

**Imaginarios contruidos a partir de los contenidos emitidos en
radio, televisión e internet sobre el paisaje cafetero.**

Pablo Andrés Guerrero Gómez

Asistente de Investigación

Richard Millán

Tutor

Universidad de Manizales

Imaginarios contruidos a partir de los contenidos emitidos en radio, televisión e internet sobre el paisaje cafetero.

Pablo Andrés Guerrero Gómez

Universidad de Manizales

Resumen

Los medios de comunicación sostienen un rol cada vez más potente en la construcción del pensamiento social y, además, influyen en la constitución mental que se puede llegar a tener sobre el paisaje emergido en alguna región en particular. Desde los contenidos emitidos en los diferentes medios con el paso de los años, como la radio, la televisión e internet, se logra determinar su influencia a la hora de construir imaginarios a partir de las prácticas mediáticas que puedan tener los habitantes del Eje Cafetero, pertenecientes a zonas urbanas y rurales, en un análisis de sus propios relatos, y cómo pueden variar según las experiencias con los medios que evocan al territorio. Este artículo estudió los relatos para determinar, a partir del consumo de contenidos mediáticos, los imaginarios que se construyen frente al paisaje cafetero.

Summary

The media hold an increasingly powerful role in the construction of social thought and, in addition, influence the mental constitution that can be achieved on the landscape emerged in a particular region. From the contents broadcast in different media over the years, such as radio, television and internet, it is possible to determine their influence when constructing imaginaries based on media practices that the inhabitants of the Eje Cafetero may have, belonging to urban and rural areas, in an analysis of their own stories, and how they can vary according to experiences with the media that evoke the territory. This article studied the imaginaries of coffee landscape that are constructed from the consumption of media contents.

Palabras clave

Imaginarios, eje cafetero, relatos, territorio, paisaje cafetero, medios de comunicación, experiencias.

Keywords

Imaginary, story, territory, coffee landscape, media, experiences, eje cafetero.

Introducción

Este artículo está dirigido a plantear, de manera concisa y clara, los imaginarios que se crean en las personas que, además, ocupan el papel de actores y de audiencia en una sociedad que, en diferentes dinámicas, se ve reflejada en los medios de comunicación y su línea temporal.

La construcción de este trabajo, se encuentra constituida a partir de tres emisores de contenidos: Radio, Televisión e Internet, esto con el fin de abarcar públicos de diferentes edades y que así mismo cobijen a aquellos que habitan en diferentes espacios geográficos, establecidos como sector rural y sector urbano, para analizar cómo se consigue en ellos la reconstrucción mental del paisaje cafetero.

Los medios aterrizan en la realidad como un ente de persuasión a través del mensaje emitido en sus contenidos a las masas, pues “la comunicación, como un recurso legitimador del poder, adquiere un valor superlativo en las sociedades contemporáneas con el auge de las tecnologías de la información, la masificación urbana y la tecnificación de los procesos de *objetivación* de la opinión pública y el bien común” (Cárdenas, 2015). Entonces, en ese mismo sentido, es importante hacer énfasis en que “el manejo de la información por parte de los actores involucrados y la forma en cómo los medios presenten la información influye directamente en la construcción de actitudes de la ciudadanía frente al proceso y en el posible respaldo y legitimación social de los acuerdos y las consecuencias políticas, económicas y sociales” (Cárdenas, 2015).

Este artículo germina del trabajo realizado en la investigación “*La mediación de los relatos mediáticos en las formas de habitar el territorio en los pobladores en la región del Eje Cafetero*”, que se enfocó en analizar y fundamentar las formas en que los relatos mediáticos sobre la región cafetera son absorbidos por los habitantes de esta misma zona, donde ellos, por medio de su narrativa, relataron también de forma simbólica el territorio en el que viven.

Es de suma importancia rescatar estos relatos para conseguir un análisis de las vivencias de los habitantes que construyen su cotidianidad en las zonas ya mencionadas, y quienes en este artículo servirán como fuentes para indagar sobre cómo captan los mensajes emitidos en los contenidos consumidos para reconstruir el paisaje cafetero a partir de imaginarios. Asimismo, para alcanzar el objetivo y lograr determinar los imaginarios que se construyen en estas personas partiendo del contenido que consumieron, hay que hacer énfasis en los medios que vamos a tratar y están fuertemente ligados a su edad.

Ahora bien, es necesario revisar cómo actúan los contenidos emitidos en la percepción que pueden tener las audiencias al recibirlos y mecanizarlos, por ello es pertinente resaltar que, como lo dice Cabrera (2004, p.7), “*imaginario* no es ‘imagen’, sino condición de posibilidad y existencia para que una imagen sea ‘imagen de’, y porque no ‘denota’ nada y lo ‘connota’ todo, no puede ser captado de manera directa sino de manera derivada, como el centro invisible de lo real-racional-simbólico que constituye toda sociedad y que se hace presente en la conducta efectiva de los pueblos y de los individuos”.

Desarrollo Metodológico

Este artículo nace de la investigación “*La mediación de los relatos mediáticos en las formas de habitar el territorio en los pobladores en la región del Eje Cafetero*”, que realizan el Observatorio de Medios y Opinión de la Universidad de Manizales y la Universidad Católica de Pereira, y tiene como objetivo determinar los imaginarios que se construyen a partir de los contenidos emitidos en radio, televisión e internet sobre el paisaje cafetero, sin embargo, tiene en su constitución tres aristas fundamentales para la consecución del mismo: Primero, sistematizar los relatos de los habitantes de contextos rurales y urbanos sobre su experiencia con los medios frente al paisaje cafetero; segundo, analizar los relatos de los habitantes de estos contextos sobre su experiencia con los medios frente al paisaje cafetero; y tercero, establecer las experiencias de los habitantes frente al paisaje cafetero según los medios consumidos.

De esta forma, se realiza un estudio documental, analítico, de tipo cualitativo, del que se tomaron estos relatos de habitantes de contextos rurales y urbanos de diferente edad, quienes, por este aspecto, están fuertemente ligados al medio de comunicación que consumían, para así abrir paso al análisis las relaciones que se presentan para establecer los imaginarios sobre el paisaje cafetero.

Para elegir estos habitantes, que cumplen el papel de fuentes para el desarrollo de este artículo, se tuvo un criterio generacional acorde a características puntuales: personas de tres generaciones con una distinción marcada por la edad, y enlazadas con un medio de

comunicación perteneciente a su tiempo (Solá-Morales, 2015 p. 206), y se dividió así:

- 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 y 55 años tienen actualmente.
- Generación de internet: Desde el año 1996 en adelante. De 18 a 22 años actualmente.

Para alcanzar los objetivos de análisis, se tomaron como muestra para estudiar a 12 personas del total. Para seleccionar las personas adecuadas, primero se tuvo en cuenta los contextos y sectores donde viven y donde ejercen labores de trabajo, como se mencionó inicialmente, puntualizando en el ámbito rural y el ámbito urbano. Con esta base, se realizaron cuestionarios de caracterización que otorgaron información sobre las diferentes prácticas mediáticas y, por otro lado, expuso la cercanía con el Eje Cafetero y su cultura con características representativas del mismo, como lugares, paisajes y sucesos. Es importante entonces, precisar que, como lo afirma Solá-Morales (2015):

“[...] el análisis de los relatos que narran los entrevistados como receptores o el análisis descriptivo que se hace desde un punto de vista científico de una situación de recepción determinada solo tiene utilidad en la medida que nos acerca a las razones y los motivos (p. 205)

[...]"

De esta forma, para lograr la recolección de los relatos de cada una de las fuentes, se realizaron tres encuentros: El primero brindó insumos para generar un *relato nuclear*, momento en el que se obtuvo información a partir de una narración completa de la historia de vida de cada uno de ellos, que abarcó un recorrido que inició en su infancia y concluyó en el presente; el segundo encuentro se enfocó en resaltar puntos clave para la consecución de información faltante en el primer relato, que además ofrecía un acercamiento al consumo de medios; el tercero aterrizó ítems puntuales que entregó un insumo faltante sobre las experiencias de estas fuentes y/o habitantes frente al paisaje cafetero y acercarse a los imaginarios construidos, pues debe entenderse que “las narrativas mediáticas son consideradas la base de inspiración para la construcción de los relatos vitales y, por tanto, otorgan sentidos clave para la interacción entre individuos y grupos” (Solá-Morales, 2015 p. 203).

Posteriormente, estos relatos se unificaron para construir uno solo que permitiera un insumo informativo completo de cada una de las fuentes. En este punto, fue necesario realizar un cuadro de sistematización que generó un acercamiento más puntual a varios aspectos de la vida de la fuente, resaltando los sucesos en orden cronológico su vida y donde se pudo determinar dentro del relato dos categorías que reúnen la información que lograrían hacer énfasis en la experiencia de las fuentes de contextos rurales y urbanos con los medios frente al paisaje cafetero: *Prácticas Mediáticas y Relatos Mediáticos del Paisaje presente en sus vidas*. Este relacionamiento parte de una perspectiva clave, y es que “los elementos biográficos que los informantes presentan sobre sus relaciones con los medios de comunicación –sean estos de carácter psíquico (sentimientos,

emociones, creencias, percepciones...) o de carácter social (normas, valores, usos, hábitos...)– son de gran relevancia para entender los efectos de los medios” (Solá-Morales, 2015 p. 204).

En *Prácticas Mediáticas* se presentaron todas y cada una de las experiencias que tuvieron frente a los diferentes medios de comunicación y los contenidos que consumían, esto en el mismo orden de ideas que se plantea según al contexto en el que se ha desenvuelto la fuente y también la edad que tiene. Se categoriza cada uno de los acercamientos que ha tenido la persona con cualquier dinámica de relacionamiento frente a medios de comunicación o herramientas de consumo de contenidos.

En *Relatos Mediáticos del Paisaje presente en sus vidas* se realizó una categorización más enfatizada a los escenarios en los que el paisaje representativo del Eje Cafetero se hizo presente en sus experiencias con los medios de comunicación con el paso de los años según el relato que otorgaron las fuentes.

Resultados

Para lograr un adecuado análisis de los relatos, primero hay que tener en cuenta que con el pasar de los años y, principalmente, con la llegada de las nuevas tecnologías, los medios de

comunicación empiezan a jugar papeles importantes en la creación de imaginarios según sus contenidos, ya que el acto comunicativo es uno de los fenómenos que definen a la sociedad humana y caracteriza las dimensiones ética, política y estética en la esfera de la interacción y la dinámica comunitaria (Londoño, Vélez y Cardona, 2015).

Sin embargo, es necesario tener en cuenta que la cultura aquí entra como un actor que influye, pues opera como elemento de adhesión e identificación – léase identidad – pero solo en la medida en que su variedad sea respetada y pueda manifestarse libremente, no obstante, no hay que olvidar que existe una distinción y aquí aparece un concepto de identidad, que Solá-Morales define como “una construcción narrativa y comunicativa que se encuentra determinada por la cultura o el marco en el que el sujeto se inserta” (2015, p. 213), y se ve representado en términos de identidad cultural, que es dinámica y cambiante, debido a que permanentemente adopta, adapta, excluye, incorpora y modifica elementos culturales (Casas, 1998), esto para lograr comprender cómo se pueden construir imaginarios a partir de un paisaje cafetero que está arraigado a una identidad cambiante en las distintas generaciones.

En este punto, se rescatan las categorías que se utilizaron en la sistematización de los relatos de las fuentes que albergan la información correspondiente a la experiencia con los medios y cómo lograban acercarse al paisaje cafetero por medio de ellos (*Prácticas Mediáticas y Relatos Mediáticos del Paisaje presentes en sus vidas*). En el rastreo que se desarrolló de los relatos se encuentran unas constantes, que a continuación se mostrarán paso a paso.

En primer lugar, hay un enfoque dirigido a lo expuesto frente al medio de comunicación más antiguo, analizado en este estudio, entre los que se plantean en el artículo: la radio. Estos son los testimonios que se presentan frente a éste:

“Cuando Caldas era todavía la mariposa linda, hermosa, era pura música campesina. Contaban de la zona cafetera que cuando era el Gran Caldas, que estaban unidos los tres departamentos que se separaron. En Por los caminos de Caldas tocaban bambucos, hablaban del café. Los medios mostraban a Manizales y sus alrededores a forma de poesía y por medio de canciones”, (relato de fuente de contexto urbano con labores del ámbito urbano; 2018).

“La gente tenía otra cultura y es que era muy radioescucha, tenía una dependencia. Lo del tema del paisaje cafetero lo miran más desde afuera, nosotros nunca nos dimos cuenta, ahora es que se habla y tratan de incursionar eso. Es más de nombre, porque en realidad la gente del común no se da por entendida y no la siente, y no siente que eso sea importante para ellos por una razón, porque no les está llegando nada, ni las mejores condiciones de vida, ni en general la infraestructura, que necesitaría para posicionar el paisaje cafetero”, (relato de fuente que vive en contexto rural y realiza labores en el ámbito rural; 2018).

En rigor los mensajes mediáticos están reconstruidos del consenso social en la complejidad de las sociedades, en la que conviven objetivos y praxis ampliamente heterogéneas (Riffo, 2016), y en este punto es claro cómo la radio actuaba en una sociedad cuya generación creció y que enmarcó su realidad en los contenidos producidos por este medio. Culturalmente, las personas

creaban imaginarios sociales, que se establecen como condiciones de posibilidad y representabilidad y, por ello, de existencia de la sociedad (Cabrera, 2004), según lo ofrecido en los programas que se sintonizaban y cuyo auge estaba enaltecido por su influencia en las personas de esta época, entonces, como afirma Casas (1998):

“[...] es necesario considerar cuidadosamente las asimetrías y dominaciones que a menudo regulan los vínculos interculturales, para lo cual habrá que observar muy de cerca los circuitos de desarrollo cultural, entre los que se encuentran en forma determinante los medios de comunicación, ya que la cultura nacional depende en gran medida de las transformaciones que se den en estas áreas de influencia [...]”

Es así donde se abre un lugar a patrones que van ligados a las experiencias características de los radioescuchas, donde mantienen conceptos muy arraigados a la reconstrucción del territorio por medio de narrativas e historias que permitían la generación de imaginarios sociales, que eran más fuertes sobre el paisaje y el reconocimiento del mismo desde un contexto histórico, narrativo y costumbrista. Es decir, se puede sostener que el desarrollo de la humanidad se teje gracias al sustrato de imaginarios sociales que son la base de toda sociedad (Riffo, 2016), y aquí los imaginarios sociales, que son el conjunto de significaciones que no tiene por objeto representar “otra cosa”, sino que es la articulación última de la sociedad, de su mundo y de sus necesidades (Cabrera, 2004), están fuertemente ligados a una representación paisajística y de identificación con el entorno desde un lugar de conocimiento de la tierra y su territorio en que se desarrollaban con un componente cultural.

También, más allá de la identificación, uno de los relatos constata que existe inconformidad por cómo se desea tratar al paisaje cafetero, donde la fuente demuestra identificación con el territorio, pero además es crítico por cómo es tratado y además hace eco de la falta de cuidado por el mismo, cuestionando cómo la sociedad se manifiesta frente al mismo, aquí se presenta una situación que evidencia que “básicamente las *significaciones imaginarias sociales* funcionan en relación con la sociedad instituyendo y creando como primer punto; manteniendo y justificando desde la legitimación, integración y consenso como segundo punto; y puntualmente cuestionando y criticando un orden social” (Cabrera, 2004, p.3), que es lo que demuestra el relato donde expone una falta de interés por la infraestructura cafetera en la que se desenvuelven los habitantes que viven en este contexto. Además, considera frena el posicionamiento del paisaje cafetero, y, sea como sea “el hecho es que asistimos a un conflicto paisajístico entre aquello que vemos y aquello que deseamos, soñamos o tenemos como referente” (Nogué, 2014).

Por otra parte, la televisión en su línea temporal también enmarcada por los relatos recolectados, expresa otros componentes de experiencias que se ven expuestos en los siguientes testimonios de fuentes contemporáneas a este medio de comunicación:

“Los programas donde evidenciaban los múltiples regionalismos del país: Eso lo influencia a uno de una u otra manera, uno como que va guiando sus actos a lo que ve en los medios. Yo pienso que eso influía mucho en la vida, en el crecimiento, porque uno ahí veía cosas pues como del diario vivir de otras personas, otras culturas...”, (relato de fuente que reside en el contexto rural y realiza labores en el ámbito urbano; 2018).

“En esa época fue Café con Aroma de Mujer, a mí no me gustaba mucho. Siempre me parecieron los personajes muy sobreactuados porque uno inmerso en esa cultura se daba cuenta que no era ni tanto como mostraban ahí, que había muchos vacíos. Eso era lo que notaba yo. El entorno de la novela mostraba unos hacendados o un ambiente cafetero más acomodado un poco más a la realidad. Hoy día vemos fincas bien dotadas, pero si uno se adentra más en las fincas carecen mucho de infraestructura y en la serie se veían muy bien. Tenían ese problema de contexto y después uno entendía que no era del todo cierto”, (relato de fuente que reside en el contexto rural y ejerce labores en el ámbito urbano; 2018).

En estos relatos pertenecientes a fuentes que fueron contemporáneas al auge de la televisión, podemos determinar diferentes variables: Expusieron contenidos que aún le daban valor al territorio pero ya con un componente narrativo, donde realmente se seguía dando un lugar de importancia a la tierra como método de producción desde un lugar ficticio pero con unas líneas explicativas que demostraban procesos como el tratamiento de café y la vida en el campo, con un paisaje cafetero que aún demostraba un factor cultural de identidad, y arraigado a las costumbres que expresaban productividad y trabajo en pro de la sociedad. En tanto, el imaginario central instituye a la sociedad, ésta no puede evidenciarse más que *en* y *por* la institución; es así que, en la obra humana, es una creación original de lo histórico-social que sobrepasa toda producción posible de los individuos o de la subjetividad. (Cabrera, 2004)

Además, se puede notar cómo empiezan a ingresar contenidos que surgen en contextos también paisajísticos, como temas de narcotráfico y dinámicas de violencia, sin embargo, las personas mantienen la idea de que el paisaje cafetero está estrechamente relacionado con una sociedad estructurada por la productividad, el trabajo y la cultura. Se evidencia el análisis de los relatos sobre cómo presentaban el paisaje cafetero, expresando un escenario de observación y crítica, constituido en una postura que muestra al paisaje cafetero como un sector productivo, pero con herramientas menos favorables a las que se presentaban en la televisión.

Ahora bien, en los testimonios encontrados dentro de los relatos realizados por el grupo que comprende el tercer medio de comunicación, internet, se pueden visualizar diferentes prácticas:

“Inicialmente era por diversión el uso de internet, hoy en día es lo más necesario. La herramienta principal son los chats, el internet, el celular. Utilizo 100% estas herramientas, las utilizo a diario, la parte del teléfono para hablar muchísimo, la parte del chat para fotos, facturas, negociaciones, hablar con algún cliente, pedidos, concreta con los trabajadores, empleados, casi que es la herramienta más utilizada”, (relato de fuente que vive en el ámbito urbano y trabaja en el ámbito rural; 2018).

“El internet me ha facilitado darme cuenta de todo lo que pasa, enterarme de todo por facilidad con la que nos llega a todos la información a nivel global. Además, me permite comunicarme con mis clientes por vía de WhatsApp ya que es un método muy práctico que es

manejado a cualquier hora del día”, (relato de fuente que vive en el ámbito urbano y trabaja en el ámbito rural con una huerta productora; 2018).

En este escenario que exponen los testimonios, ya encontramos una interacción más directa con el entorno cafetero, desde una perspectiva personal y vívida, donde el internet ofrece enterarse de las situaciones de orden regional, pero también global, como lo menciona uno de los relatos, y además conecta a las personas entre contextos en pro de la producción por medio de la comunicación. Sin embargo, aquí podemos ver cómo la modernización también convierte el sistema de creación de los imaginarios en algo más personal que social, según los intereses y labores de cada uno, esto a través de la modernización, que como bien define Giménez (1995), es una carta marcada por, entre otras cosas, connotaciones de progreso, mayor productividad, competitividad, más oportunidades para todos, etc.

De esta forma, podemos establecer que se presenta un proceso de conversión, y Casas (1998) afirma:

“[...] Cada sociedad busca poner en marcha sus procesos de modernización, en el afán de desarrollar su propia ecuación de modernidad, crisis y progreso; el problema es que dichos procesos de modernización, en la era contemporánea se encuentran supeditados no solo a los impulsos modernizadores propios de cada contexto social, sino a los avatares de un contexto globalizador internacional que obliga a las sociedades menos modernas a seguir ritmos modernizadores exógenos a sus patrones originales de desarrollo [...]”

Por ello, Londoño, Vélez y Cardona (2015) señalan que lo anterior demuestra el creciente acceso y uso de internet, pero también establece el contexto en el que la convergencia aparece abriendo canales de comunicación y participación ciudadana. Los medios han cambiado, y otros han aparecido obedeciendo al incremento en el acceso y posibilidades técnicas actuales.

Logramos entender que la identificación tan marcada que había en las otras dos categorías mediáticas, en el internet no se ven tan claras, sencillamente ya se presenta una interacción directa con el paisaje cafetero si de producción se trata, no así por sus contenidos, y es que en estos procesos de evolución mediática, así como asegura García Canclini (1990) pueden coexistir dentro de las sociedades, donde elementos tradicionales unidos a los elementos modernos, han producido interesantes procesos de hibridación.

Conclusiones

Los imaginarios mediáticos responden a determinadas épocas y contextos sociales manifiestos (Riffo, 2016), y de esta forma lo complementa Cabrera (2004):

“[...] Es aquí cuando el mundo de significaciones imaginarias de una sociedad es instituido, es obra de la sociedad y fundado en lo imaginario. Es así pues que, en este sentido, las significaciones imaginarias sociales, fundadas en lo *imaginario* social, se establecen como condiciones de posibilidad y representabilidad, y de esta forma, de existencia de la sociedad [...]”.

De esta forma, es necesario considerar cuidadosamente las asimetrías y dominaciones que a menudo regulan los vínculos interculturales, para lo cual habrá que observar muy de cerca los circuitos de desarrollo cultural, entre los que se encuentran, en forma determinante, los medios de comunicación, ya que la cultura nacional depende en gran medida de las transformaciones que se den en estas áreas de influencia (Casas, 1998).

Asimismo, se da lugar a imaginarios que se ven enraizados dentro del ámbito cultural que también presentan las prácticas mediáticas y las experiencias con el paisaje cafetero, ya que, como afirma García Canclini (1990):

“[...] los medios de comunicación juegan un importante papel en este proceso, ya entre otras cosas, la redistribución masiva de los bienes simbólicos tradicionales por los canales electrónicos de comunicación, genera interacciones más fluidas entre lo culto y lo popular, lo tradicional y lo moderno [...]”

A lo largo de este artículo se desarrollaron conceptos que esclarecieron la constitución de imaginarios por fuentes pertenecientes a contextos tanto rurales como urbanos, que además expusieron distintos testimonios enlazados con los conceptos teóricos planteados para aportar a la consecución del objetivo, a partir de los contenidos emitidos por medios de comunicación que se vieron divididos en tres principales: radio, televisión e internet. Las experiencias están

mediadas por el consumo de contenidos emitidos, he aquí donde encontramos diferencias marcadas.

Las personas que fueron relacionadas con los contenidos emitidos en radio, presentaron un escenario que indicó una sociedad totalmente adherida a una cultura radioescucha, quienes eran permeables a las historias y contenidos allí emitidos, donde sus imaginarios se ven enmarcados en una fuerte identificación del paisaje cafetero como un territorio de culto, de costumbres populares y de total arraigo con el cultivo de café, con un paisaje que les pertenece, donde, por medio de sus testimonios, reconocen al territorio como un sector productivo que podría permitir el progreso pero que se encuentra descuidado, esto último se expone cuando se cuestiona el trato que se le da desde la infraestructura con la que conviven los habitantes en sus labores, aspecto que impide un mayor posicionamiento del paisaje cafetero.

Las fuentes que se relacionaron con los contenidos emitidos en la televisión, exponen al paisaje cafetero como símbolo de unión familiar, prosperidad, de producción, constituido por narrativas que influían claramente en la percepción que se tenía del paisaje que los rodeaba, ya que de paso se tornaba educativo. Sin embargo, tienen claridad en que el paisaje cafetero alberga una vida de sacrificios y mucho trabajo consigo, con un acercamiento en las labores que se desarrollan en el territorio.

Los habitantes que hicieron parte del grupo ligado al internet presentaron distanciamiento con la identidad cultural con el paisaje cafetero, el imaginario sobre el paisaje no se toma como algo

de culto ni de identificación patria, como en los otros dos grupos generacionales sí se presentó, aquí existe una imagen que se constituye en dinámicas de globalización. Hacen foco del territorio con un proceso de modernización que enmarca las experiencias e imaginarios sobre el territorio como algo más personal y creado según sus propios intereses, y ya no tan arraigado a lo cultural y lo socialmente establecido a lo largo de la historia.

Ahora bien, como indica Casas (1998), es totalmente cierto que cerrar los ojos a la globalización sería cerrar la puerta al juego de las grandes alianzas de bloques, y ello más que detener el desarrollo, condenaría al aislamiento y al anquilosamiento; sin embargo, al meterse tan de golpe en el océano de la modernidad, probablemente se ha perdido de vista la otra orilla, sin detenerse a analizar los diferentes estilos de vida y modelos culturales, por medio de imágenes de todo tipo que como expone Bonfil Batalla, (citado por Casas (1998)) *“ocupan los espacios de nuestra vida cotidiana y van desplazando paulatinamente nuestra ‘cultura de lo real’, (la que se sustenta en las circunstancias de la sociedad en la que se vive y a la que se pertenece), por una cultura imaginaria que se construye a partir de la aspiración de cambiar de realidad”*.

Bibliografía:

Cárdenas, J. D. (2015). Los medios de Comunicación como actores (des) legitimadores. Algunas reflexiones acerca del rol de los medios de comunicación sobre la construcción de la opinión pública en torno al proceso de paz de la Habana. *Revista Anal.politico*, 28(85), p. 38-56.

doi:10.15446

Londoño, A. A., Vélez, O. A., Cardona, C. A. (2015). Participación social en medios de comunicación alternativos y redes sociales: Elementos para la acción gubernamental. *Revista Latinoamericana de Comunicación, Ciespal* (129), p. 147-164.

Sola-Morales, S., (2015). La construcción de la identidad narrativa a través de las «historias de vida mediática». Un análisis generacional. *Revista de estudios culturales de la Universitat Jaume I, Vol. 14*, p. 201-220. doi: 10.6035

Casas, Maria de la L (1998). Modernidad, identidad cultural y medios de comunicación. En: *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC I. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey*

Riffo Pavón, Ignacio. (2016). Una reflexión para la comprensión de los imaginarios sociales. *Comunicación*, 7(1), 63-76. Recuperado en 10 de junio de 2019, de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682016000100006&lng=es&tlng=es

Nogué, J. (2014). “Sentido del lugar, paisaje y conflicto”. *Geopolítica(s). Revista de estudios sobre espacio y poder*, vol. 5, núm. 2, 155-163.

Giménez, G. (1995). Modernización, Cultura e Identidad Social. *Espiral*, I (2), 35-55.

Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

Cabrera, D. (2004). Imaginario social, comunicación e identidad colectiva. Recuperado de http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/143_cabrera.pdf

Lindón, A. (2007). Diálogo con Néstor García Canclini ¿Qué son los imaginarios y cómo actúan en la ciudad?. *EURE*, XXXIII (99), 89-99.