar el territorio en los pobladores de la región del Eje Cafetero”*, que buscó analizar los modos en que los relatos mediáticos sobre la región son apropiados por los pobladores de la zona para elaborar, también, de forma narrativa, sus propios relatos desde donde habitan simbólicamente el territorio.

Desde ahí, las apropiaciones de los relatos circulantes generaron sentidos desde donde se habitaba el lugar. Se analizaron los relatos mediáticos actuales y las formas de apropiación de los pobladores a través de análisis narrativos, tanto de los contenidos mediáticos como de las lecturas que hacen sus pobladores, para que en sus interpretaciones se puedan descubrir las contradicciones que infringen la política patrimonial del paisaje cultural cafetero, a un relato de región que tiende a fragmentarse y a incorporar la historia y la tradición, desprovista de prácticas materiales con futuro promisorio (Millán, 2016).

Es allí donde se comienza a analizar el relato de los informantes, dando cuenta de que sí existen espacios que, más que ser lugares, se convierten en paisajes que aportan un significado especial para ellos y para sus vidas y se convierten en referentes de una cultura.

El paisaje puede interpretarse como un producto social, como el resultado de una transformación colectiva de la naturaleza y como la proyección cultural de una sociedad en un espacio determinado (Nogué, J, 2007).

De igual manera hay que entrar a comprender la región denominada como Eje Cafetero, lugar donde se realizaron los relatos, específicamente en los departamentos de Caldas y Risaralda. De acuerdo con Robledo (2008):

“El Eje Cafetero de Colombia se erige verde en el imaginario de sus habitantes y es evocado como paisaje de paisajes, como tierra de orgullo, como espacio de nostalgia de lo que alguna vez fuera una tierra próspera que exportaba el mejor grano del mundo. Pero también, como un espacio que renueva sus repertorios culturales: una región multifacética, diversa, en la que deviene un tiempo mestizo, de mezclas complejas, donde lo rural y lo urbano conviven en una construcción simbólica mutable, donde las voces oficiales instalan nuevos sentidos para nombrar el territorio y la gente reconstruye sus filiaciones territoriales en el proceso intersubjetivo de imaginar.” (p.9)

Una región que hasta 1966 era llamada el Gran Caldas, departamento de Colombia, hoy en día está constituida por tres departamentos del centro-occidente colombiano: Caldas, Quindío y Risaralda, con altos índices de calidad de café obtenidos por el éxito de la exportación del grano.

De igual manera se hace pertinente conocer el término de comunicación mediática para comprender las prácticas que se analizaron más adelante. Existen cuatro instancias o ‘elementos relacionales’ que permiten a los individuos y a las colectividades el establecimiento de unas vinculaciones creativas con el pasado y relacionarse con el presente. Estas estructuras “acogen al ser humano y le permiten que sea capaz de empalabrarse él mismo y también de empalabrar —constituir— la realidad” (Solá-Morales, 2013, pp. 119-120). Precisamente, gracias a estas correlaciones o mediaciones los individuos y los grupos son capaces de socializar e identificarse para sí y para los otros (Solá-Morales, 2013. p.248).

Metodología

Para la identificación de los relatos, que acercaron a la apropiación de las narrativas o elaboración de un sentido propio sobre la región del Eje Cafetero, se establecieron criterios o filtros que permitieron acceder a una población específica de habitantes de esta zona con características concretas, que brindaron un panorama general de la apropiación de dichas narrativas.

La metodología se centró en establecer los relatos de vida mediáticos, los cuales se definieron como: “los relatos biográficos que tienen como tema principal el análisis y la comprensión del uso y consumo de contenidos o productos mediáticos” (Solá-Morales 2015, p. 204).

Con estos se buscó que los pobladores dieran cuenta de su vida en la región: desde el momento en que llegaron o nacieron, su infancia, su vida juvenil y adulta. Es decir, un orden bio-cronológico que determine trayectorias de vida, pero asociadas a los medios y sus prácticas de apropiación y los consumos de sus contenidos (Millán. 2016).

El grupo de informantes fue elegido de acuerdo con las siguientes características: personas de tres generaciones, categorizadas por la edad y relacionadas con un medio de comunicación que es referente a su época. El criterio generacional para determinar el tipo de informantes (Solá-Morales, 2015 p. 206) fue:

- Generación de la radio: los que fueron jóvenes en los años 40-60. Mayores de 55 años hoy.
- Generación de la televisión: los que fueron jóvenes entre los años 70 y 90. Entre 35 a 55 años hoy.
- Generación Internet: año 1996 en adelante. De 18 a 22 años hoy.

Para la elaboración de los relatos fueron necesarios tres encuentros con los informantes¹. En el primero se elaboró un ‘relato nuclear’ que permitió tener una idea general y completa sobre la vida del informante, desde su infancia hasta el momento presente. El segundo sirvió para completar los vacíos de información de los primeros relatos y enfatizar en algunos aspectos claves de su vida, que eran de importancia para los resultados de esta investigación. En el tercero se enfatizó en detalles como el paisaje, el aroma, las sensaciones y las prácticas mediáticas. Este último ayudó a completar el relato en su totalidad.

¹ Informante: Aquel personaje que fue considerado para realizar esta investigación a través de su relato.

En el proceso de selección también se tuvo en cuenta el contexto al que pertenece cada informante ya sea rural, urbano o ambos, en cuanto ámbito laboral, buscando una caracterización cualitativa y descriptiva de las situaciones vividas por los informantes.

Así mismo, se realizaron cuestionarios de caracterización que permitieron un primer acercamiento con los informantes. Esta encuesta permitió acceder a información básica de los personajes y de esta forma tener mayor claridad para organizarlos y dividirlos en los tres grupos generacionales mencionados. El cuestionario contenía preguntas como: ¿Cuánto tiempo invierte en cada medio?, ¿Qué contenidos consume? y ¿Para qué los utiliza? La última parte estaba conformada por una lista de los lugares más icónicos y términos más afines al Eje Cafetero o aspectos representativos de este: montañas, cafetales, pasilla, Nevado del Ruíz, colonización antioqueña, etc.

Cada uno de los informantes debía decir qué representaba el término desde su experiencia o cómo lo definía. Esto sirvió para dar cuenta de cuál era la percepción que tenían los informantes frente al paisaje y sus territorios, pero sobre todo la forma en la que estos lugares y términos eran recordados y significados.

La información fue analizada después de ser adquirida en su totalidad. Para esto, fue necesario diseñar dos cuadros de sistematización. En el primero se dividió la información por categorías: sucesos, espacios, personajes, prácticas mediáticas y los relatos mediáticos del paisaje presente en sus vidas. En este se tuvo en cuenta la cronología del relato; es decir, qué sucedió en su infancia, su juventud y su adultez. Esto sirvió para entender de qué manera se fue transformando la vida de los informantes con el paso del tiempo.

En el segundo cuadro de sistematización se organizó la información, nuevamente, por categorías, pero esta vez se tuvo en cuenta qué se repetía en cada relato, qué se repetía en todos los relatos, qué era particular y único en cada relato, qué era particular que se encontrara en varios relatos y qué era significativo para el informante. Esto sirvió para identificar las diferencias o similitudes en los relatos de todas las personas entrevistadas, y permitió descubrir un entramado narrativo que se fue haciendo cada vez más claro.

En la siguiente tabla se muestra la distribución de los informantes de cada departamento (ver Tabla N°1):

Tabla N°1. Distribución de informantes por generación, ubicación geográfica y consumo mediático

Grupo Generacional	Radio (mayores de 50 años)	Televisión (entre 26 y 50 años)	Internet (de 18 a 25 años)
Vive en un contexto urbano tiene un oficio asociado a lo urbano	4	2	3
Vive en un contexto rural y tiene un oficio rural	4	2	2
Viven en un contexto urbano y tiene un oficio rural	2	2	3
Vive en un contexto rural y tiene un oficio urbano	2	3	2
Total	12	9	10

Fuente: elaboración propia

Se hicieron varios encuentros con los informantes hasta desplegar el relato en su máxima expresión, obtener detalles informativos que permitieran mostrar el significado para el informante de la apropiación de su relato.

Posteriormente se analizó cada relato y se desarrolló una matriz de análisis. Se tuvieron en cuenta cuatro categorías principales para entender su vida de una mejor manera, su creación de paisajes y la apropiación de todos los relatos mediáticos. Estas cuatro categorías son: Acontecimientos (sucesos o experiencias), Lugares, Personajes y Prácticas mediáticas. A continuación, se describen los resultados encontrados en cada una de estas:

Resultados

Acontecimientos (sucesos o experiencias)

Las personas se sienten parte de una región que empieza a ser paisaje cuando establecen múltiples y profundas complicidades. Este sentimiento es legítimo, ancestral y universal. La tensión dialéctica entre lo local y lo global, generada por la globalización, está afectando a los lugares. En buena medida se sigue actuando como una cultura territorializada y en ella, el paisaje ejerce un rol social y cultural destacado (Nogué, 2011).

Se entiende entonces que por esta razón las prácticas realizadas en la región son características de la misma y empiezan a generar cierta identidad en los habitantes y su cultura. Dichas prácticas son conocidas y resaltan ante el mundo por ciertos hábitos y costumbres. Los actores o los sujetos participan y colectivizan esas experiencias en diferentes espacios sociales, en las formas cómo se relacionan, se narran, crean así un conjunto de reglas, conocimientos y creencias de un grupo (Requillo.R, 1992).

“La narrativa es una perspectiva para captar el significado o el funcionamiento de los fenómenos comunicativos; es una matriz de comprensión y explicación de las obras de la comunicación” (Rincón, 2006, p. 95).

En esta categoría se lograron evidenciar las experiencias que son características de la región cafetera y están ligadas a la cultura y costumbres de la zona. Desde caminar entre los cafetales, los característicos paseos de río, comitivas entre los vecinos o familiares, jugar en la calle o andenes del barrio y diferentes acciones que hicieron o hacen parte de la cotidianidad de los informantes.

“Los seres humanos, las culturas y las sociedades son experiencia; frente a ella podemos intentar comprensiones y explicaciones teóricas y conceptuales, pero sólo podemos comunicar lo

que vivimos o deseamos si convertimos nuestras experiencias en historia. Siempre que busquemos explicarnos, nos convertimos en una historia. ¡Narramos!” (Rincón 2006, P. 88).

Los relatos de vida de los informantes tienen una estructura lineal que se mantiene en la mayoría de ellos, inician en una infancia tranquila, sana, de juegos en las calles. Después pasan por la escuela y siguen con su vida laboral o profesional. Pero existen factores a resaltar, que evidentemente son característicos, como el compartir con la familia -algo que se encuentran en todos los relatos-, desde la generación más antigua a la más reciente. Así lo expresó una informante de la generación radio del ámbito urbano. Recordó la emoción e importancia que tenía para ella y sus hermanos ir de paseo a una quebrada: *“Mi papá nos llevaba mucho a una quebrada que se llamaba Cambía y eso era lo máximo. Uno gozaba cuando amanecía lloviendo porque se iba a dañar la ida. Hacíamos una cruz de ceniza en el patio y le poníamos una velita en el centro a pedirle a Dios que por favor se lleve el agua para poder nosotros salir”*.

Una informante de la generación internet del ámbito urbano cuenta experiencias muy parecidas, dando a entender que las tradiciones continúan: *“Los paseos de olla eran muy muy comunes. En Viterbo el río queda muy cerca y nos íbamos varias familias, a veces alquilábamos el jeep cuando no teníamos los carros y los más pequeños, acompañados obviamente con alguien responsable, íbamos en la parte de arriba con las ollas, los plátanos, la carne. Todo iba montado en el jeep para pasar todo el día al lado del río”*.

Estas experiencias pueden ser entendidas como relatos de valor simbólico que incorporan secuencialmente diversas matrices espacio-temporales y elementos esenciales en la constitución de las identidades sociales y los imaginarios simbólicos compartidos (Sola-Morales, 2013). El mundo evoluciona al igual que las prácticas de enseñanza o diálogo entre los niños y adultos. Ahora, por la tecnología y los cambios generacionales, los niños tienen mayor acceso a la información, que les permite tener una visión de mundo más amplia.

Otra de las tendencias marcadas en las experiencias de los personajes fue la época navideña como un acto social, de compartir con el otro. Conductas que se han visto modificadas con el paso del tiempo, tal como lo afirma una informante de la generación radio del ámbito rural, vereda Pueblo Rico:

“En diciembre recuerdo que teníamos un grupo de amigas para armar el pesebre y nos íbamos para los potreros que quedaban en la vereda, los potreros de las fincas a buscar el musgo para armar el pesebre, tierra y piedras. En ese entonces hacíamos pesebres muy grandes y muy reales, íbamos por las quebradas y nos gusta mucho ponerle al pesebre rastrojo y matas bonitas que se encuentran en el monte. Pero ahora eso ya es muy distinto. A los niños les da pereza hasta rezar las novenas y las reuniones familiares son muy distintas, ahora si mucho uno mata un marrano o prepara una comida especial y le guarda a la mamá o a la hermana, pero no más”.

Sin embargo, estas tradiciones no desaparecen del todo. El compartir en familia permanece, pero las actividades y costumbres cambian como lo evidencia la experiencia de las navidades de una informante del área rural de la generación internet en Belén de Umbría, vereda Taparcal: *“En diciembre viene un tío que le gusta mucho el yoga, todas esas cosas entonces nos dice que escribamos que la lista de sueños y que la quememos a las 12 de la noche, comer 12 uvas y pedir un deseo por cada una, nos da lentejas...”* es notorio que las tradiciones cambian y se le da más importancia a otras actividades en estas fechas. Llegan prácticas y costumbres nuevas que se van insertando en las tradiciones existentes y logran mezclarse para generar unas nuevas.

El compartir se convierte en un acto simbólico en la vida de los habitantes de la región. Las llamadas ‘comitivas’ que consistían en un compartir de alimentos con un grupo de personas son un ejemplo de ello. Esta práctica tan común en casi todas las generaciones, de los habitantes de este territorio, se transformó en un acto de unión a través de la oralidad.

La relación con el otro, preparar algo de comer como excusa para escuchar sus historias, que, además, el hecho de compartir un plato de comida ya es un sinónimo de unión y relación. Fue entonces adquiriendo una importancia con un nivel simbólico muy alto en el transcurrir de sus vidas. Es así como lo evidencia una informante del ámbito urbano, generación radio:

“Nos divertíamos mucho, no teníamos tantos juguetes, había más creatividad, era una niñez muy sana, jugábamos del esposo y la esposa y hacíamos comitiva...Las comitivas era jugar

al papa y la mamá y hacíamos comida, teníamos hijos y todo, todo era de mentira, la vajilla, una estufa, ollas”.

“El café en Colombia, más que un producto agrícola de exportación, es ante todo un tejido social, cultural, institucional y político que ha servido de base para la estabilidad democrática y la integración nacional” (Comisión de Ajuste de la Institucionalidad Cafetera 2011), lo que se presenta con más fuerza en la región cafetera ya que se caracteriza como unos de los departamentos con mayor productividad del grano y se destaca como un elemento diferenciador que aporta identidad a los habitantes de la misma.

Este producto, sin duda, ha sido el sustento de muchas familias colombianas. Para los habitantes del Eje Cafetero, este fue el único ingreso monetario de muchas generaciones y, si bien es un oficio que se ha transformado a través del tiempo, sigue siendo el producto insignia de la región y el país. Varios de los informantes relataron haber tenido completa cercanía con este producto.

“Para mi familia el café era todo, cuando había café la alegría era mucha porque, como siempre hemos vivido del café, eso significaba que había mercado en la casa, que si necesitábamos un vestido nos lo podían dar o zapatos. Significaba todo” afirma un informante de la vereda Pueblo Rico de Neira, generación radio

“El entorno siempre fue muy rodeado de café, montañas, verde, tranquilidad, el despertador eran los pájaros, el olor de los cafetales. Mi casa en Anserma no era tan grande, pero sí recuerdo un corredor súper grande que tenía esa casa, el paisaje era muy diverso, se veían paisajes distintos por los cuatro lados de la casa. Extraño mucho el contacto con la naturaleza y los animales” Informante de la generación internet del ámbito rural-urbano Anserma Caldas.

A pesar de la pluralidad y la riqueza que tiene el Eje Cafetero no se puede dejar a un lado la violencia que lo ha atravesado. Debido a sus montañas y ubicación estratégica, se convirtió en un corredor para los grupos armados de la región. Las familias y los pueblos padecieron los estragos.

Las personas que trabajaban en el campo tenían que ser conocidas por los comandantes de los grupos armados que se encontraban en la zona, requerían de una especie de permiso para poder trabajar allí. Algunas de ellas en la zona rural del Eje Cafetero se vieron varias veces afectados directamente por la violencia del país. Estos son los testimonios de dos informantes de la generación radio del ámbito rural:

“Yo fui secuestrado en el 2002, empieza el famoso señor Uribe, estaba en la primera campaña, termina Pastrana. Estuve 15 días, muy horrible, fue las FARC, en Apia, me llevaron hasta Pueblo Rico....La guerrilla iba a matar a un tipo, un cafetero que tenía un afiche de Álvaro Uribe en el carro, el venia por una carretera y la guerrilla lo agarra a bala, él se devuelve en reversa y nosotros estábamos ahí haciendo una certificación de café orgánico, cuando el tiroteo a nosotros nos dio miedo y dijimos vámonos, cuando ya íbamos bajando en el carro la guerrilla venía bajando en un Jeep, se tiraron y nos cogieron”.

“En Quinchía funcionó el famoso frente 47 de las Farc, un frente muy violento manejado por la famosa Karina entonces allí hubo muchos problemas de orden público, en Guatica también, Karina atacó un corregimiento que se llama Santana, hacia la zona de Santuario, Apia en los planes y hacia la vereda de clima frío existía también voleteos y extorsiones, pedían mercados porque todo esto era un corredor hacia Pueblo Rico que ya prácticamente es pura montaña, esas zonas yo diría que fueron las más afectadas”.

Es preciso decir entonces que “Narramos en cuanto buscamos conocer-nos. Tal vez por eso es que nos educamos a través de historias, amamos seduciendo con historias, vivimos para tener experiencias que se puedan convertir en historias. Vivir es poder contar nuestro paso por el mundo, ya que es «a través de la narración como damos significado y legitimidad a la realidad cultural» (Buxó y De Miguel, 1999: 19). Esta narrativización de la experiencia social y política nos pone frente al potencial de comprensión y explicación de la narración” (Rincón, 2006, p.89).

Esta categoría da cuenta de la forma en la que interactúan las personas con el lugar desde las experiencias de vida particulares y la manera de habitar el territorio desde su cotidianidad.

Al conocer las prácticas y los acontecimientos que ocurrieron en la región, se puede establecer que aunque se han presentado cambios, sobre todo desde lo tecnológico, muchas de dichas prácticas permanecen en el acervo cultural de la zona.

Lugares

El espacio es clave para la formación de identidad social de las comunidades, cada una cuenta con una diferente. El individuo construye referentes simbólicos a partir de la vida cotidiana y de su relación con el otro y es así como a partir de ese tejido social, que va hilando a lo largo de su vida, forja imaginarios de cada región.

El espacio se configura de acuerdo con las experiencias que el sujeto tiene y edifica en él, es así como el lugar adquiere un sentido y un significado propio para el informante, que está íntimamente ligado a sus experiencias vividas en y con el territorio.

Gómez (2001) refuerza lo anterior al afirmar que “el individuo se basa en su experiencia de vida para dar significado a las representaciones que los medios le ofrecen, es por eso que ‘el imaginario social se manifiesta en lo simbólico (el lenguaje) y en el accionar concreto entre los sujetos en la praxis social’”.

“Así, se entiende que la relación con el espacio parecería constituirse en un componente que facilita o consolida la formación de las identidades. A su vez, las dinámicas sociales e históricas contribuyen a otorgar identidad a los espacios.” (Oporto, Aguilar, 2014)

Al relacionar los relatos se devela la creación de los espacios como lugares en común de la cultura en la región. Estos aportan a la identidad de la misma. La afinidad, la frecuencia con la que se les visita y la importancia que les dan las personas después de ciertas experiencias en los lugares son heredadas generación tras generación creando esos espacios de identidad.

Un ejemplo claro lo dio uno de los informantes de la generación radio del ámbito rural, quien ejerció la mayor parte de su vida en Risaralda como ingeniero agrónomo y logró conocer de cerca toda la cultura del campo. Él hace alusión a las fincas o terrenos como una fuente de ingresos grande que permite progresar a las nuevas generaciones. *“Generalmente el café viene por tradición, esta finca fue del abuelo, del tatarabuelo, lo que pasa es que el café daba para todo, inclusive para mandar los hijos a estudiar a las grandes universidades del país o del*

exterior, entonces esa gente ya dejó de ser cafetera, algunos si persisten en su caficultura y ya eran cafeteros externos que ocasionalmente visitaban la finca”.

Es evidente que las generaciones van cambiando y evolucionando, sin embargo no dejan del todo a un lado sus tradiciones, este informante agrega: *“los papás decían yo no quiero que el hijo mío sea como me tocó a mí, porque a él le tocó entrar tumbando monte, sufriendo, todas las adversidades de climas y bichos para poder levantar la finca entonces mandaba a estudiar al muchacho, algunos de esos muchachos que estudiaron se hicieron agrónomos agropecuarios, agrónomos o veterinarios y en este momento están llevando las riendas de la finca que ha sido por tradición de la familia, entonces eso ha hecho que esa caficultura mejore, que produzcan un café certificado, que conozcan las prácticas que se recomiendan hoy en día para tener éxito en una producción en café”.*

Sin embargo, hay que aclarar que no todos regresan al campo, conocen las grandes ciudades, las otras oportunidades latentes que ofrecen las capitales para progresar y prefieren quedarse allí. Evidentemente el campo ha dejado de ser un buen negocio:

“Para mí el café es un medio de ayuda, porque la mayoría de personas que vivimos en el campo dependemos del café, para poder sobrevivir. Si no hay café, no hay nada. Si hay café uno se defiende para comprar la panela y el mercado necesario” informante de la generación radio del ámbito rural-rural.

Existe dentro de las teorías de la geografía contemporánea, una manera de entender la región como espacio vivido, es decir, como el valor que tiene un lugar para un conjunto de personas (Giménez 2005). Esta definición se funda en la idea de que la sola topografía o los meros rasgos fisonómicos de un lugar no son suficientes para definir las características de una región específica. Lo propiamente regional se entiende como un conjunto de significados compartidos y diferenciados que un grupo de personas tiene sobre el espacio que habitan o al que están vinculados de alguna forma y que determina el modo de sus relaciones con él y de sus relaciones entre ellos (Albet i Mas, 2002).

En el fondo de esta definición de región, subyace una premisa comunicacional. Si la región se entiende desde las formas de habitar un territorio y en ello inciden los significados socialmente compartidos que tienen los habitantes que guardan una relación con él, la cuestión fundamental a entender tiene que ver con los procesos de producción y circulación de dichos significados (Sunkel, 2006) y en los modos en que son apropiados por los habitantes para construir ese sentido de lo regional desde donde habitan su espacio.

Uno de nuestros informantes recuerda a Juan Gossáin cuando salió de San Bernardo del Viento con una frase que dice: *“para qué volver a recorrer lo que ya no existe”*; y agrega: *“a mí me gusta volver a recordar las sensaciones. Eso no quiere decir que yo sea nostálgico, si hablamos de nostalgia al recordar el pasado, no. Yo vivo muy bien el presente”*.

El informante hace referencia a que le gusta recordar las sensaciones de algunos momentos de su vida y traerlas al presente como una forma de recordar el paisaje de la época que siente que está perdido, pero en su memoria sigue vivo.

El sujeto habla del lugar basado en su relación con el mismo. Es por esto, que los espacios adquieren el significado y la importancia que el informante le otorga, a partir de los recuerdos y las sensaciones que le produce pensar en estos lugares que habitó o incluso aún habita.

Un informante del ámbito rural generación radio habló de un espacio que significó mucho para su niñez, aquí se muestra la importancia del lugar desde la experiencia:

“Ese solar no solamente me dio dinero sino que también logre tener muchos sueños que unos se hicieron realidad, otros no, yo tenía la costumbre que a ratos me iba, me aislaba, a mí me gusta mucho estas sola, me perdía y era que me llevaba un libro para el solar, me llevaba una estera para tirarme en el suelo y ahí soñaba, leía y soñaba y ahí dije, algún día voy a ir a conocer Europa y ese fue uno de los sueños que logre realizar.”

Un informante de la generación internet, del ámbito urbano relata que: *“al frente de la casa era un potrero grandísimo, al fondo se veía una casita, una finca tradicional, con las*

vaquitas, entonces era muy lindo porque mi casa era muy grande y con todas las comodidades que uno tiene en un pueblo, pero al frente era un ambiente muy tranquilo, entonces al frente uno veía cómo bajaba la neblina, el frío, no se escuchaban ruidos de carros, habían muchos animales, los perros, gallinas, era muy lindo”.

Así como para el informante que vivió en el campo toman relevancia lugares como el cafetal, los caminos de herradura y las montañas, para una persona que tuvo una infancia y una vida más urbana, rodeada de otro tipo de prácticas y cotidianidades toman sentido otros lugares:

“La biblioteca municipal era un espacio de lectura del mundo porque había tertulia permanente, entonces era como un remanente de lo que había quedado de las antiguas tertulias de alto nivel de Salamina de la década del 70 que fue la infancia mía, todavía vivimos parte de esas corrientes. Íbamos a la casa de la Cultura, teníamos un cine club muy interesante, veíamos películas muy bellas como ciclos de Chaplin en la época”. Informante de la generación radio ámbito urbano-urbano.

Cuando se tiene una vida urbana existe la posibilidad de construirse a partir de experiencias mucho más universales, existe la opción de explorar el mundo desde otras perspectivas y abrir la mente a otros horizontes:

“En general había la posibilidad de una expresión muy abierta, para uno hacer permanentemente lecturas distintas de mundo. El espacio público estaba abierto para la gente. Era un ritual reunirnos en patios de las casas a reinventar el mundo, pero eso lo rematamos en el parque. El parque era el centro natural de expresión de los salamineños. Cada grupo tenía su lugar, su rincón.” Agrega.

La arquitectura de los pueblos también cumple un papel fundamental a la hora de otorgar identidad al territorio y a quienes lo habitan, pues el individuo crea imaginarios sociales basados en el lugar y en su relación con el mismo y comienza a sentirse representado por una idiosincrasia que lo hace pertenecer a una cultura.

“El imaginario no es la suma de todas las imaginaciones o imaginarios individuales; no es

tampoco un producto acabado y pasivo, sino que se organiza como una compleja red de relaciones sobre la que se sostienen los discursos y las prácticas sociales. El imaginario social se manifiesta en lo simbólico (el lenguaje) y en el accionar concreto entre los sujetos en la praxis social” (Gómez, 2001).

Es así como el imaginario social de una sociedad se determina a partir de ciertos estilos y formas de vida relacionados con el paisaje.

“A la arquitectura de Salamina me parece que define muy bien el tipo de gente que es el salamineño. Son casas grandes y generosas que convocan a todo el mundo que reciben a cualquiera. Sin ánimo de vivir en las nostalgias para mí es muy importante que el lugar signifique algo y que el lugar tenga memoria y se vaya colonizado y eso es muy lo que construye la arquitectura de Salamina que representa un hito de la historia Un punto de alto desarrollo de la colonización Antioqueña cuando se cimentó”.

Los lugares son fundamentales para la creación del paisaje o imaginarios sociales en las vivencias de las personas. Estos lugares son los que caracterizan la región cafetera frente a otros espacios. Cabe entender a los imaginarios sociales como “esquemas contruidos socialmente, que nos permiten percibir/aceptar algo como real, explicarlo e intervenir operativamente en lo que en cada sistema social se considere como realidad” (Gómez, 2001, p. 198).

Los medios de comunicación juegan un papel determinante en la construcción de estos imaginarios, ya que dejan de ser herramientas simples que informan y se convierten en actores constructores de la realidad, capaces de reforzar o modificar ciertos patrones de pensamiento.

Sin embargo, Pintos (2005) afirma que el observador es el que define de varias maneras esa realidad a partir de unas perspectivas diferenciadas que crean otras realidades distintas y agrega que las afirmaciones bienintencionadas sobre la manipulación de los medios de comunicación y especialmente de la televisión “suponen que solamente existe una realidad, una verdad y que es posible acceder a ella y presentarla como lo que es. Suprime todo el proceso constructivo comunicativo” (Pintos, 2005, p. 10).

Es manifiesto que los medios de comunicación y la tecnología han transformado la vida de varias generaciones y por ende también han modificado el paisaje. Esto se reflejó con mayor intensidad en las generaciones de internet y televisión, pues en el campo, donde antes se consideraba casi ley vestir con sombrero, carriel, machete, alpargatas o botas de caucho, esta costumbre ha desaparecido con los años, ya que estas generaciones tienen mayor acceso a internet, lo que les permite estar en contacto con lo global, la moda, la cultura, las manifestaciones artísticas y sociales, esto genera una transformación en el individuo que lo lleva a querer experimentar otras formas de vida, vestir diferente, por ejemplo, basado en el consumo mediático.

Lo anterior ha generado una transformación del paisaje a partir de algo que era característico de la zona pero que ya no está- la forma de vestir del campesino- y que, a pesar de eso, el imaginario social del campesino que trabaja recogiendo café y en las labores del campo, representado por los medios, está estéticamente estático.

“La función de estas matrices de sentido o esquemas de representación que son los imaginarios sociales es hacer posible el acceso a la interpretación de lo social, permitiendo la elaboración y distribución de instrumentos de percepción de la realidad construida como mundo social, un mundo de vida. Esta percepción supone, por lo tanto, una organización imaginaria con función ordenadora de la relación entre los sujetos-agentes sociales y sus experiencias” (Gómez, 2001, p. 199).

Así pues, tanto el territorio como el individuo, padecen transformaciones simultáneas que los obliga a reconstruirse desde diferentes realidades, dando origen a múltiples representaciones que se entienden como la “identificación perceptual (sensorial o imaginaria) de determinadas formas y fenómenos (y de su interrelación), en función de su interpretación posible, en determinado momento de determinada sociedad” (Gómez, 2001, p.199).

Todo este entramado va hilando una serie de procesos que dependen los unos de los otros para coexistir. Según Gómez (2001), la producción de representaciones es una acción simbólica

que depende de la existencia de los imaginarios sociales y a su vez los ‘órdenes normativos de significación’ dependen de estos dos conceptos anteriormente mencionados.

“En la articulación de estos tres planos se configura la ‘realidad’ en cuanto construcción social, puesto que en esta articulación se lleva a cabo la intersección de lo imaginario y lo simbólico que da lugar a la realidad, un mundo social —tematizado en los diferentes registros discursivos— con respecto al cual lo “real” es siempre un excedente”. (Gómez, 2001, p. 200).

En este sentido, el individuo existe por y a través de los imaginarios, las representaciones y los significados de la cultura en la que se construye y se desarrolla, pues es a partir de allí que el sujeto construye su propia realidad y la experimenta en su forma de habitar el paisaje al cual pertenece.

“El comportamiento de los sujetos se despliega aspirando a ciertos modelos guías, paradigmas que regulan las distintas esferas de la praxis. Pero estos órdenes categoriales se gestaron, precisamente, en función del imaginario colectivo el cual produce materialidad, es decir, produce efectos en la realidad tanto como ‘efectos de realidad’”.(Gómez, 2001, p. 201).

Personajes

Los personajes son de gran importancia en la vida de los informantes, ya que el individuo basa sus experiencias de vida en las relaciones sociales. Es por esto, que en los relatos de vida se le dió un valor importante a los personajes por lo que hacían con ellos y las experiencias que construían en el territorio, ya que, a partir de esa interacción, el individuo logró recordar momentos específicos de su vida que son de gran utilidad para la construcción de paisaje.

“El individuo desempeña una serie de roles estructurados, rutinarios, estandarizados y típicos, que organiza en sus interacciones cotidianas y estos, a su vez, le permiten definirse en cada situación vital y adquirir una cierta totalidad significativa, de forma narrativa” (Solá-Morales 2016, p. 5).

Los habitantes construyen un tejido sociocultural a lo largo de su vida conformado por el territorio y las personas que habitan o habitaron en él, de esta forma el individuo otorga significado a su vida y a las acciones que realiza en ella con dichos personajes.

Hay una tendencia latente en las familias de la región en estudio que estuvo marcada por una figura masculina con autoridad y dominio sobre los miembros de la familia. *“En la casa se hacía lo que dijera mi papá. Si mi papá decía no era no y nadie le refutaba nada, le teníamos mucho respeto”*, dice una informante de la generación internet del ámbito rural-urbano.

“Mi abuela nunca trabajó, siempre fue el abuelo”, dice otro informante de la generación televisión del ámbito rural/urbano evidenciando que los hombres eran quienes tenían el control del hogar económicamente.

En la mayoría de relatos fue evidente la presencia de una figura masculina poderosa y estricta en las familias, generalmente un padre que tenía la responsabilidad económica del hogar y una madre que estaba encargada de los quehaceres del hogar y el cuidado de los niños.

En los relatos de los informantes que pertenecen al ámbito rural-rural existe una tendencia muy marcada en la que los hombres son los que trabajan y se dedican al “trabajo duro” y las mujeres son las que “sirven” al hombre. Se repitió en varias ocasiones el argumento de salirse de estudiar para trabajar en el campo o ayudar en la casa como lo evidencia el siguiente testimonio:

“Mi hermana y yo estudiamos hasta quinto de primaria, yo me salí primero y mi hermana se salió después, la verdad nos daba mucha pereza el estudio, entonces nos quedamos en la casa ayudándole a mamá a ‘garitiar’ (llevarle el almuerzo a los trabajadores) y a hacer el oficio de la casa y de vez en cuando le ayudábamos a papá al secado del café, pero por lo general eran los hermanos hombres los que hacían ese trabajo”. Informante de la generación televisión Rural- Urbano.

En algunos relatos de la generación radio se habla de que los niños aprendían a leer o escribir porque sus madres les enseñaban, eran ellas quienes, mientras realizaban el trabajo del hogar, dedicaban tiempo a sus hijos para enseñarles canciones, a leer o escribir.

El individuo otorga cierto nivel de importancia a los personajes que hacen parte de su vida por las experiencias y aprendizajes que construyen con ellos. Bien dicen que siempre una persona deja algo de sí y se lleva algo de uno. Sin embargo, los personajes varían dependiendo de cada experiencia de vida. Este es el caso de un informante que tuvo una infancia urbana llena de libros, cultura, librepensadores y choques intelectuales en el municipio de Salamina-Caldas:

“Rodrigo Jiménez Mejía un intelectual escritor de muy buenos libros. Un académico muy conocido en muchos círculos del país en los 30 40 formado en la visión clásica de la literatura griega y literatura francesa, un tipo de mucho mundo, regresó a Salamina como a descansar, a escribir, pero a devolverle algo a su pueblo. Este señor con toda su maravilla de visión del mundo se sentaba en el parque y los niños de la época íbamos y lo rodeábamos a escuchar sus historias. Él llevaba cubitos de azúcar en sus bolsillos y los guardaba para endulzar nuestros oídos con el azúcar, pero sobre todo a endulzar nuestros oídos con sus historias bellas, ahí aprendimos a amar la literatura”. Informante de la generación radio ámbito urbano-urbano.

“Era un entorno de mucha calidez, de mucho contacto con gente muy distinta, donde había mucha capacidad de compartir, de entender mundos diferentes, de salir a enfrentar cosas distintas, de cuestionar esos valores, sociales y religiosos tan marcados en la región, entonces en la casa si bien se hacían estos rituales religiosos, en la casa siempre hubo un marco muy amplio por la libertad por las creencias y pensamientos de cada uno, nos movíamos entre una buena formación en los colegios muy sólidos que había en Salamina, habían alrededor de seis colegios de muy buena calidad, manejados por comunidades religiosas muy fuertes”. Informante de la generación radio.

Los habitantes de la región del eje cafetero se caracterizan por tener un espíritu alegre y una personalidad que se basa en el servicio a los otros, en la preocupación por el bienestar del otro. Algunos de los informantes nombraron en repetidas ocasiones a sus vecinos y amigos como compañeros de experiencias de vida, esto se debe a que en esta zona los habitantes de los barrios son muy dados a cuestionarse por la vida del otro, se conocen los unos con los otros creando lazos íntimos de confianza.

Esta categoría evidencia las relaciones sociales que tienen los individuos de la región en diferentes situaciones o espacios y la forma en la que se va construyendo esa imagen social de estos personajes a partir de sus relatos. Es claro que, en una sociedad, la interacción con el otro es un elemento clave para el desarrollo de la cultura y la conservación de la misma.

El individuo va edificando una red de relaciones sociales que marcan su existencia y modifican su comportamiento a lo largo del tiempo, lo cual está íntimamente ligado a los sucesos que acontecen con las personas que el sujeto se encuentra a lo largo de su vida.

Prácticas mediáticas

Los medios de comunicación son creadores y contadores de historias las cuales están cargadas de valor simbólico e incorporan secuencialmente matrices espacio-temporales clave en la construcción de la realidad cotidiana, los imaginarios sociales compartidos (Sola- Morales, 2014) y las mencionadas identificaciones (Sola-Morales, 2013b; 2013e; 2015a).

Así mismo, los medios de comunicación son responsables de expandir los significados socialmente compartidos desde donde se construye el sentido colectivo. Esto se debe fundamentalmente al papel que desempeñan las industrias de la información, la comunicación y el entretenimiento en la inserción de las culturas locales en el macro entorno global, vía la diseminación de repertorios simbólicos y relatos identitarios con los que las diferencias culturales son visibles en los procesos de globalización (Canclini, 2002).

Este apartado ayudó a comprender el nivel de influencia que tienen los medios de comunicación tanto en el individuo como en el territorio. También ayudó a reflejar qué tanto de la vida del informante estuvo relacionada con los medios y en qué momento, cómo eran sus prácticas y la forma en la que se ha transformado el consumo mediático.

La radio cumple un papel muy importante en la vida de estos personajes y la forma en la que se desarrollaba su vida cotidiana, un informante de la generación radio del ámbito urbano-rural explica cómo es esa radio que recuerda y que marcó su vida para siempre:

“Una radio muy bella, porque por la noche a partir de las 5:30 comenzaba a entrar interferencia; es más, hoy en día yo procuro encender la radio y no sintonizar bien, para recordar esa interferencia que tenía la radio en los pueblos a la misma hora que la ponían en mi casa”.

“Yo me vuelvo muy nostálgico como a las 5:30 de la tarde, siempre, es una hora en la que me da casi una crisis existencial, pero creo que es por eso, porque yo sabía que todo el mundo comenzaba a irse para sus casas y que comenzaba a irse el sonido de la radio”. Agrega.

Muchos de los informantes que pasaron toda o la mayoría de su vida en el campo, hacen referencia a que la radio era el “sonsonete” que siempre los acompañaba en los cafetales, los caminos de herradura, los potreros, o las casas, pues la radio, en la mayoría de las veredas, era la señal con mejor cobertura, la señal de la televisión no llegaba a muchas partes y si lo lograba, únicamente se veía RCN y Caracol. Así lo afirma un informante de la vereda Pueblo Rico de la generación radio: *“Aquí lo único que vemos es RCN y Caracol, nada más. Es lo único que dentro”.*

“Siempre se prendía la radio antes de la comida, porque a partir de las 4:30 o 5:00 que ya se reunía uno a comer. Se comía muy temprano, prendían la radio a esa hora y recuerdo una radio de aventuras para mí eso era un sueño”. Informante de la generación radio urbano-rural.

“Yo definiría todo eso de las radionovelas como la edad de la inocencia donde uno estaba buscando el mundo con lo que había. Esas eran cosas muy de niño”. Informante de la generación radio urbano-urbano.

La radio, tenía la capacidad de construir un ambiente más familiar, más hogareño, más íntimo, una práctica que permanecía en la cotidianidad del hogar y se convertía en un elemento fundamental para reunir a las familias en torno a algún programa que generaba, más allá de diversión, unión. Era más un referente de algo que además de entretener enseñaba y trascendía. Kalimán y Arandú por ejemplo, fueron unos programas que marcaron a muchas generaciones de la época y es un recuerdo latente en muchos de los informantes.

“En Pácora cuando iba de vacaciones, mi tía cosía y ella se escuchaba todas las radionovelas, en mi casa si acaso era al mediodía programas de humor, o programas de la

gente contar su historia, como *La doctora corazón*, *La ley contra el hampa*, *Kalimán*". Informante generación radio, ámbito urbano.

"Con las radionovelas era súper bacano porque con Kalimán por ejemplo, yo me lo imaginaba como un tipo fuerte, rudo, fortachón, además tenía una voz gruesa y el personaje que estaba detrás de Kalimán era Gaspar Ospina, que era bajito y feo gordo pero con una voz brutal, pero la mente tenía la oportunidad de trabajar. Yo me lo imaginaba en un entorno oscuro muy tenebroso. Ya cuando vi los comics de Kalimán dije "le pegué". Por ejemplo, 'La ley contra el hampa', es curioso cómo uno va empatando esas ideas, yo me imaginaba eso como un policía que iba recorriendo las calles y era más como una novela negra, novela francesa policiaca y era así", informante generación radio urbano- urbano.

"Finalizando la tarde se escuchaban las radionovelas que eran el top: Kalimán y el pequeño Solín, La ley contra el hampa, La venganza del hampa y un programa muy particular que se llamaba Solución a su problema, donde las personas enviaban unas cartas y solucionaban sus problemas", informante de la generación radio urbano- urbano.

La radio llegaba a ser compañía para las personas y una práctica de unión fuerte que marcaba la vida de sus consumidores. El hecho de cerrar una emisora o cambiar la programación era faltarle al respeto a los oyentes, así lo expresa una informante de la generación televisión, ámbito rural: *"...cuando cerraron la emisora que ya no se escuchaba acá, ahí donde quedaba la estación pusieron un corazón, se escuchaban los latidos de un corazón y todos no ya se va acabar que es esto tan horrible, eso lo pusieron como dos días y al tercer día sonaba el piii y ya no volvimos a escuchar radio activa, eso fue traumático, nos quedamos sin emisora"*

El acercamiento mediático también pasa por la consideración de los mensajes como entramados simbólicos (Hall, 1972) que articulan dichos significados para elaborar un sentido sobre lo representado, que en este caso es la región misma. Los sentidos propuestos en los mensajes que los medios circulan, son posteriormente apropiados por sus públicos o sus audiencias, produciéndose en dicha práctica de recepción, nuevos sentidos sobre lo referido (Morley, 1996).

Se lograba recrear la región en los programas de radio, creando un ambiente sonoro que da cuenta del espacio y su cultura tal como lo expresa una informante de generación radio del

ámbito urbano: *“Un programa radial que se llamaba por los caminos de Caldas, pero cuando Caldas era todavía la mariposa linda, hermosa, era pura música campesina y empezaban a cantar: Por los caminos de caldas / llegaron las esperanzas / de caucanos y vallunos... contaban de la zona cafetera, todo eso”*.

En muchos de los informantes también se pudo evidenciar un recuerdo marcado de la televisión como un acto social, esto debido a que anteriormente eran muy pocas las familias que podían acceder a uno, por lo que la casa de la familia donde estaba el televisor era el lugar de encuentro de vecinos del sector, era allí donde se reunían a horas puntuales para conversar sobre determinado programa y los personajes que estuvieran de moda en la época.

Un informante de la generación televisión, cuenta que: *“Cuando hubo televisión, mi casa fue uno de los primeros televisores que llegaron a blanco y negro entonces era la reunión en mi casa de todos los de la cuadra, los fines de semana iba mucha gente a mi casa a ver televisión, entonces ver televisión era un acto de no sentirse uno más que el otro, de compartir, mis amigos tocaban la puerta de mi casa para ir a ver televisión. La televisión nos unió mucho tanto en mi infancia como en mi juventud. Luego llegó la televisión a color, en La Merced el televisor de mi casa fue el tercero a color. Eso fue la sensación, ver la magia del verde, del rojo, del amarillo”*.

Pero la televisión no solo ha sido un elemento que logró construir prácticas sociales, sino que también ayudó a construir rutinas en torno a los espacios familiares como por ejemplo los horarios de comida en los hogares, ya que cuando empezaba determinado programa tanto en la televisión como en la radio, significaba que era hora de levantarse, desayunar, almorzar o comer.

“Veía muñequitos los sábados por la mañana, los Thundercats, el súper agente cobra, los ratones galácticos, Los Motorratones de marte, Mazinger Z, Die Apollon, Avengers, era una programación llena de dibujos animados japoneses, era lo que veía mi generación a esa edad, luego la programación se hizo mucho más variada con Nick, o Cartoon Network, era pura programación de Anime japonés”. Informante urbano-urbano generación radio.

Los medios de comunicación han demostrado tener un nivel de influencia tan alto en las sociedades, que el individuo basa sus creencias en lo que los medios le imponen y, a su vez, dichas narrativas mediáticas plantean una visión de mundo a sus audiencias que en la mayoría de los casos no es cuestionada y proponen “imágenes sobre la identidad de manera crítica y estable”

como bien lo menciona Solá Morales en su artículo *“Hacia una tipología de narrativas mediáticas identitarias”* (2013). Este concepto es similar al de “identidad mediática” propuesto por Víctor Sampedro (2004a, 137) y se refiere a aquellas imágenes o formas identitarias que son representadas en los medios de comunicación. (Solá-Morales, 2013 pg. 33).

Un informante de la generación radio del ámbito urbano rural cuenta algunas de las prácticas mediáticas que vivió y cómo se evidenciaban en su época relacionadas con las novelas y los personajes: *“Había parte de la comunicación basados en los medios de comunicación, como los medios de comunicación hacían parte de la persona así fuera algo ridículo, entonces ver a las señoras contando las novelas era un espectáculo, porque les daba rabia e interactuaban con los personajes. En los pueblos cuando empezaron a haber televisores hasta los hombres se sentaban a ver novelas, en los pueblos se evidenció mucho y era muy bello”*.

El individuo basa su experiencia con la televisión en sentirse identificado con x o y personaje, es una interacción más vacua, muy emocional, que termina uniendo cuerdas enteras en pro de una historia cotidiana, esto hace que varias personas se sientan identificadas con la vida de los personajes que aparecen en dichos relatos.

Para el caso específico se les preguntó a los informantes sobre tres series de televisión que son: “Sin tetas no hay paraíso”, “café con aroma de mujer” y “Las hermanitas calle”. Cada uno dio la percepción que tenía sobre los tres nombres mencionados, qué recordaba, por qué la veía o qué sensación le generaba:

“Café con aroma de mujer, Las hermanitas calle y Sin tetas no hay paraíso son tres arquetipos huevones e idiotas que corresponden a las necesidades de una sociedad de consumo pero que ninguna corresponde a la realidad de la mujer. A mí me parece que nosotros como cualquier otra región hemos creado unos estereotipos y esos estereotipos son muy vendibles por la fuerza de los personajes que se construyen alrededor de eso”, informante generación radio Urbano-urbano.

“Café con aroma de mujer me parece que logró los últimos estertores de oler a café de verdad. La vi y la goce. ¿Me sentí reflejado? no. Me la gocé que es diferente, tuvo unos baches grandes la novela en su producción, pero hubo cosas que se lograron como la tenacidad de la

mujer cafetera, el rompimiento de clases que en Colombia no se da, eso se ve reflejado ahí en una forma muy bella, muy pulcra y digna". Informante de la generación radio urbano-rural.

"No creo que exista una narración del eje cafetero en los medios, porque hoy en día los noticieros si bien tienen más cubrimiento en las regiones, nos muestran un país muy ciudadano y creo que el eje cafetero sigue teniendo una vocación muy rural, de gente que siembra café, plátano, maracuyá, naranja, con mucho verde, que tiene ciudades pujantes que están creciendo, pero eso no se narra, lo que nos narran es la referencia del paisa traqueto. Creo que ni siquiera alcanzamos a ser narrado, es más una referencia que los medios tienen". informante generación radio urbano-urbano.

"Café con aroma de mujer representaba mucho la región, esa la repitieron hace poco y me la vi y creo que sí muestran la región, la novela fue hecha en esas fincas cafeteras grandes del Quindío., pero se alejan un poco del campo al final. Yo no siento que estén mucho mis raíces en esa producción, creo que le falta vivir más la vida del campesino, ahí se ve mucha comodidad y el campesino no goza de todo eso, de todos los beneficios que se ven ahí, muestran todo en un mundo excelente y no es así", informante generación internet rural-rural.

En un par de relatos se coincidió en recordar de manera especial a Santiago Moure y Martín de Francisco presentadores, hoy, del programa televisivo La Tele Letal, recordados por su gran sinceridad y por traer a las pantallas un programa diferente, de crítica pero a la vez cómico, influenciando así a las personas con la identificación de estos dos personajes teniéndolos como referentes mediáticos que creaban un paisaje de un país que estaba en crisis.

En cuanto al internet, no cabe la menor duda de que ha sido la herramienta que más ha transformado el mundo moderno y las prácticas para desarrollar acciones cotidianas. En los relatos de los informantes que pertenecen a esta generación, se evidenció una experiencia de vida permeada por las nuevas tecnologías y las redes sociales.

Informante de la generación internet del ámbito urbano-urbano *"Yo usaba todo el día el computador y no dejaba que mis hermanas lo usaran, todo el día yo estaba en el computador, así hiciera otras cosas dejaba mi cuenta de Messenger abierta y hacia otras cosas iba respondía los mensajes, pero mantenía en Messenger y Facebook todo el día"*.

“Nunca he sentido la necesidad del internet. Yo tengo Facebook y WhatsApp, pero casi no los utilizo porque en el campo eso casi no se necesita. De vez en cuando miro eso”.
Informante de la generación internet ámbito rural- rural.

La generación internet está ligada a esta herramienta, casi que podría considerarse una extensión de esta generación, el mundo moderno, que tiende a depender de las comunicaciones virtuales se lo implica.

El internet pierde mucha fuerza en la zona rural porque la vida en el campo demanda otras necesidades, otros ritmos de vida. El informante que creció en un mundo urbano rodeado de tecnología siente la necesidad de estar siempre conectado al internet, porque se acostumbró a tener una vida llena de comunicación continua e inmediata, de constante interacción con el otro a través de las redes sociales y de un acceso a la información desenfrenado. Mientras que para el informante que creció en medio de las labores del campo, del verde de las montañas y el olor de los cafetales el internet no es prioridad y nunca lo será, ya que centra su vida en otro tipo de prácticas que no necesitan del internet para ser llevadas a cabo.

Conclusiones

Acontecimientos

En la generación internet los acontecimientos o experiencias de los informantes se basan en infancias tranquilas. Existe un contacto cercano con el campo, no necesariamente con fincas cafeteras, pero sí con fincas ganaderas, espacios verdes muy amplios y experiencias en familia, frutales y juegos en el campo.

La presencia del internet es ineludible en esta generación, debido a que crecieron en medio de un ambiente cercano a la tecnología que crea la necesidad de estar siempre en contacto con esta herramienta. Todos los informantes de esta generación y ámbito dicen haber tenido un contacto constante con el internet a partir de las redes sociales que se utilizaban en el momento como Hi5, Messenger o Facebook.

Varias de sus experiencias están mediadas por estas herramientas de comunicación,

puesto que fue por ahí que empezaron a construir sus primeras relaciones con otras personas que no fueran necesariamente de su familia y es una práctica que demuestra tener un valor simbólico muy alto en la vida de los millennials.

Es una generación que centra su desarrollo en el internet, para la época de colegio e incluso los juegos hacían uso de internet. En esta generación pierden valor las comitivas. Hacen referencia a que las fechas en familia no son como cuentan sus abuelos.

“En efecto, las culturas juveniles emergentes exploran el planeta y toda la historia de la humanidad, componiendo hipertextos de orígenes muy diversos (mezclando la cultura rap de los guetos estadounidenses con música electrónica creada en el Extremo Oriente)”. (Feixa 2000 P. 88).

Esta generación tiene prácticas y una línea de vida que ha sido inculcada que se convierten en hábitos naturales para ellos porque lo ven día a día, como por ejemplo ir a un colegio, una universidad y después tener un empleo, para las personas del ámbito rural esto no es tan marcado, ellos están concentrados en trabajar y ayudar a su familia en la producción de la tierra, el estudio y su carrera universitaria pasa a un segundo plano sin decir que en algún momento no piensan en ella y en progresar.

En el ámbito rural, las experiencias están completamente permeadas por el campo. Se evidencia que los informantes tienen conocimiento sobre las labores del campo y las practican desde edades tempranas y es muy normal que los niños empiecen a trabajar ayudando a su padre en el caso de los hombres y a su madre en el caso de las mujeres. En este ámbito rural, se evidencia que el trabajo de campo trasciende de una generación a otra, así, cuando el padre está viejo o muere, el hijo toma su lugar y empieza a desarrollar su vida alrededor de esos conocimientos que adquirió a lo largo de su vida transmitidos por el padre.

En este ámbito el internet pierde poder, puesto que para los informantes que desarrollaron su vida totalmente alrededor de las labores del campo esta herramienta no es algo fundamental en el día a día. Muestran incluso, cierto grado de desidia cuando hablan del internet, dando a

entender que les da casi lo mismo si cuentan con la herramienta o no. Esta generación del ámbito rural tuvo una aparición un poco tardía del internet, puesto que, al no encontrarse en ciudades o pueblos, acceder a la señal de internet era mucho más complicado.

En la generación de televisión se habla mucho de experiencias familiares, paseos, salidas al río, como tienen familias numerosas la reunión en las fechas especiales a celebrar no podían faltar, un diciembre, un cumpleaños o algún acontecimiento especial. Se habla de casas grandes y generosas, con habitaciones amplias y casas de varios pisos.

Debido a la cercanía de las familias y el número de integrantes en ella, esto puede ser un factor que incide en la creación de familia de todas las personas de esta generación, la mayoría de informantes visualizó desde su niñez conformar una familia en edades entre los 20 o los 22 años.

La infancia para esta generación fue un momento muy especial, de muchos recuerdos, evocan los juegos que se realizaban, recuerdan que eran en las calles de los barrios, las cuadras, los andenes, incluso en potreros o lotes vacíos cercanos a su hogar. De alguna manera su infancia también fue marcada por el campo, muchos de ellos vivieron la migración de los pueblos, donde estaba su finca y su parcela, a las grandes ciudades donde el ritmo de vida cambiaba drásticamente. En el ámbito rural se habla mucho de los juegos en cascadas, en los árboles, frutales, o naranjos.

En los informantes de la generación radio las actividades estaban muy ligadas al campo, siempre se tenía una relación directa. La vida, la cultura y los hábitos campesinos que distinguen a la región cafetera provienen de esta generación, ellos fueron quienes lograron que la región fuera reconocida por la producción de café, las tierras fértiles, la producción agrícola.

Las comitivas son otra práctica que sale a relucir en los relatos de esta generación como espacios de compartir, de hablar y jugar sanamente, momentos que a través del tiempo se van dejando a un lado y se empiezan a tomar relevancia otras prácticas que van más ligadas a las prácticas digitales y se ha perdido el hábito de compartir con el otro frente a frente, hoy en día la

interacción con el otro está mediada por una pantalla y es uno de los paisajes que más se ha transformado en los tiempos modernos.

Entendiendo cómo funcionan todos los hábitos o acontecimientos que se realizan en la región cafetera a través del tiempo y en diferentes generaciones, se da a conocer la manera en la que evolucionan las costumbres y acciones cotidianas; sin embargo, es de rescatar que las tradiciones más arraigadas a las familias cafeteras se mantienen en el tiempo, con algunos cambios, pero es evidente que la cultura cafetera sigue arraigada en la vida de cada habitante de la región y cada uno la recuerda desde su experiencia, además tiene una carga simbólica significativa para los informantes, ya que independientemente de la poca o mucha relación que tuvieron con el campo, su vida siempre tuvo una experiencia relacionada con este lugar.

Espacios

La ciudad es un eje central en la generación internet, independientemente de si el informante vive en zona rural hay cierto interés en migrar hacia las ciudades ya sea por entretenimiento, necesidad de trabajo o estudio.

Esta generación es de espacios muy urbanos, se habla de apartamentos o casa pequeñas familias divididas donde el padre deja de ser una ficha importante y aparece la mujer valiente, “verraca”, echada para delante que se rebusca la vida para darle futuro a su hijo. En el ámbito rural se mantiene ese espacio de las casas grandes y generosas de corredores grandes y solares donde se realiza el secado de café. Esta generación no valora tanto la riqueza del paisaje, porque vive en él, lo habita, lo tiene. Se añora algo que nunca se tuvo.

“No sólo el tiempo construye socialmente lo juvenil; también la juventud construye socialmente el tiempo, en la medida en que modela, readapta y proyecta nuevas modalidades de vivencia temporal”. (Feixa 2000, p. 89).

En la generación televisión es importante la casa o la calle como lugar de encuentro con los vecinos. Se habla mucho de visitas numerosas con los vecinos. Esta generación también hace

referencia a las fincas y las montañas, casas con espacios grandes y corredores amplios en veredas. Existe un sentimiento generalizado de recuerdo por la televisión como acto social, esta práctica evidentemente desapareció, ya que hoy en día hay un televisor para cada integrante de la casa, lo que fragmenta esa unión, en épocas anteriores solo había un televisor en la casa y en muy pocas familias, por tal motivo todos permanecían unidos para ver el mismo programa.

En la generación radio toma relevancia la arquitectura de los pueblos y su idiosincrasia. El parque central se convierte en un lugar importante porque era el espacio público donde se reunía la gente a conversar, a intercambiar visiones de mundo, se habla de un espacio abierto a las ideas y a la cultura.

Siguen teniendo importancia las casas grandes con patios muy espaciosos como en la anterior generación, a veces se criaban gallinas, pollos o cerdos en las casas de esas familias, en la actualidad eso no es muy común, es una práctica que se ha transformado.

En el ámbito rural prevalecen los cafetales como el lugar principal del informante, ya que era el espacio donde pasaban la mayor parte del tiempo y con el que construían experiencia diariamente, es su lugar de trabajo y en el que se encuentra inmerso su hogar. Es a partir de ese espacio donde el individuo se construye y se transforma.

Los potreros o los terrenos vacíos hacen parte de los lugares significativos de los informantes de ámbitos urbanas, los utilizados para jugar en su infancia eran espacios valorados. Son momentos únicos que marcan recuerdos importantes en la vida de los informantes y los traen a sus mentes como espacios que en la actualidad un niño no encontrará tan fácil y su infancia ya no será para disfrutar en la tierra, la naturaleza, el campo, ya que son espacios que han sido reemplazados por los centros comerciales o los parques de diversiones.

Los paisajes que se apreciaban desde los pueblos hacia sus alrededores estaban enmarcados por el verde característico de la región, sin embargo, son espacios que se han desdibujado debido a la urbanización de los pueblos en los últimos años.

Personajes

En la generación de internet el significado de familia (*padre, madre, hijo*) ya no es tan importante como en las otras dos generaciones. Aquí el núcleo familiar muchas veces es la madre y la presencia de una figura masculina en el hogar ya no es indispensable.

En las otras dos generaciones (*radio y televisión*) la figura masculina permanece en todas las familias y es quien da las órdenes del hogar, es el norte de la familia.

En la generación radio el trabajo del hombre como fuente principal de ingreso económico es una de las prácticas más comunes de esta generación. También es común en el ámbito rural que los niños se salían de estudiar para trabajar en el campo, cosa que en el ámbito urbano no pasaba. En cuanto a las mujeres, ellas estaban destinadas a cuidar de su familia y velar por el bienestar del hogar, las niñas no pensaban en un futuro trabajando, simplemente esperaban ser mayores de edad para conseguir un esposo y empezar a conformar su hogar.

Hay una diferencia en la educación entre las generaciones. Los informantes de televisión y radio hablan de educaciones muy estrictas, donde los profesores utilizaban una regla para pegarles si no hacían la tarea, no daban la lección o se portaban mal. En cambio, los informantes que hacen parte de la generación de internet tienen un discurso más tranquilo en este ámbito, una educación que, si bien no es mala, ha dejado de lado ese tipo de comportamientos por parte de los docentes, a su vez, esto genera una transformación en la forma de crianza, ya que antes se le tenía mucho respeto a los maestros por esta misma razón, actualmente, ese respeto por el maestro no se basa en una figura de poder, sino en una figura de conocimiento y de respeto por el saber.

En algunos de los relatos de las tres generaciones se tocan temas relacionados con el narcotráfico, las personas que se dedicaban a estos negocios eran conocidas en los pueblos por su estatus, además brindaban ayudas económicas a algunas personas consiguiendo el control total sobre ellos. El territorio cafetero tuvo una época de violencia muy marcada que afectó a muchos cafeteros, en cuanto a la extorsión, erradicación de sus cultivos y desplazamientos. En algunas veredas también se presentaban asesinatos diariamente, esto modificó el estilo de vida de los

habitantes de la zona, ya que, a partir de cierta hora de la noche, nadie podía estar fuera de su casa, se escuchaban motos que pasaban a altas velocidades por las carreteras sin pavimento de las veredas, haciendo disparos al aire, lo que obligaba a las personas a realizar todas sus actividades antes de que cayera la noche. Esto es algo que también modificó el paisaje actual del territorio.

Prácticas Mediáticas

Sin duda la generación de internet está ligada a las nuevas tecnologías, es por eso que las prácticas de esta generación están influenciadas por las redes sociales como H5, Messenger, Facebook y WhatsApp. La mayoría de estos informantes conocen estas herramientas desde edades muy tempranas y desarrollaron su vida creando cierta necesidad de ellas. La mayoría de los informantes de esta generación necesita un contacto constante con el internet para poder desarrollar sus labores diarias.

“El uso recurrente de la telefonía móvil por parte de los jóvenes es un ejemplo de esta temporalidad virtual, pues añade flexibilidad a las conexiones personales y crea vínculos sociales sin que sea preciso el contacto físico inmediato.” (Feixa 2000, p. 88).

Las prácticas mediáticas de la generación televisión tienen un valor social muy significativo, ya que ver televisión era visto como un acto social que reunía a todos los vecinos de la cuadra para ver una novela o una serie. Los informantes daban valor a estas narrativas mediáticas de antes porque, lograban identificarse con los personajes y generaban un diálogo a partir de esas historias, su cotidianidad se veía reflejada en ellas, era así más fácil lograr una mayor afinidad por estos medios.

Esta visión se ha transformado un poco con la llegada de algunas producciones de la televisión Nacional, pues muchos de los informantes consideraron no sentirse identificados con producciones como “Café con Aroma de Mujer” que relata el paisaje cafetero y su cultura a través de un lenguaje muy cercano a los habitantes de la zona, ya que a pesar de que evoca en ocasiones la cultura cafetera, los informantes aseguraron que la vida en el campo no es tan

‘perfecta’ como la muestran allí, con fincas tan lindas y cosechas siempre tan estables.

Informantes de la generación radio coincidieron incluso en que los medios ni siquiera alcanzan a narrar verdaderamente lo que es la cultura cafetera. Se muestra lo lindo y lo que de alguna manera puede llamar la atención, pero la lucha que hay detrás y todo el trabajo que se tiene para que ese paisaje cultural salga a florecer y mostrarse ante el mundo no es tomado en cuenta, hay una historia y unas culturas y costumbres arraigadas que son las que permiten que este paisaje se dé a conocer.

“Ser paisa es un orgullo frente a que hay una concepción de vida alrededor del valor del individuo, pero también hay una lectura muy peligrosa porque se cree que por darle la posibilidad al individuo de ser y de lograr las cosas cualquier camino es posible, ‘el fin justifica los medios’. Pasar por encima de cualquiera como se ha hecho en los últimos años a través de ese modelo paisa que ha manejado el país” Informante de la generación radio urbano-urbano.

“El ser paisa es muchas cosas, es tener un sentido de pertenencia frente a una cultura del café y qué significa el café como el motor de desarrollo de un país. excluyente también claro, si bien hay unas tradiciones interesantes, hay unos lugares muy bellos, una iconografía que hay que salvar... me parece que esta región se ha ido ahogado y ha ido perdiendo posibilidad de credibilidad y se ha ido agotando en cuanto a que lo importante sería poder reinventarnos, pero eso no ha pasado en ningún momento. Nos hemos repetido, esta región se repite y esos ciclos de repetición son los que llevan a que pase lo que está pasando. Nos estamos asfixiando. Así de duro me parece”. Informante de la generación radio Urbano-urbano.

La diversidad que caracteriza a esta zona ha llevado a comercializar el paisaje y la región, los medios de comunicación toman todos estos elementos del eje cafetero, que por sí solos cuentan historias y los adecuan narrativamente para producir contenidos que llevan al espectador a otras realidades.

Hay ciertos estereotipos que no se han eliminado y siguen estigmatizando los lugares y los personajes de la región. La representación de los comportamientos y expresiones se salen de

lo natural, es ahí donde se transmite un mensaje erróneo y los habitantes pueden llegar a sentir que su cultura y tradición son vulneradas.

De una manera más determinante se podría decir que los medios crean o configuran narrativas mediáticas identitarias o relatos identitarios que tienden a la repetición y que condicionan la manera de percibir el mundo compartido y las diferentes categorías identitarias (Sola-Morales, S. 2013, p 302).

Como consecuencia de la realidad vivida a lo largo de la historia que se hace evidente por medio de los relatos de todas las generaciones y ámbitos presentes en esta investigación, se puede concluir que es coherente la construcción de paisaje que se tiene sobre este territorio y la forma en la que sus habitantes se han apropiado de esos paisajes; los informantes hacen parte de ese paisaje porque lo habitan y comprenden la reconstrucción mediática que se tiene sobre ellos porque entienden la forma en la que son reconocidos en otros lugares.

La transformación mediática que se hace de los paisajes cafeteros, logra narrar de cierto modo la restauración del paisaje y la manera como el individuo se reinventa a partir de sus experiencias en y con el territorio. Estos cambios fueron evidentes en el análisis realizado. Los habitantes de las zonas rurales ya no son los campesinos que se tienen en el imaginario de las personas con carriel, poncho, sombrero y alpargatas; este estereotipo si bien, no ha dejado de existir, sí se ha modificado, los hijos o nietos de esas generaciones están llegando a las ciudades a educarse, en busca de oportunidades laborales, pero sin abandonar sus raíces.

Indudablemente la tecnología y especialmente el internet, es una herramienta que ha incidido mucho en la transformación del paisaje, en tanto que, las prácticas cotidianas del campesino se han reajustado a estas prácticas modernas. El campesino ya no está tan alejado de los temas de ciudad, ya que esta herramienta le permite un acceso rápido a la información. Si bien el internet no es una práctica tan poderosa en el campo, sí es utilizada actualmente por muchos de sus pobladores porque es algo que les ‘facilita’ la vida.

El individuo experimenta transformaciones a lo largo de su paso por el territorio y uno de

los ejemplos más representativos se encontró en la generación internet.

El acceso masivo a la información que tiene esta generación de los llamados millennials da un giro significativo en los personajes del ámbito rural. El internet hace que las sociedades ya no estén sumergidas en su realidad y dejen de verla como una única realidad posible. En el campo estas nuevas prácticas se ven reflejadas en la modificación del individuo, específicamente y de manera más notoria, en su forma de vestir, pues las nuevas generaciones no conservan la tradición del vestuario de antes, tan característico de la zona, sino que se han influenciado por las nuevas representaciones estéticas que les proporciona el consumo mediático, lo que produce una reconstrucción en el individuo y una transformación en el paisaje habitado por él.

“El consumo de bienes audiovisuales –en particular el protagonizado por jóvenes- es seguramente el sector del mercado que más claramente refleja estas tendencias de cambio. Tendencias todavía difusas, ambiguas y contradictorias, pero en las que quizá podemos ver expuestas, como en los relojes deformes que pintó Dalí, esbozos de tiempos futuros”. (Feixa, 2000, p. 90).

La tierra también ha sufrido una transformación en sí misma, los cultivos ya no son tan fértiles y las riquezas de los suelos han desmejorado con el tiempo. Anteriormente los pesticidas, fertilizantes y productos externos no eran necesarios para tener una buena cosecha, hoy en día sin estas ayudas es muy complicado sacar adelante los cultivos. Esa tierra fértil y próspera que también se hace evidente en el imaginario colectivo de los habitantes pierde fuerza al conocer de cerca lo que se vive detrás de la producción actualmente.

La tierra es la extensión del cuerpo, este puede modificarse a través del tiempo como el terreno que se transforma en pro de sus necesidades para no desdibujarse, como lo hicieron nuestros ancestros hace décadas, que con machete y pujanza transformaron una extensión verde en el paraíso que hoy sigue presente en los imaginarios sociales de sus habitantes y al que nunca dejarán de desear, porque: “sin importar qué tan urbana sea nuestra vida, nuestros cuerpos vienen de la agricultura; nosotros venimos de la tierra y retornamos a ella y es así que existimos en la agricultura tanto como existimos en nuestra propia carne”(Wendell. B, 2002, p.93).

Referencias bibliográficas

- Albet i Mas, A. (2002). ¿Regiones singulares y regiones sin lugares? Reconsiderando el estudio de lo regional y lo local en el contexto de la geografía postmoderna. En: Boletín de la A.G.E. No. 32: 35-52
- Berry, W. (2002). The art of the commonplace. Artículo de revista
<https://books.google.es/books?id=K5j43sEr6xAC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Canclini, N. (2002). Culturas Populares en el capitalismo. México: Grijalbo.
- Feixa, C. (2000), GENERACIÓN @ LA JUVENTUD EN LA ERA DIGITAL. En *Nómadas*, 13, 75-91. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105115264007>, ISSN 0121-7550
- Gimenez, G. (2005). Territorio e Identidad. Breve introducción a la geografía cultural. En: Trayectorias, Vol VII, núm. 17, enero-abril: 8-24.
- Gómez, P. (2001). Imaginarios sociales y análisis semiótico. Una aproximación a la construcción narrativa de la realidad. Cuadernos No 17, FHYCS, Universidad Nacional de Jujuy, 200
- Guhl, A. (2009). Café y cambio de paisaje en Colombia, 1970-2005.
- Hall, S. (1972). Encoding/decoding. En: Culture, media language. Working Papers in Cultural Studies. Londres: Hutchinson: 128-138.

- Millán, R., & Burgos, J., (2017). Los otros paisajes mediáticos de la región cafetera: Narrativas mediáticas del Eje Cafetero colombiano en series televisivas de ficción. En la *DTI 05, Comunicación e identidades culturales*. Conferencia llevada a cabo en el XV Congreso IBERCOM Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Católica Portuguesa, Lisboa.
- Ministerio de Cultura de Colombia (2011). Paisaje Cultural Cafetero. Un paisaje cultural productivo en permanente desarrollo. Bogotá: Nomos Impresiones.
- Morley, D. (1996). Televisión, audiencias y estudios culturales. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Nogué, J. San Eugenio Vela, J (2011). La dimensión comunicativa del paisaje. Una propuesta teórica y aplicada.
- Nogueira, L. (2005). ¿En qué espacio habitamos los hombres? En: Revista de Estudios Sociales No. 22 diciembre: 89-98
- Oporto, G., & Aguilar, M (2014) Estudio de identidad territorial.
<https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/Estudio-de-identidad-territorial-informe-final-septiembre-de-2014.pdf>
- Pintos, J. L. (2005). Comunicación, construcción de la realidad e imaginarios sociales. Scielo.
- Ramos, C. (1995). Los medios de comunicación, agentes constructores de lo real.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas*. Barcelona: Gedisa S.A
- Requillo, R., (1992) La Ciudad es el campo una contradicción llena de sentido. *Comunicación y sociedad, Vol., 14 – 15, p. 143-157*

Sola Morales, S. (2013). Hacia una tipología de narrativas mediáticas identitarias. *Sphera Publica*, (2), 13, 30-48

Sola-Morales, S., (2014). La construcción narrativa de la realidad cotidiana. Una revisión desde los media frames. *Doxa Comunicación : revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*. ISSN 1696-019X n. XVIII, 2014, pp 121-140

Sola-Morales, S., (2016). Comunicación mediática y procesos de identificación: una construcción dramática y ritual. *Athenea Digital*, 16(2), 247-269. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/athenea.1448>

Sunkel, G. (2006 coord.) *El Consumo Cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Zillmann, J. B. (1997). *Los efectos de los medios de comunicación investigaciones y teorías*. 139.