

**DIFERENCIAS ENTRE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES DE LOS  
CAMPELINOS QUE HACEN PARTE DEL PCC Y LOS CONTENIDOS DE LOS  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES DE LA REGIÓN**

**CARLOS ALBERTO MURILLO PORRAS**

**ASESORA: SANDRA LEAL**



**UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO**

**ARMENIA, QUINDÍO, 2014**

## Índice

### Capítulo I

Planteamiento del problema \_\_\_\_\_ 5

Objetivos \_\_\_\_\_ 9

Justificación \_\_\_\_\_ 10

### Capítulo II

Marco contextual \_\_\_\_\_ 12

### Capítulo III

Marco de antecedentes \_\_\_\_\_ 17

### Capítulo IV

Marco teórico \_\_\_\_\_ 20

### Capítulo V

Marco metodológico \_\_\_\_\_ 33

### Capítulo VI

Interpretación y análisis \_\_\_\_\_ 40

### Capítulo VII

Conclusiones \_\_\_\_\_ 49

Recomendaciones \_\_\_\_\_ 54

Bibliografía \_\_\_\_\_ 56



## **Resumen**

Las representaciones sociales son la manera en la que los diferentes grupos sociales dan explicitación a los distintos fenómenos que los rodean. Están determinadas por las relaciones de los individuos con los objetos y las nociones. Es así como la interacción de los campesinos y los periodistas con el PCC es distinta, por tanto sus representaciones también.

Los medios de comunicación determinan en gran medida la opinión pública de los ciudadanos en diferentes escenarios de la sociedad: el bus, la calle, el trabajo, etc. Sin embargo, su contenido no es producto de una enfoque holístico, sino particular, supeditado al punto de vista de los periodistas o los consejos de redactores. En muchos casos esas apreciaciones pueden distar de cómo los directamente abordados, es decir a quién o quienes se hace referencia, ven su realidad. Esta investigación establece las diferencias entre los periódicos La Patria, de Pereira y la Crónica del Quindío, de Armenia, y las representaciones sociales de los campesinos de Calarcá, Quindío y Santa Rosa de Cabal, Risaralda, sobre el tema de Paisaje Cultural Cafetero.

# **DIFERENCIAS ENTRE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES DE LOS CAMPEÑINOS QUE HACEN PARTE DEL PCC Y LOS CONTENIDOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES DE LA REGIÓN**

## **CAPÍTULO I**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Durante todas las épocas de la historia, los seres humanos se han hecho representaciones de sus formas de vida. La imagen gráfica ha tenido un papel preponderante. Desde pictografías a los más finos cuadros medievales, renacentistas, modernos entre otros, hoy sirven de referencia para comprender y estudiar los procesos históricos que modelaron el mundo tal cual se conoce.

La aparición de la imprenta dio un salto importante en la masificación de contenidos, conocimientos y saberes. Más personas podían tener acceso a información de distintos ámbitos, a la par eran más los que conseguían masificar narraciones. “[Desde su aparición, hacía 1450] la imprenta de [Gutenberg] se estableció y extendió en Europa con una rapidez comparada a la de la televisión y a la del procesamiento de datos de nuestra época” (Barrera, 2004: P 49).

El ejemplo anterior hace evidente la transformación de los medios de comunicación y de archivo del conocimiento. Con el tiempo se han vuelto más sofisticados y prácticos. En estos días los libros y las pinturas de otras épocas son fuentes de consulta para las diferentes áreas de la ciencia actual: asimismo los contenidos que hoy los medios de comunicación producen de forma masiva, apresurada e industrial van a ser evocados por futuras generaciones.

A la par de la evolución de los medios de comunicación, los procesos sociales también han tenido cambios y reconfiguraciones: las clases sociales, las instituciones, etc. de esa

dinámica social, se han encargado de hablar los medios de comunicación a lo largo la historia. No obstante hay grupos o actores de mayor o menor preponderancia en esos contenidos.

Durante mucho tiempo, poco se tuvo en cuenta a la clase popular para las construcciones de los relatos de la cultura y las formas de vida. Asumir dentro del discurso histórico el aporte de la clase popular es un avance importante para abrir el debate en torno a lo cotidiano de las masas.

“No se trata de un acrecentamiento del saber en cifras y datos, sino de un primer desplazamiento que reubica el “lugar” de lo popular al asumirlo como parte de la memoria constituyente del proceso histórico [...] hasta hace poco negado por una historia para la que el pueblo solo podía ser pensado “bajo el epígrafe del número y el anonimato”” (Martín-Barbero, 2003: P 83)

En estos tiempos hay a disposición variadas formas de archivar la información. Los medios de comunicación, registran los procesos del diario vivir de las personas, los adelantos científicos, la estructura social, el orden mundial etc. En general cuentan con una agenda para filtrar y seleccionar sus publicaciones: se tiene en cuenta la relevancia del tema, la gente a la que impacta, etc. Se privilegian informaciones que generen interés en las masas. No obstante, y pese a la evidencia de, por decirlo de alguna manera, la segregación que se ha hecho históricamente de los grupos humanos que no ostentan poder, además de constantes campañas de visibilización, los medios, que hoy informan, pero después serán archivos históricos, no le dan un espacio significativo a la voz de quienes se encuentran en las bases de la sociedad.

Un grupo de académicos trabajó durante varios años para incluir al Paisaje Cultural cafetero en la lista de Patrimonios de la Humanidad, lo que buscaban era reivindicar el

trabajo campesino en la construcción de una realidad compleja y con características únicas en el mundo. En 2005 el Paisaje Cultural Cafetero (PCC) es incluido en la lista de la Unesco. Un hecho importante para la identidad colombiana, sobre todo para la de los departamentos que hacen parte del eje cafetero y que tienen territorios dentro de ese paisaje; como consecuencia muchos medio de comunicación, sobre todo de la región incluyeron el tema dentro de la agenda. Ahora, si el caso exaltar el trabajo del campo: ¿tienen voz los campesinos en el contenido de los medios?

Los periodistas comienzan a buscar fuentes con la finalidad de ser lo más precisos en la trasmisión de la información. Las más credibilidad en muchos casos, se consideran las oficiales; lo que podría dejar a un lado el testimonio de la gente que vive dentro del Paisaje. En consecuencia, esa realidad transmitida por los medio de comunicación tomaría un sesgo, limitada únicamente al discurso institucional, desproveyéndola de la mirada campesina y de las comunidades que la habitan.

Lo anterior hace pensar en una pregunta ¿cuál es la mirada de los campesinos a la hora de construir el discurso del PCC? Antes de contestar la anterior haría falta hacer otro planteamiento ¿Cómo entienden los campesinos, del PCC, su forma de vida y su entorno?

La televisión, la radio, la prensa, el internet, en fin, todos los medios de comunicación son espacios en los que se exponen representaciones ficticias, o fidedignas de la realidad. Cuando se habla de ficción, los realizadores tienen la libertad de crear su propio universo y sus propias reglas. No es así cuando se busca retratar la realidad. En esos casos los productores tienen que buscar la forma de ser lo más fieles posible a lo que se va a mostrar. En el caso puntual del PCC, ¿cómo construyen los medios de comunicación el discurso?

El Paisaje Cultural Cafetero es una realidad compleja que contiene varios aspectos: la naturaleza, el trabajo de seres humanos, las relaciones sociales y los aspectos culturales y

políticos. En la actualidad, el tema se ha vuelto mediático, programas de televisión, de radio, espacios en la prensa, publicidad, etc. hablan de esa situación. Para el común de la audiencia de esos contenidos, han de pasar desapercibidas las inconsistencias narrativas, el sesgo de las fuentes, la falta de contrapartes discursivas y los datos que, en algún momento, no se correspondan a los hechos reales. Alejándola, a la audiencia, de una visión más amplia, y no se sabe en qué medida, pueda tomar esa información como una representación cercana o alejada de la realidad.

En esta investigación confluyen dos actores fundamentales para el eje cafetero, quienes hicieron posible con su trabajo uno de los paisajes productivos con características excepcionales en el mundo, por lo que le mereció la inclusión en la lista de patrimonios de la humanidad, y quienes informan a gran parte de los pobladores de ese mismo territorio. Surge entonces la pregunta: ¿Qué diferencia hay entre las representaciones sociales que los campesinos que hacen parte del Paisaje Cultural Cafetero tiene de ellos mismo y el contenido de los medios de comunicación digital de la región sobre el tema del Paisaje Cultural Cafetero?

## **1.2 Objetivos**

### **Objetivo general**

Identificar las diferencias entre las representaciones sociales de los campesinos que hacen parte del PCC y los contenidos de los medios de comunicación digitales de la región

### **Objetivos específicos**

- Reconocer el enfoque que los medios de comunicación digitales le dan a las noticias que abordan el tema del Paisaje Cultural Cafetero
- Identificar las representaciones sociales que los campesinos tienen sobre el Paisaje Cultural Cafetero y ellos mismos.
- Comparar las representaciones sociales de los campesinos que hacen parte del Paisaje Cultural Cafetero con los contenidos de los medios digitales de la región cafetera que hablan de ellos y de su entorno

### **1.3 Justificación**

Con este trabajo quedaron en evidencia dos miradas sobre una realidad compleja, la del PCC, una desde la vivencia del campesino que pasa el tiempo inmerso en los procesos propios de su condición, y otra desde los medios de comunicación que en sus contenidos retratan esas vivencias desde la observación o el seguimiento a las fuentes. Dos puntos de vista de una misma ubicación temporal y geográfica, subrayando las diferencias y las similitudes en los discursos.

Los medios de comunicación son de gran relevancia para las dinámicas sociales en estos tiempos, por su masificación llegan a gran cantidad de personas con un discurso más o menos parecido, en la medida que la mayoría prepondera los mismos temas. En esa medida son generadores de opinión pública, en la calle, en el trabajo, etc., se debaten los temas que se expusieron en ellos, en muchos casos citando a la mismas fuentes y replicando uno que otro argumento. Es importante salirse de esas fuentes y de eso argumentos para tener un panorama más amplio de los temas que abordan los medios. En esa medida esta investigación es una forma de mostrarle a la gente los procesos de la vida cotidiana de la cultura cafetera, ligada a elementos como la tierra, el clima, los alimentos, la cultura desde el punto de vista de los campesinos. En otras palabras, como afecta lo que dicen los medios a los realmente implicados, o simplemente puede ser intrascendente.

Bien los medios o bien los campesinos, desde sus perspectivas, abordaran aspectos de la realidad en sus discursos, aunque pueden coincidir en algunos, es probable encontrar diferencias. ¿Un grupo tendrá la razón y el otro estará completamente desfasado de la realidad? La idea no es llegar a hacer conclusiones absolutistas, lo ideal es confrontar esas dos maneras de ver la realidad. No se trata de legitimar una y desconocer la otra, se trata de

comprender los discursos en contexto. Así entonces se pueden identificar elementos que permitan entender sus nociones del PCC. Qué mueve o qué motiva el discurso.

En alguna manera los medios de comunicación son un importante referente a la hora de que en el imaginario colectivo se perciban los procesos sociales de diferentes comunidades. Sin embargo lo que se muestra en ellos está sujeto a la interpretación de los periodistas, a procesos de edición y a intereses de distintos índoles. Por esa razón, en algunos casos, el público se puede hacer una imagen tergiversada de los procesos de las comunidades que se documentan; o simplemente los elementos que los medios de comunicación resaltan o les dan un carácter protagónico no son los más relevantes en la cultura de las comunidades.

Es ahí donde radica la importancia de esta investigación, es una oportunidad para evidenciar los elementos que son importantes para los campesinos a la hora de hablar del lugar en el que habitan, y de su cultura y tradiciones. Del mismo modo los elementos que preponderan los medios.

Va a ser una herramienta de consulta para los estudiantes de Comunicación Social – Periodismo y temas afines para indagar sobre los procesos de vida de los campesinos dentro del PCC y análisis de contenido de medios sobre el mismo tema.

La particularidad de este trabajo es que busca confrontar las dos versiones de la realidad, ambas importantes para el PCC, la del campesino y la de los medios de comunicación.

## CAPÍTULO II

### 2.1 MARCO CONTEXTUAL

Periódico La Crónica del Quindío digital: los medios tradicionales de comunicación, en esos tiempos coexisten con los digitales, las noticias que van a ser analizadas en este trabajo van a ser las que se encuentren en la plataforma virtual de La Crónica del Quindío. El periódico más tradicional del departamento del Quindío.

La Tarde: es un medio tradicional de Pereira que sirve a los habitantes del departamento de Risaralda. Circula en formato tabloide todos los días en la tarde. También dio el salto y se amoldó a las necesidades actuales y a la par de su versión física, también tiene una digital.

Paisaje Cultural Cafetero: El paisaje del Triángulo del Café es el resultado de muchas décadas de trabajo arduo, respetuoso con el medio ambiente y entorno al producto más representativo de Colombia, el café. Cuenta el historiador quindiano Jhon Jaramillo que a finales del siglo XIX por las hambrunas, las guerras civiles y el gran número de hijos por familia, los antioqueños se vieron en la necesidad de caminar hacia el sur. Llegaron a tierras, en ese entonces, pertenecientes al departamento del Cauca; hoy Caldas, Risaralda y Norte del Valle (Caicedonia, Sevilla, Cartago, etc.), motivados principalmente por el oro.

Ya asentados, en ranchos rudimentarios, los hombres labraron la tierra para cultivar pancoger, especialmente maíz, para las arepas, y frijoles. Criaron marranos para obtener de ellos, carne y grasa.

Cuando se dieron cuenta de las bondades de estas tierras y se hicieron a un capital importante, los paisas mandaron por sus mujeres e hijos. En esa época se caminaba por trochas llenas de polvo y espesos montes. Bernardo Gutiérrez en el siglo pasado, un juglar de estas tierras, hizo del caminar de los colonos canciones: “La nigua es casi un microbio

chiquita, chirriquitica, pero que rasca y que rasca, que pica, pica y repica, la nigua es casi un microbio chiquita, chirriquitica, y que cosa tan verraca si pica la hijueputica.”(2009)

La nigua es un insecto que se metía entre las uñas de los pies, de quienes caminaban por trochas, en tiempos en que no había una infraestructura vial adecuada y no habían zapatos, sino alpargatas.

Ya consolidada la colonia, el territorio se empleó en la siembra de tabaco. El Gobierno Nacional controlaba la producción y exportación. Muchos campesinos se quejaban de los maltratos de las autoridades aduaneras, que entre otras cosas, cobraban impuestos elevadísimos. Es así como a principios de la década de los años 20, del siglo pasado, una enardecida multitud quemó las instalaciones de la tabacalera de Armenia, ubicada en lo que hoy es el edificio de Bellas Artes de la Universidad del Quindío. Poco tiempo después se empezó a sembrar el café y se posicionó como principal actividad económica de la región.

Siguiendo con la historia y haciendo más énfasis en Armenia y su zona de influencia: la idea de sembrar café resultó muy buena y apropiada, en esta región se cosechó el que fuere el mejor café del mundo. Sin embargo no había manera de sacarlo de forma apropiada. Se tenía que hacer llegar a lomo de mula hasta Manizales, para de ahí transportarlo vía cable hasta Mariquita, puerto tolimense sobre el río Magdalena, para luego llegar a Barranquilla y salir por el Caribe; o también a Zarzal a lomo de mula, al igual que la ruta anterior, para de ahí ser transportado a Buenaventura por el Ferrocarril del Pacífico.

Fue hasta 1927 que Armenia pudo tener una línea de ferrocarril, ésta la comunicaba con el puerto de Buenaventura. En 1929 se hace otra línea que llegaba a Pereira y Manizales lo que facilitó el transporte del grano.

Entre los 30 y los 40 se da el florecimiento y afianzamiento de la economía regional con el café como principal producto. Sin embargo, no es sino hasta 1966 que el territorio, conocido hoy como el departamento del Quindío, empieza a beneficiarse con los recursos producto de la actividad cafetera. El motivo, la separación de éste del departamento de Caldas, que le dio la posibilidad de manejar recursos propios. Principalmente los que la Federación Nacional de Cafeteros, destino al Comité de Cafeteros del Quindío, la última institución mencionada se formó a la par del departamento, nació por derecho propio.

Con los recursos del Comité de cafeteros se construyeron escuelas, centros de salud, carreteras, acueductos, etc., fue un gran paso para el progreso de Armenia. La electrificación de los pueblos y veredas también fue un logro del Comité.

Los tiempos de bonanza fueron decayendo. Por un lado el descuido en la calidad del producto, y por otro, se empezaron a sentir los coletazos de un mundo globalizado; con el fin de la Guerra de Vietnam en 1975, en el país del sureste asiático se empezó a cultivar en cantidades industriales café, con mano de obra muy barata, lo que favoreció la competencia del grano vietnamita en el mercado mundial.

Pese a la crisis del café, en Colombia, especialmente esta región, se siguió con el cultivo del grano. El paisaje de la región fue tomando formas particulares y distintivas, producto de la historia, la naturaleza, la cultura y el trabajo del hombre.

Siendo conscientes de la importante riqueza ambiental y cultural, la academia de la región, en especial la Universidad Nacional sede Manizales, se encargó de promover el reconocimiento de la relevancia mundial del paisaje, en torno a la actividad del café. Fue así como en 1995, previos estudios hechos por académicos de la región, el gobierno de Colombia envió a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura,

Unesco, un informe para la inclusión del Paisaje Cultural Cafetero, PCC, en la lista de Patrimonios de la Humanidad.

La revista Red Alma Mater, Paisaje Cultural Cafetero entrega estos datos, fundamentales para entender en cifras y fecha el tema: el 25 de junio de 2011, la Unesco incluye al PCC a la lista patrimonial, quedando dentro del paisaje: 411 veredas, de 47 municipios de los departamentos de Valle del Cauca, Quindío, Risaralda y Caldas. El área principal cuenta con una extensión de 141.120 hectáreas y el área de amortiguamiento con 207.000 hectáreas. Tiene una población de alrededor de 600.000 habitantes. Territorios y gentes que trabajan en una actividad económica productiva y sostenible: la siembra y cosecha del mejor café del mundo.

Al ser cambiante, es decir vivo, el PCC todos los días tiene transformaciones que pueden llevarlo a mejorar o, por el contrario, a su deterioro, se vio la necesidad de tomar cartas en el asunto. El Acuerdo para la Prosperidad 043 de 2011 del Mincultura fue pactado. El presidente, Juan Manuel Santos y la ministra de cultura, Mariana Garcés, junto con gobernadores, alcaldes, empresarios y habitantes de los territorios que integran el PCC participaron en la creación de mesas temáticas en puntos clave. El acuerdo, firmado en el Parque Nacional del Café el 13 de agosto de 2011, buscaba salvaguardar las zonas objeto de la declaratoria, tanto a nivel ambiental como cultural.

En síntesis el Paisaje Cultural Cafetero es el resultado del trabajo del hombre en un espacio natural con las particularidades de este valle interandino.

“Un Paisaje Cultural es una parte del territorio, resultado de la acción humana y su influencia sobre factores naturales. El paisaje es el resultado de un proceso histórico, natural y cultural de relaciones de una comunidad con un medio ambiente determinado” (Red Alma Mater, Paisaje Cultural Cafetero Colombiano, 2010: P 11)

Específicamente le PCC está delimitados por criterios del grupo de académicos que presentó la propuesta a la Unesco para incluirlo en la lista de patrimonio de la Humanidad. A esos criterios se los denominó atributos del pasaje.

“Entre la lista de 16 atributos para que una vereda sea incluida dentro del área principal del Paisaje Cultural Cafetero cabe destacar la predominancia del café de montaña, es decir, los cultivos deben estar ubicados entre los 1400 y 1800 m.s.n.m. Además debe existir presencia de un Comité de Cafeteros en el municipio, el área sembrada en café debe ser superior al 60 % de la superficie total de la vereda. La edad predominante de los cafetales debe estar entre los 2 a 5 años y debe existir un patrimonio natural con ecosistemas de interés ambiental y presencia de cuencas hídricas abastecedoras.” (<http://www.paisajeculturalcafetero.net/>, 2014)

## CAPÍTULO III

### 3.1 MARCO DE ANTECEDENTES

#### 3.1.1 Regionales

Los íconos culturales son los más usados a la hora de hacer contenidos para los medios, se convierten en un lugar común. “La chapolera” es un referente importante de la cultura cafetera, y de ahí su masivo uso en los diferentes formatos. En 2012 Handrea Chisco hace su tesis de grado de Comunicación Social – Periodismo sobre “Cuál es la interpretación que hacen los quindianos sobre la imagen de la Chapolera presente en la publicidad impresa y virtual del Reinado de la Chapolera y el Paisaje Cultural Cafetero, realizada durante el año 2012, frente a la propuesta semiótica hecha por los publicistas”. Chisco hace un interesante contraste entre la cultura y la tradición de un grupo social y el empleo que hace de ella la publicidad.

Siendo la televisión regional el referente más cercano a la realidad de los procesos sociales de un grupo humano en el territorio que emite, y hablando del PCC, Telecafé y sus contenidos costumbristas es un medio importante para esta investigación. Alejandro López Fuentes, Luis Alejandro Quintero Rendón y Johan Sebastián Barrera Arbeláez, estudiantes de Comunicación Social – Periodismo hicieron en 2012 un análisis de los contenidos culturales del canal regional Telecafé.

La publicidad para atracciones y parques temáticos en ocasiones se aprovecha de la inclusión del PCC en la lista de la Unesco, para darle un valor agregado al producto, la publicidad es también parte importante de los contenidos para diferentes medios que documenta la realidad. Karen Dayhana Castaño Zambrano y Laura Marcela Sánchez Dávila hacen su trabajo de grado en 2012 sobre Comunicación y Turismo: Categorías conceptuales

de las estrategias de comunicación utilizadas en la promoción de Parques Temáticos en el Quindío.

### **3.1.2 Nacionales**

La influencia de factores externos hace que los abanderados de la cultura autóctona, se preocupen por su salvaguarda. La región cundiboyacense es rica en música, danza y gastronomía local. Es así como un grupo de investigación del Colegio La Presentación Duitama hace un estudio de las expresiones autóctonas en el colegio la Presentación Duitama. Año 2014

El papel de los medios de comunicación en la visibilidad de la diversidad de culturas es importante, no obstante, según el manejo que se le dé a los contenidos culturales o que hable de una población específica pueden crear o afianzar estereotipos. Luis Gonzalo Jaramillo, de la Universidad de los Andes hace una investigación que habla de las representaciones del patrimonio arqueológico y cultural de Colombia en los medios de comunicación: Patrimonio cultural y arqueológico: de la representación mediática en Colombia y la identidad nacional. Los usos de ese patrimonio van desde campañas políticas hasta información económica. Año 2011

La importancia del patrimonio cultural es tan grande que incluso hay estudios que trabajan formas de reparación social post conflicto y por el olvido de los estados, tal como ha pasado con las poblaciones afrodescendientes en Colombia. Ramiro delgado de la Universidad Nacional tiene una investigación en ese sentido: La educación y el patrimonio cultural, nodos de los procesos de Reparación de las comunidades afrocolombianas. Año 2005

### **3.1.3 Internacionales**

Uno de los errores en los que pueden caer los medios de comunicación y en general la sociedad es tratar de homogenizar los procesos propios de los distintos grupos humanos, en la afán de entenderlos, haciendo interpretaciones que no van al caso. Nila Leal González del Laboratorio de Antropología Social y Cultural del Departamento de Ciencias Humanas de la Facultad Experimental de Ciencias de la Universidad del Zulia, teniendo cuenta la necesidad de la salvaguarda de las culturas indígenas venezolanas hace un estudio de la normatividad legal para la protección y conservación de las comunidades indígenas en la República Bolivariana de Venezuela en su investigación: Patrimonio Cultural Indígena y su reconocimiento institucional. Año 2008

El turismo es una actividad económica que busca explotar las riquezas culturales y naturales para el disfrute de gente que paga por ello. México es el país de América Latina que más turismo recibe, además cuenta con varios de los patrimonios de la Humanidad, por lo cual es importante hacer un turismo sostenible y sustentable. Lucía González Torrerros, de la Universidad de Guadalajara, presenta: “Modelo turístico sustentable para el municipio de Tequila, Jalisco, México: una perspectiva del desarrollo local”. Año 2010.

Conjugar el interés económico con el social y el ambiental, además del científico es importante para la búsqueda de alternativas de negocio, buscando la sustentabilidad y sostenibilidad de los recursos y la actividad explotada. Juan Andrés Enricci, habla de “Un modelo de turismo científico en la Patagonia”. Año 2004

## CAPÍTULO IV

### MARCO TEÓRICO

#### 4.1 Representaciones sociales

Para saber qué es lo que piensan los grupos sociales con respecto a ellos mismos, se hacen necesarias las representaciones sociales, una categoría necesaria en la investigación. De ella se obtiene información de primera mano de cómo los ínvodos se entienden en relación a ellos y su entorno. ¿En qué consisten?

Las representaciones sociales son entendidas como modalidades del pensamiento de sentido común que se generan, permanecen y transforman mediante procesos comunicativos cotidianos y mediáticos. La teoría se orienta a comprender y explicar el pensamiento de sentido común. Al destacar su carácter social está vinculada con una sociología de la vida cotidiana o una teoría de la cultura. (Rodríguez y García, 2007: P 157)

El informe presentado por la academia de la región a la Unesco, para la inclusión de la Paisaje Cultural Cafetero a la lista de patrimonios de la humanidad, es un retrato de esa realidad, pero articulado a nociones o conceptos de algún grado de complejidad, que en muchos casos, los campesinos no sabrían aplicar, es por eso que se hace necesarias las representaciones sociales. Además es evidente que los campesinos y los académicos, particularmente los de las áreas sociales, hacen parte de grupos distintos, basta con observar el trabajo que desempeña cada uno, y para especificar más, en el lenguaje que emplean.

América Latina ha estado a la vanguardia del estudio de las representaciones sociales, lo que no sorprende en una de las regiones más desiguales del mundo, donde la brecha entre ricos y pobres quede en evidencia, entre otras cosas, en la calidad de educación que reciben

unos y otros, que es determinante a la hora de tener una noción amplia o reducida de los conceptos. Alfredo Guerrero Tapia, profesor de la UNAM, las ha aplicado a lo largo de su carrera como docente e investigador en México, él dice:

“el fenómeno de las representaciones sociales se debe entender como la forma en la que los grupos dentro de la sociedad se perciben a ellos mismo. De alguna manera tiene que ver con el sentido común, al conocimiento que los grupos desarrollan para comunicarse en la vida cotidiana, son traducciones que se hacen de conceptos que pueden ser complejos, para asimilar su realidad. Si las realidades cambian, los procesos productores de los pensamientos sociales también cambian. Las nuevas tecnologías de la información, han representado una reconfiguración importante para el fenómeno de las representaciones.” (2013).

El lenguaje cotidiano usado en el campo, es en alguna medida muy elemental, a vista de muchos, se ajusta a las labores propias de la economía agrícola y pecuaria, no hay una necesidad generalizada por entender las consecuencias en términos sociológicos de su trabajo. Por lo anterior se deduce que las terminologías especializadas en otros aspectos, en otras áreas, del conocimiento o la economía, no son necesarias en ese contexto. Por lo tanto se acudió a los campesinos, en términos sencillos, para tener respuestas que se presten para la interpretación científica.

Entre los seres humanos y el lugar que habitan, hay una conexión, alguien que no haga parte del contexto desconoce la totalidad de los elementos que relacionan al sujeto con el objeto. Quienes interpretan esas relaciones pueden tener una percepción distinta que se acomoda a sus visiones particulares. En esa medida, hay diferencias entre el estudio académico presentado a la Unesco y los campesinos que habitan los territorios del PCC. Las personas se relacionan con el territorio, le dan nombre, le dan significados, y lo más

importante, le dan sentido. La noción de territorio ha de ser distinta para los académicos y para los campesinos.

“El sujeto y el objeto no son fundamentalmente distintos' (Moscovici, 1969:9). Ese objeto está inscrito en un contexto activo, concebido parcialmente al menos por la persona o el grupo, en tanto que prolongación de su comportamiento, de sus actitudes y de las normas a las que se refiere. Dicho de otro modo: el estímulo y la respuesta son indisociables.” (Abric, 2001, p 12)

El territorio es un objeto concebido particularmente por campesinos, delimitado por el espacio en el que se mueven, la división geográfica, los elementos a los que le dan nombre, etc., sin embargo, la relevancia de la inclusión del PCC como patrimonio de la humanidad ha hecho que los medios de comunicación lo tengan como parte de su agenda, en alguna medida ese nuevo concepto ha calado en el imaginario, lo que puede desencadenar una nueva forma de concebir el territorio o simplemente asociar esas características a su territorio tradicional, sea cual sea la percepción se hace necesario entender y apropiarse de esa nueva noción. Con respecto a eso Guerrero Tapia dice: “cuando aparece una circunstancia, un fenómeno, un concepto nuevo los grupos sociales, lo asimilan y lo procesan para poder comunicarse”, también existe la posibilidad de que los campesinos no hayan oído hablar de ese concepto o no les merezca importancia. (2013).

“En varios escritos de difusión se señala la existencia de tres componentes: a) la información, que se refiere a la suma de conocimientos poseídos a propósito de un objeto social, así como a su calidad; b) el campo de representación, que expresa la organización del contenido de una representación, la jerarquización de sus elementos y el carácter más o menos rico de éstos; y c) la actitud, que expresa la orientación

positiva o negativa frente a un objeto. Asimismo, ahí emergieron dos de los conceptos fundamentales de la teoría: objetivación y anclaje.” (García 2007, p 160)

Las sociedades son el resultado de procesos históricos modelados por el discurso. La apropiación del discurso de un determinado grupo de personas los cohesiona, ejemplo de ello: las nacionalidades, los movimientos juveniles, etc. En la medida en la que nuevas nociones se permeen a los grupos sociales, sus miembros irán volcándose a comprenderlas, son determinantes varios procesos: el reconocimiento, la comprensión y la valoración. Para que las sociedades apropien para sí nociones nuevas, es necesario que apliquen los conceptos de objetivación y anclaje.

“Objetivación (lo social en la representación): este proceso va desde la selección y descontextualización de los elementos, ideas o conceptos hasta formar un núcleo figurativo que se naturaliza enseguida; es decir, los conceptos abstractos, relaciones o atributos son transformados en imágenes concretas.” Y Anclaje (la representación en lo social): con el anclaje la representación social se liga con el marco de referencia de la colectividad y es un instrumento útil para interpretar la realidad y actuar sobre ella. Este proceso permite que los eventos y objetos de la realidad que se presentan como extraños y carentes de significado para la sociedad, se incorporen en su realidad social. A través del proceso de anclaje, la sociedad cambia el objeto social por un instrumento del cual pueda disponer, y este objeto se coloca en una escala de preferencia en las relaciones sociales existentes (Moscovici, 1961).”

(Materón, 2008, PP 246, 247)

La objetivación es la descripción que los individuos hacen de los objetos o nociones que está provista de los conocimientos previos. En cuanto al anclaje, es la forma en la que se

actúa de cara a la sociedad a partir de esa noción o ese objeto. Básicamente hay un componente cognitivo y uno social.

“\* Su componente cognitivo primeramente: la representación supone, lo hemos dicho, un sujeto activo, y tiene desde ese punto de vista una «textura psicológica» (Moscovici, 1976:40), sometida a las reglas que rigen los procesos cognitivos.

\* Su componente social en seguida: la puesta en práctica de esos procesos cognitivos está determinada directamente por las condiciones sociales en que una representación se elabora o se transmite y esta dimensión social genera reglas que pueden ser muy distintas de la «lógica cognitiva».” (García 2007, p 160)

Por medio de las representaciones sociales se puede llegar a saber qué es lo que piensan los campesinos del Paisaje Cultural Cafetero, su entorno y ellos mismos. Pero también como se enfrentan a la vida social. Cabe aclarar, que si bien la lógica cognitiva puede distar de las reglas sociales, ese no fue el objetivo de esta investigación.

#### **4.2 Información en medios digitales**

En Colombia el periodismo digital está en auge, la gran mayoría de los medios de comunicación tradicionales tienen portales en la red. Y cómo no, si según ntn24.com, el 80% de los colombianos tiene acceso a internet. Sin duda una gran oportunidad de negocio para las empresas mediáticas. Es más, hay una variada oferta de medios que nacieron pensados para internet en el país, ejemplo LASillaVacía.com, KienyKe.com, y un sin número de blogs y otras páginas. Algunos hablan que la tendencia es a que los medios tradicionales vayan perdiendo vigencia, en la medida en que la red permite a cualquiera hacer medios de comunicación digitales.

“Se ha vuelto un lugar común decir que con Internet cualquiera puede ser un editor, que no se requiere una rotativa de 10 millones de dólares para producir y distribuir contenido. También se ha vuelto un lugar común decir que cada vez más el periodismo se está produciendo fuera de los medios tradicionales. Esos lugares comunes (que no por comunes son falsos) sirven para demostrar que es el entorno tecnológico y no los medios el que está redefiniendo el perfil y las habilidades de los periodistas, y de cualquiera que quiera generar contenido en la Web”. (Briggs, 2007, p. 4)

La función de los medios digitales es en esencia la misma de los tradicionales, la de informar. Sin embargo, los medios digitales tienen algunas características que los destacan. En los textos está la posibilidad de la hipertextualidad, es ahondar en un tema al hacer click sobre una palabra. Lo que permite hacer una red de información, dependiendo los intereses. O ir directamente a los contenidos que el usuario requiere. Incluso hay sitios especializados en determinados temas: deportes, ciencias, cultura, etc.

“Pocos momentos de la historia de la humanidad han sido tan revolucionarios en términos de la información y el conocimiento como el periodo que vivimos actualmente. Internet ha irrumpido como una gran fuerza transformadora, creando un nuevo ambiente, que marca la transición de la sociedad industrial a la sociedad digital o del conocimiento. En esa transición, los medios de masas, que aparecieron en una época de escasez de información, han perdido control y poder a manos de individuos conectados en redes”. (Calmon, 2009, p. 6)

La razón de la variada oferta informativa en la red, es la libertad que le da a los usuarios de crear contenidos y compartirlos. Lo que permite la democratización de un derecho de los colombianos en manos de pocos. La Constitución Política de Colombia consagra en su

artículo 20 “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación”. Permitiendo dar visibilidad a puntos de vista distintos a los de los medios hegemónicos, resolviendo así una de las preocupaciones planteadas en los primeros capítulos de esta investigación: la participación de la bases en la construcción del discurso desde los medios. No obstante, para 2012 KienyKe.com publicó un estudio en el que revela los 10 medios digitales más visitados en Colombia, de ellos nueve corresponden a los portales en red de los medios más consumidos de forma tradicional: ElTiempo.com, ElEspectador.com, CanalRcnMsn.com, ElColombiano.com, Semana.com, CaracolTV.com, El Pais.com.co, Caracol.com.co son los primeros ocho; KienyKe.com, el único no tradicional, aparece el puesto nueve; y otro tradicional cierra la lista ElHeraldo.com. Lo anterior contrasta con la Calmon, en la cita anterior, que dice que los medios tradicionales han perdido fuerza; todo lo contrario, la ratifican en la red.

Han pasado ya dos años, y es probable que haya cambiado la lista, pero se evidencia que los medios tradicionales tienen mucha fuerza en la red. Lo que no convierte a internet, al menos por el momento, en un espacio donde la gente se informa con contenidos alternativos masivamente. En la Declaración Universal de los Derechos Humanos expedida por la Organización de las Naciones Unidas, ONU, en 1948 hay un artículo que dice “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”. La ley garantiza la libertad de expresión, pero las condiciones no están dadas plenamente en la red para la difusión de ideas. Por lo tanto la información en la red no dista de la misma problemática de la de los medios tradicionales y el discurso se cuenta privilegiando a las fuentes oficiales en internet.

El auge del periodismo digital llega en un momento histórico importante, la normatividad de muchos países y la de las instituciones globales acordaron la libertad de expresión, sumado esto a la gran capacidad de la red de llegar a distintos lugares lo hacen una herramienta importante para llevar sin límites de espacio a gran cantidad de personas y eso permite la diversidad de voces, por tanto la construcción de un discurso más inclusivo. El periodismo digital, en gran medida, ha puesto a competir el monopolio de grandes grupos económicos, con un periodismo más plural. “El periodismo dejó de ser monopolio de los periodistas, de las empresas de medios. Cualquiera persona puede crear un medio” (Calmon, 2009, p. 6). Pero no deja de ser una pelea de tigre con burro amarrado, por hacer una analogía.

El periodismo digital, no ha desplazado hasta hoy al tradicional, muchos de los medios tradicionales lo que hacen es cohabitar entre lo análogo y lo digital. Muchos son los ejemplos que se pueden dar: Caracol Radio, Revista Semana, RCN televisión, etc.

“Internet ha estremecido los cimientos económicos de los medios tradicionales, pero además –en esencia– ha abierto a la sociedad, en general, y a los periodistas, en particular, nuevas posibilidades y formas de contar historias. De paso, ha roto el paradigma de la comunicación unidireccional de “nosotros hablamos, ustedes escuchan”. Pero esas nuevas formas de contenido requieren el desarrollo de nuevas habilidades.” (Briggs, 2007, p. 3)

Qué ventaja deja la llegada de la prensa digital “Otras formas de participación e interacción, como los comentarios en los sitios Web de los medios tradicionales, se han convertido en un problema, y plantean interrogantes importantes que no son exclusivos de América Latina, como el anonimato y la responsabilidad por el contenido generado por estos.” (Franco, 2009, p. 10) Una ventaja del periodismo digital, es al tiempo una desventaja

se trata de la posibilidad de la interacción de los productores de contenidos y los consumidores, no solo se pueden dar mensajes de felicitación o críticas constructivas a l trabajo sino también mensajes delicados o amenazas en contra de los periodistas o los medios.

Medios digitales: esos avances y transformaciones de los medios a través de la historia, que fueron mencionados anteriormente, entran a jugar aquí. Un medio digital en sí es como cualquier otro, cumple la mismas función la de informar. Sin embargo, es evidente que hay diferencias entre los convencionales y los que están en línea. “La mayor experiencia de la prensa en el ámbito digital ha hecho que ésta partiera con cierta ventaja con respecto a los demás medios en cuanto a la calidad y amplitud informativa de sus contenidos en el medio *on line*” (Barrer, 2004: P 407) eso significa que tiene la posibilidad de contar con más voces y fuentes que los medios tradicionales. Acá no hay límite de espacio y tiempo, como en radio, televisión o prensa.

### **4.3 Paisaje cultural**

El libro Ecología del Paisaje conceptos, métodos y aplicaciones da un primer acercamiento a lo que es el paisaje, definiéndolo como: “Porción de espacio concerniente a la escala de actividades humana. Viene definido por su heterogeneidad espacial y temporal, por las actividades humanas que en él se desarrollan y por su ambiente” (Burdel, 2002, p. 125)

El paisaje entonces es la percepción sensorial de los seres humanos, que además están en constate relación con el espacio. En la medida que hace parte del desarrollo de todos los individuos, también es responsabilidad de los estados y las entidades globales garantizar el adecuado manejo y su preservación. Es así como en Colombia la Constitución política y las leyes salvaguardan el derecho de los seres humanos a vivir en un medio ambiente sano.

“ARTICULO 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.”

Por otro lado pareciera que el medio ambiente, en sí, es provisto de derecho, casos como el la República del Ecuador dónde la nueva Constitución Política, en un hecho sin precedente, convierte a la naturaleza en sujeto de derecho “Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observaran los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda. El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.”

Se ha hablado mucho de medio ambiente y naturaleza, que de Paisaje cultural. El pilar del paisaje, es la naturaleza, y para que los seres humanos puedan gozar de un medio ambiente sano es vital su conservación, por esa razón es importante reseñar lo que está pasando en Colombia y América latina con respeto a los cuidados del hábitat de los seres humanos y otras especies.

Ya habiendo puesto en contexto el tema del paisaje cultural, ahora sí su definición el Instituto de Patrimonio Cultural de España dice: “Se entiende por paisaje cultural el resultado de la acción del desarrollo de actividades humanas en un territorio concreto, cuyos componentes identificativos son: El sustrato natural (orografía, suelo, vegetación, agua); Acción humana: modificación y/o alteración de los elementos naturales y construcciones para

una finalidad concreta; Actividad desarrollada (componente funcional en relación con la economía, formas de vida, creencias, cultura” (2001). El Paisaje Cultural cafetero cumple con lo anterior. Sin embargo, no solo demostrando eso se cumple con los requisitos para incluirlo dentro de la lista de patrimonios de la UNESCO

Para que un Paisaje Cultural pueda hacer parte de la lista de patrimonios de la Humanidad tiene que cumplir con al menos uno de los valores universales excepcionales ellos son:

“(i) representar una obra maestra del genio creador humano; (ii) atestiguar un intercambio de valores humanos considerable, durante un periodo concreto o en un área cultural del mundo determinada, en los ámbitos de la arquitectura o la tecnología, las artes monumentales, la planificación urbana o la creación de paisajes; (iii) aportar un testimonio único, o al menos excepcional, sobre una tradición cultural o una civilización viva o desaparecida; (iv) ser un ejemplo eminentemente representativo de un tipo de construcción o de conjunto arquitectónico o tecnológico, o de paisaje que ilustre uno o varios periodos significativos de la historia humana; (v) ser un ejemplo destacado de formas tradicionales de asentamiento humano o de utilización de la tierra o del mar, representativas de una cultura (o de varias culturas), o de interacción del hombre con el medio, sobre todo cuando éste se ha vuelto vulnerable debido al impacto provocado por cambios irreversibles; (vi) estar directa o materialmente asociado con acontecimientos o tradiciones vivas, ideas, creencias u obras artísticas y literarias que tengan una importancia universal excepcional. (El Comité considera que este criterio debería utilizarse preferentemente de modo conjunto con los otros criterios); (vii) representar fenómenos naturales o áreas de belleza natural e importancia estética excepcionales;

(viii) ser ejemplos eminentemente representativos de las grandes fases de la historia de la tierra, incluido el testimonio de la vida, de procesos geológicos en curso en la evolución de las formas terrestres o de elementos geomórficos o fisiográficos significativos; (ix) ser ejemplos eminentemente representativos de procesos ecológicos y biológicos en curso en la evolución y el desarrollo de los ecosistemas terrestres, acuáticos, costeros y marinos y las comunidades de vegetales y animales terrestres, acuáticos, costeros y marinos; (x) contener los hábitats naturales más representativos y más importantes para la conservación in situ de la diversidad biológica, comprendidos aquellos en los que sobreviven especies amenazadas que tienen un Valor Universal Excepcional desde el punto de vista de la ciencia o de la conservación .” (Unesco, 2005)

El Paisaje Cultural Cafetero cumple con los valores V y VI, además entra en la definición de paisaje de la Unesco “El paisaje cultural es una realidad compleja, integrada por componentes naturales y culturales, tangibles e intangibles, cuya combinación configura el carácter que lo identifica como tal, por ello debe abordarse desde diferentes perspectivas”

La cartilla Paisaje Cultural Cafetero publicó la lista de los municipios que hacen parte del PCC:

“Quindío: Armenia, Buenavista, Calarcá, Circasia, Córdoba, Filandia, Génova, Montenegro, Pijao, Quimbaya, Salento; Risaralda: Apia, Balboa, Belén de Umbría, Dosquebradas, Guatica, La Celia, Marsella, Mistrató, Pereira, Quinchía, Santa Rosa de Cabal, Santuario; Caldas: Anserma, Aguadas, Aránzazu, Belalcázar, Chinchiná, Filadelfia, La Merced, Manizales, Neira, Pácora, Palestina, Riosucio, Risaralda, Salamina, San José, Supía, Villamaría, Viterbo; Valle del Cauca: Alcalá,

Ansermanuevo, Argelia, Caicedonia, El Águila, El Cairo, Sevilla, Trujillo, Ulloa”  
(2010).

## CAPÍTULO V

### 5. MARCO METODOLÓGICO

#### 5.1 Tipo de estudio

La investigación contó con dos objetos de estudio, uno la noción de los campesinos del PCC y otro el contenido noticioso de los medios de comunicación. Por lo tanto el tipo de estudio usado fue mixto. Para reconocer los elementos de los medios de comunicación digitales que sirvieron para esta investigación se usó la categoría de análisis de contenido. “Un análisis de contenido es una herramienta metodológica rigurosa y sencilla que supone someter la capacidad interpretativa del investigador a una disciplina orientada técnicamente” (Jiménez, 2004, p 47). Haciendo un parafraseo del libro *La Practica Investigativa en Ciencia sociales* un análisis de contenido se hace en tres niveles: superficie, analítico e interpretativo; es necesario cuestionar las afirmaciones, ordenar las formulaciones por afinidad, y por último comprender el sentido. El análisis de contenido brindó la posibilidad de hacer un minucioso estudio del trabajo presentado al público en los medios digitales de la región.

El otro aspecto importante para la investigación fue el discurso de los campesinos con respecto al PCC, los grupos sociales tienen en alguna medida, una noción generalizada de los fenómenos que rodean sus vidas. Como es el caso campesino, un grupo que comparte características sociales similares se hizo necesaria una investigación etnográfica.

“La Investigación etnográfica: tiene como característica básica su preocupación por el tema cultural. Uno de sus desarrollos más sistemáticos debe a Spradley (1978). La idea central es contar con un inventario de tópicos culturales que a la hora de iniciar el trabajo de campo permitan hacer un barrido completo de esa dimensión en el grupo humano objeto de estudio” (Sandoval, 1996, p 120).

Dentro del desarrollo de la investigación etnográfica se identificaron las representaciones sociales de los campesinos en el paisaje cultural cafetero, con eso se dio solución a unos de los objetivos específicos planteados para resolver este trabajo.

Fue de gran importancia el contacto directo con los campesinos para el desarrollo de esta investigación, ellos de viva voz manifestaron sus puntos de vista sobre la realidad que hoy tiene en la lista patrimonial de la humanidad.

## 5.2 Enfoque

Desde el principio esta investigación se planteo interpretar los discursos de los medios de comunicación y los campesinos con respecto al PCC, por lo tanto fue indispensable emplear un enfoque que permitiera desarrollar de la forma más confiable posible un análisis y sistematización de la información con la que se está trabajando. Es así como para efectos de esta investigación se planteo un enfoque cualitativo:

“(…) es el acceso al conocimiento sobre la realidad social y cultural que permite captar el punto de vista de quienes la producen y la viven. Así mismo reconoce que el acceso al conocimiento de lo específicamente humano se relaciona con un tipo de realidad epistémica cuya existencia transcurre en los planos de lo subjetivo y lo intersubjetivo y no solo lo objetivo. Todo lo anterior se traduce en la necesidad de adoptar una postura metodológica de carácter dialógico en la que las creencias, las mentalidades, los mitos, los prejuicios y los sentimientos, entre otros, son aceptados como elementos de análisis para producir conocimiento sobre la realidad humana. En ese orden de ideas, problemas como el de descubrir el sentido, la lógica y la dinámica de acciones humanas concretas, se convierte en una constatación desde las diversas búsquedas de calificadas de cualitativas” (Sandoval, 1996, p 32 – 33)

El trabajo de investigación hizo un análisis de contenido de los medios e identificó las representaciones sociales, lo que tuvo que ver con apreciaciones subjetivas. Por ende el enfoque que se le dio fue cualitativo.

### **5.3 Población**

Según la revista Paisaje Cultural Cafetero: el Paisaje cuenta con un área total de 348.120 hectáreas, entre una zona principal y una de amortiguamiento. Con un total de 51 municipios en los departamentos de Valle del Cauca, Risaralda, Quindío y Caldas. Con una población de 301.822 habitantes en su área principal. El Municipio de Calarcá en el departamento del Quindío hace parte del Paisaje. En el departamento del Quindío 13.058 habitantes.

Para efectos de la investigación se usó un tipo de muestra intencional y se seleccionaron dos municipios: Calarcá, en el departamento del Quindío y Santa Rosa de Cabal en el departamento de Caldas. Calarcá se escogió por ser uno de los municipios con mayor producción de café en el Quindío y tener una de las fiestas más representativas de la región, lo que permite a sus habitantes estar relacionados con la economía en torno al café y la cultura. Algunos datos del municipio: según el sitio web de la alcaldía de Calarcá, el municipio tiene una extensión total: 219.23 km<sup>2</sup> divididos en 2.44 km<sup>2</sup> de extensión área urbana y 216.79 km<sup>2</sup> de extensión área rural. Además cuenta con 27 veredas y 2 centros poblados: La María y La Bella. La página web de la Universidad del Quindío dice, por su parte que el municipio cuenta con una población de 76,867 habitantes distribuidos así: 57,374 habitantes en el área urbana y 19,493 en el área rural.

La vereda escogida para la investigación se llama La Bella, básicamente porque en ella se desarrollan dos de las más importantes actividades económicas de la región: el turismo y el cultivo del café. Además por la cercanía a la cabecera municipal, Calarcá, donde se evidencian importantes actos culturales entre ellos, el más representativo, las Fiestas del

Café, es así como los pobladores de el sitio tienen la información que se necesita recopilar para esta investigación.

El municipio de Santa Rosa de Cabal, es un pueblo de tradición cafetera del departamento de Risaralda, se evidencian rasgos culturales muy arraigados en la identidad. El medio de transporte por ejemplo: el yEEP es el medio de transporte que se usa con frecuencia para ir de la cabecera a los diferentes puntos de su zona de influencia. Además otro punto a favor, por el cual se tomó la decisión de hacer la investigación en el punto fue su cercanía al punto más cafetero de la región, el municipio de Chinchiná, en el departamento del Caldas. Según el portal oficial del municipio, [santarosadecabal-risaralda.gov.co/](http://santarosadecabal-risaralda.gov.co/), Santa Rosa de Cabal tiene una extensión de 486 km<sup>2</sup> y una población de más de 72.000 habitantes.

#### **5.4 Muestra**

La muestra que se empleó para esta investigación fue de 10 personas para las representaciones sociales, 5 de Calarcá, Quindío y 5 de Santa Rosa de Cabal, entre hombres y mujeres que tuvieran alguna relación con la economía local, desde amas de casa hasta directores de cooperativas de cafeteros. Para el análisis de contenido se escogieron 9 noticias de la Tarde y 9 de la Crónica del Quindío de los meses de enero, febrero y marzo de este año, que tuvieran que ver con el PCC. La muestra fue intencional.

Periódico La Crónica del Quindío digital: los medios tradicionales de comunicación, en esos tiempos coexisten con los digitales, las noticias que van a ser analizadas en este trabajo van a ser las que se encuentren en la plataforma virtual de La Crónica del Quindío. El periódico más tradicional del departamento del Quindío.

La Tarde: es un medio tradicional de Pereira que sirve a los habitantes del departamento de Risaralda. Circula en formato tabloide todos los días en la tarde. También dio el salto y se amoldo a las necesidades actuales y a la par de su versión física, también tiene una digital.

### **5.5 Técnicas de recolección y análisis**

Para reconocer el enfoque que los medios de comunicación digitales le dan a las noticias que abordan el tema del Paisaje Cultural Cafetero, se hizo necesaria una matriz de contenido. En cuanto a Identificar las representaciones sociales que los campesinos tienen sobre el Paisaje Cultural Cafetero y ellos mismos, se utilizó la entrevista semiestructurada.

En el párrafo anterior se hizo relación entre los objetivos específicos planteados y las herramientas con las que se cumplieron. Con la combinación de ambas herramientas se concretó un tercer objetivo: comparar las representaciones sociales de los campesinos que hacen parte del Paisaje Cultural Cafetero con los contenidos de los medios digitales de la región cafetera que hablan de ellos y de su entorno

### **Matriz de Contenido**

Con la matriz de contenido se llevó un orden de las noticias que fueron analizadas, y se pueden evidenciar los temas y las fuentes más empleadas o que más se abordan cuando se habla del paisaje. Cada cuadro tiene el título de la noticia. La fecha del análisis, la fecha de publicación del artículo, el tema abordado: que puede ser económico, social, político, etc.; el nombre del periódico, un código se formó de varios componentes: las iniciales del periódico, La Tarde (LT), La Crónica (LC), otro la fecha los meses: enero (EN), febrero (FE), marzo (MR), abril (AB), mayo (MY), junio (JN), julio (JL), agosto (AG), septiembre (SE), octubre (OC), noviembre (NO) y diciembre (DI). Y la fecha. Por ejemplo una noticia de La Patria Publicada el 31 de enero de 2014 tendría el siguiente código: LP31EN14. La matriz tiene

varias casillas. Texto: se divide por párrafos y va la totalidad de cada uno. Palabras clave: de cada párrafo se sacaron las palabras más importantes, así se relacionaron con el tema central, el PCC. Tópico: se estableció el tema central de cada párrafo. Macro segmentos: en esta casilla confluyen la relación entre los párrafos y datos de interés como el tipo de fuente y noticia. Datos de contexto: en ese cuadro se aclaran siglas o palabras que fueron necesarias para entender la totalidad del párrafo. Ver plantilla cuadro Matriz de contenido como Anexo

### **Entrevista Semiestructurada**

Con esta técnica se buscaron respuestas a temas muy puntuales, principalmente los que competen a territorio, cultura y economía. Los datos como edad y nivel educativo sirvieron a la hora de analizar los conceptos que expresaron los entrevistados. En el cuadro de respuestas hay varios elementos. Una pregunta formulada, en frente un espacio para la respuesta, donde se transcribieron literalmente lo que contestaron los entrevistados; el siguiente es para las palabras clave en cada respuesta, ahí se pusieron las palabras más destacadas en las respuestas; tópico se identificó el foco de su respuesta. Macrosegmento, se hizo una relación entre todas las representas y hacia que factor o tema apuntaron. Por último los datos de contexto, dónde se aclararon palabras importantes para entender cada respuesta.

Las preguntas fueron: ¿Qué es para usted el territorio? Buscaba conseguir una respuesta que diera como resultado de que territorio se siente parte, y que elementos reconoce. ¿Qué es para usted el PCC? Con esta pregunta se buscaba identificar el reconocimiento de los campesinos a esa realidad y como lo sumían. ¿Qué elementos culturales destaca de la región? Implícitamente también se podría obtener una respuesta de que es cultura para el entrevistado, y explícitamente como se manifiesta. ¿En qué parte del sector productivo se encuentra? Una de las partes más importantes del PCC es el trabajo de los hombres y mujeres que lo hacen posible, con esta pregunta se buscaba que además de decir cuál era su labor,

también la describiera un poco y ahí identificar elementos del paisaje. ¿Qué opina del relevo generacional? En esta la importante era identificar la opinión acerca de la continuidad o pérdida de los valores tradicionales asociados al trabajo entorno al café. Ver esquema entrevista semiestructurada Anexo 2.

## CAPÍTULO VI

### INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

En el enfoque de los periódicos La Crónica del Quindío y La Patria con respecto al PCC prepondera las instituciones y las autoridades dentro de sus discursos, sin darle voz a los campesinos en ninguna de las 18 noticias analizadas. En ese sentido el discurso es construido desde un solo punto de vista, el oficial.

*“El presupuesto, que fue aprobado durante el consejo de ministros que se llevó a cabo en el Quindío, beneficiará a los cuatro departamentos y 47 municipios que abarca el denominado Paisaje Cultural Cafetero.”* (Conpes para el Paisaje Cultural Cafetero con \$104 mil millones, del 14 de febrero de 2014, [www.lacronicadelquindio.com](http://www.lacronicadelquindio.com))

Este es un fragmento de una de las noticias que se analizaron para esta investigación, titulada: *Conpes para el Paisaje Cultural Cafetero con \$104 mil millones*, del 14 de febrero de 2014, de la Crónica del Quindío, en esta como en la mayoría, se evidencian tomas de decisiones de las autoridades con respecto al PCC, pero no se desarrolla, a lo largo de la noticia, la problemática que se va a combatir con la implementación de las políticas dictada por los dirigentes tanto en el ámbito regional como nacional. En esta noticia se evidencia que la representación social del PCC en los medios está ligada al territorio. La objetivación, que según Materón (2008), “es un proceso va desde la selección y descontextualización de los elementos, ideas o conceptos hasta formar un núcleo figurativo que se naturaliza enseguida; es decir, los conceptos abstractos, relaciones o atributos son transformados en imágenes concretas” (p 426). se evidencia en la relación del PCC con el territorio.

*“El plátano es un elemento típico de las comidas nuestro municipio. En los primeros años, de la segunda fundación entre más plátanos se tuviera sembrados en*

*la casa, más prestigio se tenía. En esa época era común atender a los invitados con aperitivos hechos de plátano. Además este alimento nos acerca también a la cultura pacífica y caribe”, dijo a LaTarde Lisandro López Martínez, organizador del evento, y encargado de los temas de patrimonio y Paisaje Cultural Cafetero en el Instituto Municipal de Cultura.” (Cocina tradicional del PCC, 25 de enero de 2014, latarde.com)*

Este fragmento de la noticia titulada: ***Cocina tradicional del PCC***, de La Patria, publicado el 25 de enero de 2014, hace un pequeño repaso histórico por uno de los componentes de la cultura cafetera, el plátano. Otra característica importante de esta noticia es que se le da voz a actores distintos a las autoridades, personas comunes y corrientes que van a tomar un taller de cocina, no obstante no son campesinos, por lo que esa mirada tampoco está reflejada. Otras noticias que hablan de temas culturales mencionan o enumeran algunos de los valores tradicionales, cómo la música y las artes, sin embargo no ahondan en esos temas. El anclaje que según Moscovici, citado por (Materón, 2008, p. 427). C

“...con el anclaje la representación social se liga con el marco de referencia de la colectividad y es un instrumento útil para interpretar la realidad y actuar sobre ella. Este proceso permite que los eventos y objetos de la realidad que se presentan como extraños y carentes de significado para la sociedad, se incorporen en su realidad social. A través del proceso de anclaje, la sociedad cambia el objeto social por un instrumento del cual pueda disponer, y este objeto se coloca en una escala de preferencia en las relaciones sociales existentes”

En la noticia de cocina tradicional, el medio hace un anclaje del PCC y es básicamente el reconocimiento de valores culturales dentro de ese territorio.

“Ritmos como el bambuco, pasillo, guabina y el torbellino son aprendidos por niños y jóvenes de la región.” (Formación en músicas del Paisaje Cultural Cafetero, del 25 de febrero, [www.latarde.com](http://www.latarde.com)) Fragmento de la noticia: **Formación en músicas del Paisaje Cultural Cafetero**, del 25 de febrero, de La Tarde, aquí no hay un desarrollo de los elementos culturales enumerados, sino una información elemental que no se desarrolla a lo largo del texto, la noticia buscaba contar a padres de familia de cursos para aprender música y oficios tradicionales para sus hijos, en eso quedó. Aquí el medio vuelve a hacer un anclaje al PCC desde la cultura, no obstante, los campesinos en sus dinámicas propias distan de apropiarse de esos valores culturales tradicionales.

Ante la pregunta ¿qué elementos destaca de su cultura? Andrés Felipe Mesa de 21 años contestó: “Que hace uno: beber, baila, de baile tropical, de Armando Hernández, merengue, salsa. El vallenato más que todo, es el más representativo” la mayoría de campesinos entrevistados, se identificaron con canciones foráneas. Por lo tanto su representación social de cultura, nada tiene que ver con lo que se escribió en esa noticia.

La plataforma digital de los medios La Crónica del Quindío y La Tarde se llena con los contenidos del medio análogo. Por lo tanto conserva la misma estructura. El análisis corresponde hacerlo con un enfoque tradicional; eso responde a que en el espacio virtual no hay elementos propios del periodismo en línea, como la hipertextualidad, la discreción espacial de la noticia, etc. Atañe analizar fuentes, forma y contenidos. En la mayoría de los textos, objeto de estudio, se privilegiaban las fuentes oficiales, principalmente las de cargos administrativos. Un ejemplo claro la noticia del periódico La Crónica del 13 de marzo de 2014, **Contratan mantenimiento de teleférico de Buenavista**, donde la gobernadora del Quindío Sandra Paola Hurtado habla de una inversión para intervenir un municipio parte del PCC

*“Respecto a la contratación la gobernadora señaló que el año pasado se abrió tres veces la convocatoria para contratistas que se encargaran del mantenimiento del teleférico, sin embargo, en todas esas ocasiones se declaró desierto el proceso porque los oferentes no cumplían con los requisitos. Este año se adjudicó el mantenimiento del teleférico a la empresa Sytecsa, la misma que lo construyó hace 7 años, tiempo que lleva sin ser utilizado.”* (Contratan mantenimiento de teleférico de Buenavista, 13 de marzo de 2014, [www.cronicadelquindio.com](http://www.cronicadelquindio.com))

Aparte de que el tema es trivial y nada tiene que ver, directamente, con el PCC, aquí se evidencia el protagonismo de las autoridades. En este caso se desdibuja todo un contexto y se habla de un teleférico que va a permitir la apreciación del PCC. El paisaje entonces es un espacio de inversión turística. Entonces en el tema económico se evidencia como anclaje, la actividad turística en torno al territorio.

Los medios construyen un discurso generalmente descriptivo de las políticas o decisiones tomadas por la autoridad, sin ahondar en la problemática que se pretende resolver o intervenir. Es así como las representaciones sociales encontradas en los medios tienen mucho que ver con lo que se dice desde las diferentes instancias del Estado.

La objetivación del PCC en los medios, se hace en una relación entre el término y el territorio o alguna particularidad cultural. La Crónica del Quindío el 28 de febrero publicó la noticia ***En Asia y Oceanía incluirán al Quindío en paquetes turísticos.***

*“Se trata de cuatro agentes de viajes y mayoristas del turismo que, al comienzo de esta semana (invitados por Proexport Colombia), recorrieron algunos de los municipios que integran el Paisaje Cultural Cafetero, PCC, y quedaron, según sus palabras maravillados, no solo por los parajes sino por la experiencia misma del cultivo del café y lo que ello implica, en cuanto a la idiosincrasia regional. En*

*especial, destacaron la imponencia del valle de Cocora y la belleza costumbrista del municipio de Salento.” (En Asia y Oceanía incluirán al Quindío en paquetes turísticos, 28 de febrero de 2014)*

Aquí se hace evidente que el paisaje se asocia al territorio. La objetivación de los medios es la de paisaje igual territorio. En este caso se mencionan territorios dentro del departamento del Quindío, generalmente no se presenta al PCC como una totalidad integrada por zonas de los departamentos que conforman el eje cafetero.

En cuanto al anclaje, está determinado por el reconocimiento de la existencia del mismo por parte de una autoridad, es decir, existe porque lo dicen desde las instituciones, no porque haya algunas características especiales que lo hacen particular. Que si bien en algunos momentos se menciona el cultivo del café, no se hace énfasis en su importancia.

Ya habiendo analizado los medios de comunicación, hacer falta identificar las representaciones sociales para dar solución al objetivo general. Al trabajar con los campesinos se propició un espacio de mutua confianza a través un lenguaje informal con la finalidad de que ellos se expresaran en los mismos términos que lo hacen en su diario vivir y así tener unas respuestas fluidas y sin pretensiones de impresionar.

“Por el contexto discursivo primeramente, es decir por la naturaleza de las condiciones de producción del discurso, a partir del cual será formulada o descubierta una representación. En la medida en que, en la mayoría de los casos, son producciones discursivas que permiten entrar a las representaciones, es necesario analizar sus condiciones de producción, y tener en cuenta que la representación recabada se produce en situación, para un auditorio, a quien pretende argumentar y convencer (el Grizeet al., 1987) y que la significación de la representación social dependerá por lo

menos en parte de las relaciones concretas que se verifican en el tiempo de una interacción” (Mugny y Carugati, 1985:23).

Los medios de comunicación, en su labor de llevar la verdad, preponderan un tipo de fuente, la oficial, a partir de la cual hacen producciones discursivas con la que buscan argumentar su interpretación del PCC. En cuanto a los campesinos, ellos elaboran su discurso a partir de sus vivencias y del previo conocimiento de algunas nociones. Como las del territorio del eje cafetero y el predominio del cultivo del café.

La noción de PCC que nace de un grupo de académicos para lograr la inclusión del paisaje en la lista de patrimonios de la humanidad es compleja y tiene que ver con tres elementos principalmente, el predominio del cultivo del café, el territorio y la cultura. A los campesinos se les preguntó que es el PCC, más de la mitad de los entrevistados asociaba el PCC al territorio, la zona cafetera, y al café como cohesionador del territorio. “Lo que tengo entendido, paisaje cafetero, o lo que dicen es lo que tiene que ver con Caldas, Risaralda y Quindío, y pues a eso le han agregado lo que tradicionalmente siempre ha existido que era las fincas, el cuento de la recolección de café, y todo el proceso del café.”

La respuesta de Rubén Ángel Gutiérrez, de Calarcá, Quindío, presenta los dos elementos fundamentales de las representaciones sociales: el la objetivación, que es la forma de llevar objetos y nociones a su interacción con la realidad, en ese caso asociada con el territorio cafetero dividido en tres departamento (faltó el Valle del Cauca) Caldas, Risaralda y Quindío, y la de anclaje, que tiene que ver con las relaciones en la sociedad con el objeto o noción, tiene que ver con el café como la figura que le da unidad a esa región. Es decir la explicación para que haya un PCC es el café, sin que toda la región cafetera haga parte del paisaje, bien en su área principal o de amortiguamiento, la respuesta no se aleja de lo propuesto por los académicos. Hay que tener en cuenta que el campesino no reconoce los 15 atributos del PCC

y los criterios que se usaron para delimitarlo. Y no los reconoce porque su respuesta no los evidencia.

Las representaciones sociales están determinadas por las relaciones de los individuos y las sociedades con el entorno, que se cimientan en los conocimientos previos y el rol que desempeña, es decir por una parte por el contexto ideológico y por otra por el lugar que el individuo o el grupo respectivo ocupa en el sistema social. Como citó (Claude, 2001) “La significación de una representación social está entrelazada o anclada siempre en significaciones más generales que intervienen en las relaciones simbólicas propias al campo social dado”

El campesino no maneja el mismo lenguaje que los académicos, por lo tanto no tendría porque conocer las convenciones que ellos usaron para presentar un paisaje como patrimonio de la humanidad. Pero si bien, entienden el PCC como una región geográfica de la que hacen parte algunos territorios, no pasa igual con la cultura, esta se asocia a lo más local a las fiestas de cada uno de los pueblos.

“Las fiestas son muy buenas, las fiestas aquí en Santa Rosa son muy chéveres. Se hacen comparsas, se hacen desfiles, se hacen trovas, viene mucha gente de otras partes, muy bueno. En cuanto a la música de pronto como gente de por acá mismo, del mismo Santa Rosa, rancheras y vallenatos. El vestido del campesino es normal como siempre, jean pantalones, camisas. No he participado en el desfile del yipao porque le toca tirarle muy duro al carro, a la gente le gusta que el carro se levante, acá hacen el yipao, pero los traen del Quindío o de Armenia, la fiesta cambia dependiendo del clima, las han estado variando, cada año las hacen.”

Respuesta de Hernando Antonio Rendón Pulgarín, de 56 años, del municipio de Santa Rosa del Cabal, que destaca las Fiestas de las Araucarias como principal elemento cultural de la región, en te caso re refería al municipio de Santa Rosa de Cabal, departamento de Risaralda, lo que se repetía en la mayoría de las respuestas, casi todos destacaban la Feria local. Sin embargo reconoce el aporte de otro municipio de la región a las fiestas de Santa Rosa, al decir que los yipaos los traen de Armenia, tiene presente un elemento cohesionador, pero no lo considera destacado, solo como parte de un evento. La cultura contribuye al PCC

como articuladora de procesos regionales que le dan unidad. La cultura cafetera para el mundo es uno de los beneficios que deja el PCC, la gastronomía, las danzas, las fiestas, son importantes para la inclusión en la lista de patrimonios. Incluso los valores ancestrales como al patrimonio arqueológico. La cartilla Paisaje Cultural Cafetero Colombiano lo destaca como un atributo del paisaje.

“Desde hace más o menos diez mil años, si tiene conocimiento de la presencia humana en el Eje Cafetero. Se han dado a conocer hallazgos de vestigios arqueológicos. La orfebrería y la cerámica son algunos. Los aportes de nuestros antepasados han sido desde la domesticación de plantas alimenticias y animales hasta la evolución de prácticas agrícolas como la producción de café” (2010)

Otro punto importante es el de la noción de patrimonio, el PCC es un patrimonio inmaterial, pero... ¿en los campesinos hay voluntad de preservarlo?. Se los cuestionó por el relevo generacional precisamente para contestar ese interrogante. “Yo digo que se están yendo a buscar empleo a otras partes, por aquí casi no hay empleo, ni en el campo” dice Marta Lucía Hernández, habitante de Santa Rosa de Cabal, Risaralda. Que las nuevas generaciones abandone el trabajo del campo, no es reprochado por la mayoría de los entrevistados, simplemente reconocen una problemática, que es la de la poca rentabilidad del café, lo que conllevaría a un cambio de actividad productiva del suelo y poner en riesgo el PCC, cosa que preocupa a los académicos pero no a los campesinos. Es decir, los campesinos no ven el PCC como un patrimonio.

Una de las mayores preocupaciones de los académicos es el bajo relevo generacional, expresado en su plan de majeo propuesto para preservar el PCC. Otro es la pérdida de saberes y técnicas tradicionales. Cuando los medios hablan de música autóctona se refieren a pasillos y bambucos, los campesinos dicen que hace parte de su cultura otro tipo de géneros: vallenatos, rancheras y popular, principalmente.

Una vez identificada las representaciones sociales de los campesinos y el enfoque de los La Crónica del Quindío y La Patria, se puede decir que los campesinos privilegian el tema del trabajo en torno al café al hablar del PCC, que están preocupados por los bajos precios del grano, y exigen soluciones al gobierno con respecto a ese tema. Y los medios de comunicación son replicadores de discursos oficiales y no informan sobre las problemáticas

del campo. El discurso de los medios está totalmente desarticulado de la realidad de las familias que trabajan en el campo del PCC.

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los temas que predominaban en ambos periódicos son los de política y turismo. Donde principalmente se exponen tomas de decisiones burocráticas con respecto al PCC. Inversiones en carreteras, mejoramiento de la calidad de vida, recursos desde el Estado para la conservación, iniciativas para fomentar el turismo, competitividad, etc. solo en un caso se hace una descripción ilustrativa de un elemento del PCC, la gastronomía.

Los medios de comunicación tradicionales privilegian cierto tipo de información, que se aborda generalmente desde la política, la economía o la cultura. En la herramienta de análisis de contenido, usada para esta investigación, se evidencia la preponderancia de los mismos. Los medios a los que se le aplicó el análisis son [www.lacronicadelquindio.com](http://www.lacronicadelquindio.com) y [www.lapatria.com](http://www.lapatria.com) que si bien son digitales, son reflejo de los periódicos impresos, medios tradicionales por excelencia. El PCC es un tema que trasciende a la actualidad, es ahora un aspecto inherente a la realidad de la región cafetera, por lo tanto hace parte de la agenda de los medios regionales.

Un paisaje productivo, con características tan particulares que lo hacen único en el mundo, y por tanto lo destaca de los demás, tiene que ser protegerlo integralmente. Eso quiere decir, garantizar que todos los eslabones y categorías que le hicieron posible, perduren en el tiempo. Uno de los atributos que son excepcionales, según la cartilla Paisaje Cultural Cafetero en su tercera edición, es “el predominio del café: expresa el influjo del uso de la tierra para cultivo de café sobre otros cultivos” actualmente con el precio del café en los mercados internacionales ese atributo está en riesgo. Cualquier cambio abrupto en el PCC pone en peligro su inclusión en la lista de patrimonios de la humanidad de la Unesco.

Los medios de comunicación no informan de los riesgos que está sufriendo del PCC en la actual coyuntura de la crisis del café, simplemente se encargan de difundir iniciativas gubernamentales para la preservación, sin ahondar en las repercusiones de la aplicación de las políticas dirigidas por los mandatarios ni las necesidades reales de la población dentro del PCC.

En las noticias analizadas, no se mencionan las condiciones de vida de los campesinos, únicamente se reproduce un discurso oficial. Generalmente no hay coincidencias en los dos aspectos más tocados por ambos. Escomía y cultura. Los medios por ejemplo, privilegian los temas que tienen que ver con turismo: parques temáticos, rutas, destinos, inversiones, vitrinas turísticas etc. En cambio los campesinos se enfocan en el problema del café y los bajos precios del mismo, el problema del agro, entre otros. En cuanto a la cultura, los medios destacan las músicas tradicionales, la gastronomía y las fiestas, pero pensadas en pro del turismo. En cambio los campesinos se interesan por las fiestas pero con componentes foráneos como canciones rancheras y vallenatos. Sin embargo son más descriptivos y hacen un recuento de cómo son y que se hace en ellas.

La investigación evidencia la falta de conocimiento de los campesinos sobre la trascendental importancia de su trabajo, de la noción de la complejidad de su realidad. Sin embargo son conscientes de que las nuevas generaciones no quieren seguir en el trabajo del campo, y buscan otro tipo de actividad económica. Se pone en riesgo el relevo generacional. De todo lo anteriormente dicho se puede hacer la sencilla relación entre la desmotivación del trabajo del campo con los bajos ingresos por los precios del café. En cuanto a eso no hubo ni una sola noticia del riesgo que corre el PCC con el bajo relevo generacional.

Se ha hecho necesaria la participación del gobierno para subsidiar la producción de café. Sin embargo los campesinos no están conformes. Otra herramienta de esta investigación fue

la entrevista semiestructurada, uno de los participantes contó que hay personas que reciben cantidades absurdas de dinero como subsidio. Nunca antes se había presentado una manifestación por parte de los cafeteros, pero dada las circunstancias en el 2013 hubo un paro nacional. No hay duda en que la caída de los precios del café en el mercado internacional pone en grave peligro el PCC.

Uno de los más importantes atributos del PCC está en riesgo, el cultivo del café. Sin embargo otro aspecto fundamental del paisaje es el patrimonio inmaterial: la cultura entorno a la industria cafetera. El acuerdo para la Prosperidad 043 del Ministerio de Cultura y la Presidencia de la República consagra la necesidad de educar a la población sobre el PCC. Pese a que van casi dos años desde la elaboración del acuerdo, las entrevistas demuestran que las personas no conocen que es el PCC.

La media de los entrevistados no pasa de educación básica primaria. Entre ellos hay conciencia de una crisis en el sector cafetero, es así como entienden que sus hijos y las nuevas generaciones no se interesen por los trabajos del campo. Varios tienen conciencia de un nivel más sofisticado de economía: bolsas, tasas cambiarias, aunque no necesariamente las entienden. Por otro lado Juan Carlos Salazar Bedoya, otro de los entrevistados, tiene un nivel educativo profesional y es el gerente de una cooperativa en el municipio de Santa Rosa del Cabal, Risaralda y comprende la necesidad de concretar esfuerzos para la continuidad del PCC.

“Las nuevas generaciones del relevo generacional, que nosotros lo vemos como un grave problema que afecta la caficultora a nivel mundial. Colombia es el país que veo más afectado, el ejemplo es nuestra cooperativa la mayoría de nuestros asociados ya han pasado de los 60, 70 años y los hijos de ellos son muy pocos lo que se han echado la bandera de los papás para seguir con esta situación cafetera, esto se ha hablado en diferentes partes y queremos

mostrarlo como un problema social a nivel regional y nacional, necesitamos que sea desde el gobierno que se den políticas especiales para que la gente ame el campo y se quede en el campo.”

En el caso del señor Juan Carlos Salazar Bedoya, si se ve una necesidad por la continuidad, que va más allá de la economía, por lo tanto, el nivel educativo, determina una visión del mundo más o menos articulada a la noción del PCC presentada por los ecdémicos a la Unesco. En el sí está presente la noción de PCC como patrimonio, y ve la necesidad de buscar políticas para su continuidad.

En la población campesina no hay una noción de territorio enmarcada en un los mismo conceptos de los catedráticos que le dieron forma al PCC, es decir, un territorio delimitado por atributos y cultura; en varios casos asocian el territorio y describen el territorio con un adjetivo, siendo “bonito” el predominante. Sin embargo hay conciencia de la existencia de una región cafetera.

Una de las preocupaciones expresadas en el planteamiento del problema era la falta de protagonismo de ciertos grupos sociales en los medios de comunicación, que aparte de informar sobre temas de actualidad quedan como registros históricos. En [www.lacronicadelquindio.com](http://www.lacronicadelquindio.com) y [www.lapatria.com](http://www.lapatria.com) no se evidencia el testimonio de quienes hacen en gran medida posible con su trabajo y esfuerzo el PCC. Los medios de comunicación son una importante fuente de información para muchos entender el mundo. Generalmente los medios presentan determinada información, en este caso desde el punto de vista de las autoridades.

En esta investigación se evidencia que los medios con los que se trabajó contemplan dentro de sus agendas el PCC, enfocándolo a los temas políticos, burocráticos, de instituciones, económicos y en culturales. Sin embargo, no se profundiza en ellos. Para dar un

ejemplo de lo banal del abordaje una noticia de la [www.lacronicadelquindio.com](http://www.lacronicadelquindio.com) que ellos ubican dentro del tema económico, pero que en realidad es un asunto burocrático, es decir político: “*Se instaló comité del Paisaje Cultural Cafetero. En la sala de juntas de la secretaría de Gobierno de Armenia se instaló oficialmente el comité municipal del Paisaje Cultural Cafetero, PCC. El nuevo organismo será el ente consultor y asesor del municipio de Armenia en los diferentes temas relacionados con el paisaje.*” Esta noticia de marzo 6 de 2014 en La Crónica del Quindío, titulada: *Se instaló comité del Paisaje Cultural Cafetero*, es una descripción de un formalismo. Hay que resaltar varios aspectos, el primero que es no se profundiza sobre temas clave, la necesidad del comité, el más importante, que función van a tener los miembros del comité, de qué corporaciones salieron entre otros.

En cuanto a la cultura, se evidencia como un tema meramente comercial, valor agregado a los servicios que la región ofrece, generalmente está muy asociado al turismo. Por otro lado se habla de la cultura, como un elemento aislado de la realidad del campo y del paisaje, en una noticia en La Patria se hablaba de formar a niños en valores tradicionales del PCC, nombraban algunos géneros musicales propios, pero más se enfatizó informar a los padres en como inscribirlos, y no en exponer esos valores tradicionales, o en evidenciar la vigencia de ellos en la región, etc.

La representaciones sociales son la forma en la que las personas explican lo que pasa a su alrededor. En esa medida están sujetas a la capacidad que tienen las personas de comprender el mundo. La educación da las herramientas. En el 80% de las entrevistas, los entrevistados tenían un nivel educativo que no pasaba de la primaria. Por lo tanto, sus representaciones sociales no eran muy elaboradas en términos teóricos.

Tienen la conciencia de que el trabajo del campo es importante, y muchos decían “sin campo no hay ciudad” sin embargo no tienen noción de una cultura entorno a ese trabajo. Eso

se evidencia en la aceptación de que las nuevas generaciones no se dediquen al trabajo del campo. Si no da plata no funciona. En palabras más sencillas el trabajo que hacen responde a la necesidad de ganar dinero para sustentar sus necesidades.

## **Recomendaciones**

Hay pensamientos se hacen habituales cuando las personas están expuestas a información que los refuerza. Llega un momento en que para muchos se generan ideas irremplazables y dan legitimidad a la información dependiendo la fuente de la que provenga. Eso se da porque los medios también refuerzan la idea de la fuente confiable. Hay que darle protagonismo a otras voces desde los medios.

El PCC viene regostándose en los medios de comunicación que abarcó esta investigación desde la retórica institucional. Siempre se registraba el trabajo y los testimonios de las autoridades; no así los campesinos han tenido un espacio para contarles a los lectores la mirada que ellos tienen del PCC.

Si lo que se busca es la conservación del PCC, hay que generar conciencia entre los directamente involucrados en esa realidad, en la importancia que tiene su trabajo para la consolidación de un proceso social de tal importancia que hoy es reconocido como patrimonio de la humanidad. Una vez generada esa conciencia es importante que sepan expresar las nociones que en su conjunto le dan forma al PCC. Por ejemplo, la noción de región cultural, que además está delimitada por ciertos criterios.

Al generar conciencia de la importancia del resultado de la producción del café no solo en términos económicos, no solo se podría generar en los campesinos un estímulo para su trabajo, sino un compromiso con el PCC. Sumado a eso hay que mejorar los pagos para estimular el trabajo entre los jóvenes. Es necesaria una vocería que lleve los intereses de los

campesinos al gobierno y ponga sus ojos en el campo. Esa vocería tiene que nacer del sentimiento campesino, por eso es necesaria la educación con el tema, para que tengan la capacidad de hablar con autoridad del tema.

La aplicación del acuerdo para la prosperidad 046 del Ministerio de Cultura y la presidencia de la República es urgente.

El papel de los medios de comunicación debe ser el de dar a conocer diferentes versiones sobre un mismo hecho, no solo ser la voz de las autoridades, es importante que en los medios de comunicación se pongan también otras voces. En el caso del PCC es muy importante que la gente conozca la percepción de la gente que lo hace posible, libremente de lo básico de su discurso; porque más allá de eso, en el campo hay un saber ancestral importante, digno de ser conocido por la gente de la región que no vive en el campo, y que serían de utilidad para el diario vivir.

## Bibliografía

Abric, J. (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. México D.F., México: Ediciones Coyoacán S.A. de C.V.

Barrea, C. (2004) *Historia del periodismo universal*. Barcelona, España: Editorial Ariel.

Briggs, M. (2007). *Periodismo 2.0*. Austin, Estados Unidos: Knight Foundation

Burel, F., y Baudry, J. (2002) *Ecología del Paisaje conceptos, métodos y aplicaciones*. Madrid, España: Ediciones Mundi- Prensa.

Calmon Alves, R. (2009). Impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina. Una reflexión en el contexto histórico de las redes sociales. En G. Franco. (Ed.), *El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina y El Caribe*. (pp. 6-8). Austin, Estados Unidos: Knight Foundation.

Colmúsica. (Productor). (2012). *La Nigua*, Grupo Monterrey. [Video en línea]. De <https://www.youtube.com/watch?v=qu2EhNTXhc4>.

Franco, G. (2009). *El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina y El Caribe*. Austin, Estados Unidos: Knight Foundation.

García Curiel, M. L., y Rodríguez Salazar, T. (2007). *Representaciones sociales. Teoría e investigación*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.

Instituto del Patrimonio Cultural de España (IPCE). (2003). Plan Nacional de Paisajes Culturales. Recuperado de <http://ipce.mcu.es/>

Jiménez Barrera, A., y Torres Carrillo A. (2004). *La Práctica investigativa en ciencias sociales*. Bogotá, Colombia: Universidad Pedagógica Nacional.

Kienyke. (2012). Top 10 de medios colombianos en la Web. Recuperado de <http://www.kienyke.com/>

Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá, Colombia: Unidad Editorial del Convenio Andrés Bello.

Materón, A. (2008, 2 de julio). Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa. *Geoenseñanza*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/>

Organización de la Naciones Unidas – ONU. (1948) Declaración Universal de los Derechos Humanos. Recuperado de <http://www.un.org/es>

Panóptico Social. (Productor). (2013). 07 *Dr. Alfredo Guerrero - Representaciones sociales*  
[Video en línea] De <http://panopticosocial.com/>

Presidencia de la República. (2005). Constitución Política de Colombia 1991. Recuperado de  
<https://www.presidencia.gov.co/>

Sandoval, C.A. (1996). *Investigación cualitativa*. Bogotá, Colombia: Instituto Colombiano  
para el Fomento a la Educación Superior.

Unesco. (2005). *Atributos de paisajes culturales*. Recuperado de <https://es.unesco.org/>

Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE. (2008). Constitución Política del Ecuador  
2008. Recuperado de <http://biblioteca.espe.edu.ec/>

Universidad Tecnológica de Pereira, Red Alama Mater – Red de Universidades Públicas del  
Eje Cafetero, Universidad del Quindío, Centro de Estudios e Investigaciones Regionales  
CEIR, Universidad del Valle, Universidad de Caldas, Universidad Nacional sede Manizales,  
Universidad La Gran Colombia sede Armenia, Universidad Católica de Colombia. (2010).  
*Paisaje Cultural Cafetero Colombiano*. Pereira, Colombia: Publiprint LTDA.

## Anexos

*Tabla 1*

Matriz de contenido

Título					
Fecha de análisis		Periódico		Tema	
Fecha de publicación		Código		Género y número	
Párrafo	Texto	Palabras clave	Tópico	Macro segmento	Datos de contexto
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					

*Tabla 2*

Tabla de análisis entrevista

Nombre					
Fecha de análisis		Nivel educativo		Edad	
Fecha de entrevista		Localidad		Número	
Pregunta	Respuesta	Palabras clave	Tópico	Macro segmento	Datos de contexto

¿Qué es para usted el territorio?					
¿Qué es para usted el PCC?					
¿Qué elementos culturales destaca de su región?					
¿Cuál es su participación en el sistema productivo?					
¿Qué opina del relevo generacional?					