

Entre el pasado y el mercado: representaciones sociales de la cultura cafetera en el sector turístico del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia

CAROLINA SALDARRIAGA-RAMÍREZ

Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira, Colombia

Este artículo examina la configuración y transformación de las representaciones sociales de la cultura cafetera en el contexto turístico del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCCC). Se propone una clasificación alternativa, representaciones sociales dominantes, arcaicas, residuales y emergentes, basada en la teoría de las representaciones sociales y los aportes de Raymond Williams sobre tradición selectiva. Se adopta un enfoque plurimetodológico que integra análisis documental, entrevistas, observación participante, encuestas y técnicas proyectivas y de análisis como el dibujo y las redes semánticas, aplicadas a empresarios del turismo, pobladores locales y turistas. Los resultados evidencian cómo diferentes formas de representación coexisten y se superponen temporalmente en el ámbito turístico, influenciadas tanto por discursos institucionales como por prácticas comerciales. Se identifican núcleos figurativos estables (café, familia, arquitectura tradicional, paisaje) y procesos diferenciados de objetivación y anclaje. La tipología propuesta permite entender cómo las representaciones se configuran, negocian y actualizan en contextos patrimoniales con usos turísticos. Se concluye que las representaciones sociales no son estructuras estáticas sino ensamblajes polifásicos y dinámicos que reflejan tensiones entre tradición, innovación, mercado y memoria colectiva. Finalmente, se plantea la necesidad de fortalecer una gestión patrimonial

que reconozca la dimensión paisajística y ecológica del PCCC, y que incorpore la dinámica evolutiva de los grupos culturales en contextos turísticos.

KEYWORDS: Representaciones sociales, cultura cafetera, patrimonio cultural, turismo, polifasia cognitiva, tradición selectiva.

El Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCCC) fue inscrito en la Lista de Patrimonio Mundial de la Unesco en el 2011 como ejemplo sobresaliente de adaptación humana a un entorno geográfico complejo, articulando prácticas productivas sostenibles, valores culturales y estructuras sociales asociadas al café en los Andes centrales. Esta declaratoria activó una serie de procesos, entre ellos, de turistificación, que reconfiguraron los sentidos atribuidos a la cultura cafetera, tanto por parte de los actores locales como por los visitantes.

Aunque existe una amplia literatura sobre Paisaje Cultural Cafetero y turismo rural, aún son escasos los estudios que examinan comparativamente cómo empresarios, pobladores y turistas construyen, negocian o disputan estos significados en un territorio patrimonializado. Este vacío resulta especialmente relevante, dado que el PCCC constituye uno de los paisajes agroproductivos reconocidos mundialmente por la Unesco, cuya identidad cultural es activamente recreada en el turismo.

El objetivo general de este estudio es analizar las representaciones sociales (RS) de la cultura cafetera entre empresarios, pobladores y turistas del PCCC, y comprender su papel en la configuración de productos, narrativas y prácticas turísticas así como su utilidad para la gestión patrimonial del área.

El artículo propone una tipología alternativa de RS, representaciones dominantes, arcaicas, residuales y emergentes, que dialoga con la teoría estructural de las RS (Abric, 2001) y con la teoría crítica de Raymond Williams (1988) sobre la tradición selectiva que considera su carácter dinámico, contradictorio y polifásico. Este modelo se introduce aquí, y se operacionaliza posteriormente en los resultados y la discusión, con el fin de establecer un puente conceptual entre la revisión teórica y el análisis empírico. A través de un enfoque plurimetodológico, se examina cómo distintos actores configuran, reproducen y transforman dichas representaciones, evidenciando tensiones entre tradición e innovación, autenticidad y mercantilización en la interpretación turística del PCCC. Los hallazgos aportan bases empíricas para fortalecer la planificación turística, mejorar las estrategias de interpretación del patrimonio y promover productos turísticos contextualizados para el área.

ANTECEDENTES CONCEPTUALES

La naturaleza dinámica y contradictoria de las RS se menciona de manera explícita en la literatura académica. Diversos autores, desde distintas perspectivas teóricas y empíricas, establecen que las RS no son entidades estáticas, sino construcciones en constante evolución (Del Carmen & Quintero, 2008; Foster, 2011; Jodelet, 2020; Mazzara, 2021; Roussiau & Valence, 2013; Rubira-García & Puebla-Martínez, 2018; Wachelke, 2012). Moscovici (1979) se apartó de la noción de representación colectiva de Durkheim (1898, citado por Farr, 1998) porque la consideraba demasiado estática e inmutable (Farr, 1998). Las RS cambian, evolucionan y se desarrollan a medida que son utilizadas y apropiadas por diferentes grupos sociales, al entrar en contacto con otras representaciones y con otras formas de conocimiento, como el científico (Foster, 2011).

Existen teorías específicas que explican la dinámica evolutiva de las RS. Por ejemplo, el enfoque estructural, a través de la teoría del núcleo central de Abric (2001), plantea que toda representación social se organiza en torno a un núcleo central relativamente estable, acompañado de elementos periféricos más cambiantes y sensibles al contexto. Esta estructura permite que las representaciones se ajusten y evolucionen frente a nuevas circunstancias, dotándolas de un carácter dinámico y heterogéneo (Piñero, 2008).

El modelo Toblerone (Bauer & Gaskell, 1999) entiende las RS como proceso y enfatiza la interrelación entre un sujeto que representa, un objeto representado y un proyecto grupal que se extiende temporalmente como motor del cambio. Desde esta perspectiva, se incorpora de forma explícita la dimensión temporal al marco teórico de las RS enfatizando la interacción social (Foster, 2011), y con ello se amplían las herramientas para analizar sus procesos de transformación y cambio (Cisternas, 2022). Este modelo dialoga muy bien con la teoría del núcleo central porque reconoce la importancia de los elementos periféricos como sujetos al cambio y representa este proceso a través de una figura tridimensional alargada (similar a una barra de chocolate Toblerone), mostrando cómo las RS atraviesan pasado, presente y futuro, captando la evolución de los significados de sentido común a lo largo del tiempo (Marková, 2017).

El modelo se ha ampliado hacia el *Toblerone pack* o “modelo de rosa de los vientos”, donde un mismo objeto puede ser el eje de distintas representaciones en diferentes

comunidades o momentos históricos, reflejando la pluralidad y divergencia de los puntos de vista sociales (Sammut, 2013). No obstante, los grupos tienden a crecer y fragmentarse; dentro de las subdivisiones emergen diversas estructuras triangulares dinámicas que coexisten, compiten, colaboran o entran en conflicto entre sí. Como resultado, distintos tipos de sentido común pueden prevalecer simultáneamente en diferentes subgrupos y evolucionar por rutas divergentes a lo largo del tiempo (Marková, 2017).

Un concepto relacionado con la evolución temporal de las RS por los cambios culturales y sociales que este implica es el de “espíritu del tiempo” (*zeitgeist*). Concibiéndolo como el clima intelectual, los hábitos de pensamiento, el conjunto de opiniones, ideas, juicios propios de una época determinada, Denise Jodelet (2020) lo incorpora en un análisis de la relación entre el concepto y las RS. La autora considera la representación como “contenido del espíritu del tiempo y/o como su resultado, es decir como sistema de ideas que orienta las posiciones del público” (p. 19). En esta perspectiva, Jodelet (2020) asume el cambio como constituyente de las RS y plantea que un locutor puede articular diferentes niveles de RS para forjar una visión de situaciones o de acontecimientos particulares.

La capacidad de las representaciones para incorporar contradicciones y ambivalencias está dada por la coexistencia de múltiples voces y significados dentro de un mismo campo representacional. Rubira-García y Puebla-Martínez (2018) exponen que tampoco hay representaciones puras, sino sistemas de representaciones en constante interacción y desarrollo. Para ellos, el consenso en RS incluye mecanismos de disenso sin los cuales no sedimentaría ni siquiera el núcleo del campo de la representación. Las contradicciones dentro de una representación se justifican dada su estructura compleja, activa y estable a la vez. El punto clave está en que las representaciones son un proceso y no un producto (Rubira-García & Puebla-Martínez, 2018).

Rose et al. (1995) debatieron la idea de consenso en la teoría y propusieron reemplazar la idea de representaciones fijas y homogéneas por la de un campo representacional dinámico, donde coexisten contradicciones, fragmentaciones, tensiones y ambivalencias, pero reconocen que, a pesar de esta diversidad, existe una base consensuada de significados históricos compartidos que permite el diálogo y la negociación entre las personas. Para ellos, el nivel de consenso no es lo mismo que un acuerdo general si no que, incluso en desacuerdo, los sujetos sociales saben de qué están hablando, a qué se están refiriendo.

Esta perspectiva de las RS ilustra cómo en el mundo social conviven simultáneamente ideas que reflejan tensiones sociales. Conviven tradición y modernidad e identidades múltiples. De hecho, “investigaciones sustanciales, incluyendo el trabajo de Jodelet (1991), Duveen y Lloyd (1990), De Rosa (1987) y Giami (1987), han demostrado cómo los temas de oposición pueden encontrarse en una amplia gama de representaciones sociales” (Rose et al., 1995, p. 151).

En el campo de los estudios patrimoniales, también se problematiza la coexistencia y negociación de ideas pasadas y presentes, con la integración de nuevas perspectivas. El concepto de tradición selectiva incorporado por Williams (1988) por ejemplo, implica elegir elementos específicos del pasado para dar forma a las narrativas presentes y futuras (Sebastián, 2014).

El concepto de hibridación cultural que introdujo García-Canclini (2001) reconoce también que las culturas no son entidades puras, sino procesos de mezcla donde coexisten tradiciones, modernidades y resignificaciones emergentes como fusión de prácticas ancestrales con innovaciones globales.

Si bien el reconocimiento de estas contradicciones y oposiciones se expone de manera directa en la literatura académica, en el campo de la teoría de las RS no es clara una clasificación que incorpore una explicación sobre cómo las RS se yuxtaponen a lo largo del tiempo en un contexto específico, como en el caso de los estudios culturales y patrimoniales. El modelo Toblerone propone un esquema de comprensión que incorpora la dimensión temporal pero no las ayuda a delimitar.

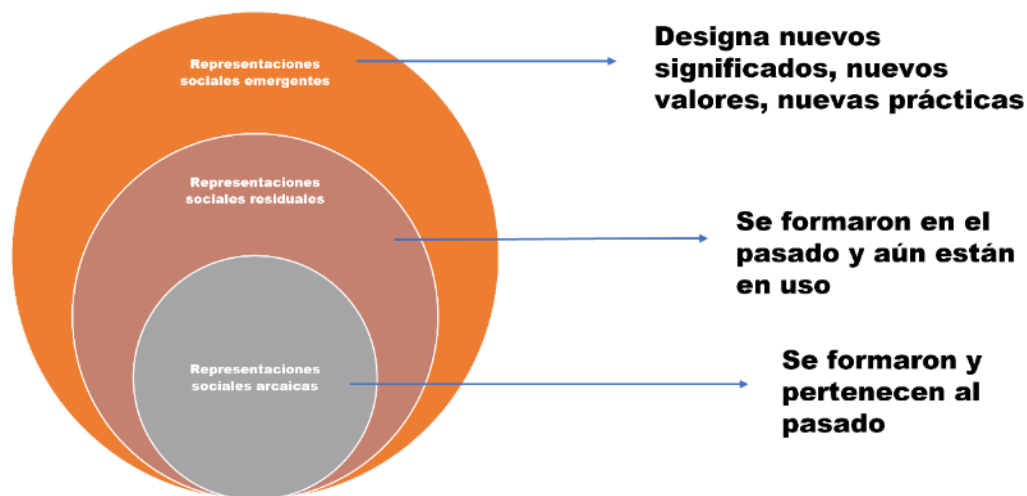
A partir de un análisis de caso de las RS de la cultura cafetera en el turismo en el PCCC, se propone considerar las RS no como estructuras fijas, sino como ensamblajes temporales que yuxtaponen lo tradicional, lo vigente y lo emergente. Se plantea una clasificación que aporta elementos alternativos para comprender los fenómenos de

producción y cambio de RS. Estas representaciones se transforman a lo largo de la trayectoria histórica de los grupos sociales y pueden coexistir sin ser forzosamente emancipadas o polémicas, como propone Moscovici (1979); se utilizan según las necesidades del grupo y no tienen por qué entrar en conflicto, aunque expresan la ambigüedad o contradicción del mundo social.

En este sentido, se proponen las tipologías de RS dominantes, arcaicas, residuales y emergentes (véase figura 1) como una perspectiva flexible para analizar cómo las representaciones interactúan y se emplean en función de las circunstancias, ilustran cómo las RS cambian con el tiempo sin que necesariamente haya una contradicción que en sí misma sea problemática en el contexto social. Con base en los postulados de la tradición selectiva de Williams (1988) se propone entonces lo siguiente.

Figura 1

Representaciones sociales arcaicas, residuales y emergentes



Nota: las RS dominantes no se representan como categoría independiente en la figura porque corresponden al núcleo hegemónico y consensuado del sistema representacional, que opera como referencia estructurante para las demás formas. Fuente: adaptada de Williams (1988).

Las RS dominantes coinciden con las hegemónicas propuestas por Moscovici (1979), por cuanto hay un alto grado de consenso, se refiere a las ideas y valores que son ampliamente aceptados y respaldados por la sociedad. Corresponden a los elementos centrales del núcleo

figurativo, altamente consensuales y estables, y, por tanto, no operan como formas particulares, sino como el marco hegemónico desde el cual estas se derivan.

Las RS arcaicas representan aquellas ideas o prácticas que fueron una vez dominantes, pero que con el tiempo han sido superadas por nuevas formas de pensar, actuar o producir. Estos elementos han quedado relegados al pasado, pero aún ejercen cierta influencia en la sociedad contemporánea a través, por ejemplo, de su uso turístico, tales como las formas de uso de objetos materiales y prácticas culturales del pasado regional en museos y exposiciones.

Las RS residuales se refieren a aquellas que persisten, a pesar de haber perdido su prominencia. Pueden haber sido dominantes en el pasado, pero con el tiempo han sido reemplazadas, por ejemplo, las formas tradicionales de producción de café. Sin embargo, aún influyen en la sociedad y en la cultura contemporánea.

Las RS emergentes son nuevas ideas, creencias, prácticas o valores que están surgiendo en la sociedad y que tienen el potencial de convertirse en dominantes en el futuro. Estas pueden ser innovadoras y disruptivas, desafiando las normas establecidas y ofreciendo nuevas formas de pensar y actuar. En esta categoría se ubican las nuevas formas de producción de identidades a través de las tecnologías.

Es necesario destacar la importancia del proceso de anclaje en estas tipologías de RS, porque permite la integración de nuevas representaciones (emergentes) en el sistema representacional preexistente (arcaicas y residuales), lo que resulta en una constante reconstrucción de la percepción de la realidad y explica la continuidad de los grupos, pero también la posibilidad de innovación; permiten explicar cómo se producen los cambios culturales en los grupos humanos, cómo se van desvaneciendo en el tiempo creencias, mitos, prácticas y se introducen nuevas formas de hacer, de ver el mundo, de comprender la realidad sin conflictuarse.

Estos procesos contribuyen a explicar la naturaleza continua y a veces contradictoria del proceso de formación y transformación de las RS. De igual forma, la clasificación propuesta reconoce la importancia del concepto de polifasia cognitiva propuesto por Moscovici (1979), en el cual “el pensamiento no se desarrolla unívocamente desde formas prelógicas a formas lógicas, sino que distintas lógicas coexisten” (Barreiro & Castorina, 2009, p. 456). En las RS conviven y se mezclan contenidos, procesos, emociones y significados de diverso origen y naturaleza, generando tensiones, oscilaciones o respuestas ambivalentes frente a un mismo objeto social (Zamudio-Elizalde & Reyes-Sosa, 2021).

Esta clasificación también se alinea con Jovchelovitch & Priego-Hernández (2015), quienes distinguen tres tipos de polifasia cognitiva:

- a) la prevalencia selectiva, reconoce diferentes sistemas de conocimiento que cohabitan reteniendo su contenido, lógica y carga emocional, mismos que se mantienen unidos y se recuperan por separado en diferentes puntos de tiempo/espacio;
- b) la hibridación, implica la mezcla de sistemas de conocimiento que se producen a partir de conocimientos previos, los cuales se fusionan y crean una nueva forma de conocimiento, y;
- c) el desplazamiento, favorece un sistema de conocimiento sobre sistemas paralelos que conducen a un desplazamiento de representaciones alternativas de un campo de representación (Zamudio-Elizalde & Reyes-Sosa, 2021, p. 3).

En este sentido, las RS arcaicas, residuales y emergentes son manifestaciones del proceso de formación y transformación de las representaciones. Estas tipologías coexisten en el espacio social y los grupos sociales tienden a privilegiar, seleccionar y retener ciertos elementos en el discurso y los exponen en sus interacciones sociales.

Este modelo propuesto reconoce que estos cambios no siempre son abruptos, las RS pueden entrecruzarse y coexistir en momentos históricos. Algunas representaciones más prominentes o influyentes que otras en determinados contextos sociales y culturales. Esta perspectiva flexible facilita una comprensión de cómo las RS se forman, evolucionan y se utilizan en la vida cotidiana y permiten entender en el marco de los sistemas turísticos-patrimoniales, cómo empresas, turistas y habitantes de los destinos interactúan desde marcos identitarios heterogéneos y exponen sus distintas formas de entender las realidades culturales para tender puentes de comprensión.

Lo anterior toma mayor sentido cuando Urry (2019) señala que los turistas buscan comprender rápidamente una realidad social desconocida y asimilarla en su base de conocimientos existente (anclaje en términos de la teoría de RS). Esto comporta la búsqueda de símbolos y valores que inicialmente les son ajenos, lo cual les brinda placer y una manera de adaptarse al nuevo entorno social.

METODOLOGÍA

La investigación empleó un enfoque plurimetodológico con diseño mixto de tipo exploratorio secuencial. En primer lugar, se desarrolló un componente cualitativo orientado a identificar categorías y patrones representacionales entre empresarios de turismo del área del PCCC, seguido por un componente cuantitativo aplicado a pobladores y turistas de la misma área, con el fin de contrastar dichos hallazgos. La integración se realizó mediante triangulación analítica, articulando y comparando los resultados a partir de los campos de la teoría de las RS de Moscovici (1979) y del modelo núcleo-periferia de Abric (2001). La investigación se llevó a cabo por fases de la siguiente manera:

Fase 1. Revisión documental

La revisión documental se ejecutó entre el 2019 y el 2024, abarcando literatura académica, normativa y gris relacionada con la cultura cafetera, la patrimonialización, el turismo y la teoría de las RS. Las búsquedas se realizaron en Scopus, Web of Science, SciELO y Google Scholar en español e inglés, empleando palabras clave en español e inglés: *coffee culture*, *heritage*, *social representations*, *tourism*, *patrimonialization*, paisaje cultural cafetero y variantes booleanas.

Se revisaron 150 documentos en dos fases: revisión rápida de título y resumen, en la cual se identificaron 57 documentos potencialmente relevantes, y análisis de texto completo de estos 57 documentos. Se seleccionaron 47 referencias por cumplir criterios de pertinencia temática (abordar explícitamente RS, patrimonio o turismo cultural), aporte teórico (fundamentados en perspectivas de Moscovici, Abric, Jodelet o Williams) y relevancia geográfica o contextual para el PCCC.

Para la exclusión de documentos se aplicaron criterios como publicaciones sobre turismo sin dimensión patrimonial o representacional, estudios de RS en contextos no vinculados con patrimonio cultural, documentos sin acceso a texto completo y opiniones o ensayos sin fundamentación empírica. Cada documento incluido fue registrado en una matriz bibliográfica que especificaba unidad de análisis, categoría temática, hallazgos clave y contribución metodológica al marco de análisis de RS.

Fase 2. Componente cualitativo con empresarios del sector turístico

En esta segunda fase se aplicó observación participante en 19 sitios que se sirven de la cultura cafetera como parte de la experiencia turística (parques temáticos, fincas cafeteras, cafés especiales y restaurantes), fueron seleccionados mediante un enfoque de muestreo intencional basado en criterios como relevancia frente al tema (cultura cafetera), diversidad de experiencias, variedad geográfica, accesibilidad, popularidad en redes sociales y disponibilidad de información. Para esta actividad se diseñó una guía de observación que fue aplicada en cada uno de los sitios, con apoyo de registros audiovisuales. La observación se realizó en terreno siguiendo la guía definida.

Posteriormente se efectuaron entrevistas presenciales con 18 empresarios y actores clave de turismo y del PCCC, seleccionados mediante muestreo por conveniencia y bola de nieve, priorizando personas vinculadas a los 19 sitios turísticos observados y a actores reconocidos en la planificación turística regional. La muestra se cerró por saturación teórica.

Las entrevistas fueron semiestructuradas, se diseñaron preguntas a partir de las dimensiones de la teoría de las RS: condiciones de producción, campo de información, campo de representación y actitud, y se incorporó la técnica de dibujo proyectivo para explorar elementos del núcleo figurativo. Se pidió a los empresarios de turismo entrevistados que realizaran un dibujo que respondiera la pregunta ¿qué es el PCCC?, y que lo explicaran brevemente, sin instrucciones adicionales, para favorecer la espontaneidad y captar los elementos figurativos centrales de sus representaciones.

De los 19 sitios se escogieron cuatro, a estos se les aplicó un análisis multimodal del contenido digital y publicitario siguiendo la metodología de Pauwels (2012) y principios semióticos de Barthes. Estos cuatro sitios fueron elegidos por su importancia regional, al ser los más concurridos, implica que su incidencia sobre las RS de la cultura cafetera en el turista pueda ser mayor. La figura 2 presenta los componentes examinados en las páginas web de los sitios turísticos seleccionados. El análisis se sistematizó mediante una matriz en Excel, en la que se registraron de manera comparada los elementos visuales, textuales y simbólicos identificados.

Figura 2

Adaptación metodológica para el análisis multimodal de sitios web a partir de Pauwels (2012)



Las entrevistas y los dibujos se analizaron con ATLAS.ti 24, a partir de categorías teóricas iniciales complementadas con categorías emergentes derivadas del proceso de codificación. Aunque el estudio no requirió aprobación de un comité de ética institucional, se implementaron procedimientos éticos acordes con la normativa nacional en investigación social. Se obtuvo consentimiento informado por escrito, garantizando anonimato mediante codificación de participantes (p. ej., empresario 1).

Los datos personales se almacenaron separados de los analíticos, con acceso restringido a la investigadora principal y guardados en un equipo encriptado y protegido con contraseña. A los participantes se les informó sobre su derecho a retirarse voluntariamente. Los datos serán conservados durante cinco años y posteriormente eliminados.

Fase 3. Componente cuantitativo con turistas y pobladores

A partir de las dimensiones de la teoría de las RS se diseñaron preguntas para dos encuestas que fueron aplicadas una a turistas y otra a pobladores con presencia alrededor de los sitios turísticos analizados en la fase anterior. Las encuestas incluían preguntas sobre conocimientos, percepciones, prácticas y valoraciones asociadas a la cultura cafetera y la patrimonialización del PCCC. Las preguntas además evaluaron asociaciones semánticas en relación con el universo de la cultura cafetera.

Se utilizó un diseño de muestreo probabilístico aleatorio simple para turistas ($n = 246$) con un nivel de confianza del 95 % y margen de error del 5 %, basado en una proporción estimada del 20 % de conocimiento sobre el PCCC como patrimonio de la humanidad. Para pobladores ($n = 225$) se aplicó un muestreo probabilístico bietápico con error del 6 % sobre una población de 595 884 habitantes estimados como la población del área del PCCC por parte del Ministerio de Cultura (2012), seleccionando primero las zonas y posteriormente los individuos mayores de 18 años en cada ubicación geográfica del Paisaje Cultural Cafetero.

Las encuestas se aplicaron en modalidad física y virtual. La modalidad virtual se utilizó porque algunos participantes prefirieron responder en línea, lo que facilitó su participación sin afectar la consistencia del instrumento. La encuesta a turistas se aplicó a visitantes que se encontraban recorriendo los principales sitios turísticos de la región, mientras que la encuesta a pobladores se dirigió a residentes de las zonas aledañas a estos espacios de desarrollo turístico. El análisis estadístico se realizó con STATGRAPHICS

Centurion, incorporando técnicas de análisis de asociación de palabras y redes semánticas naturales.

La integración cualitativo-cuantitativa se efectuó en dos momentos. Durante el análisis, contrastando categorías cualitativas con patrones cuantitativos para identificar convergencias y divergencias entre las RS de los tres grupos poblacionales analizados, para lo cual se realizó una matriz de análisis comparativo y en la discusión se articularon los hallazgos con las dimensiones de Moscovici (1979) y el modelo de núcleo figurativo.

La elección y combinación de técnicas atiende las recomendaciones de múltiples autores respecto a la necesidad de implementar marcos metodológicos diversos en el estudio de las RS dada su complejidad (Banchs, 2000; Cuevas, 2016; Gutiérrez, 2016; Mireles, 2015; Mireles & Cuevas, 2004; Moscovici, 1979; Navarro & Restrepo, 2013; Weisz, 2017) y respondió a la necesidad de captar el carácter multiforme de las RS de la cultura cafetera en actores heterogéneos.

RESULTADOS Y ANÁLISIS

Tipologías de la oferta turística del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia

La región presenta una oferta turística diversa basada en la cultura cafetera, la cual puede clasificarse en cuatro grandes categorías, cada una con implicaciones diferenciadas en la construcción y circulación de RS. En primer lugar, se encuentran las *fincas familiares reconvertidas*, que corresponden a viviendas campesinas adaptadas al turismo rural y que combinan hospitalidad con elementos productivos tradicionales. También se encuentran los *parques temáticos*, estos son sitios donde se teatraliza la cultura cafetera mediante escenificaciones nostálgicas del pasado campesino, con énfasis en símbolos como trajes típicos, recolectores y música tradicional. Por otro lado, se ofrecen experiencias tipo *coffee tours*, que se centran en la producción y el consumo especializado de café; estas experiencias son ofrecidas por tres tipos de actores: los *retornados*, personas descendientes de caficultores que, tras haber estado lejos de la región por motivos de estudio o trabajo, regresaron y transformaron las fincas familiares en emprendimientos turísticos. Los *nuevos cafeteros*, emprendedores provenientes de regiones no productoras de café o de áreas urbanas que se involucran desde cero en el negocio cafetero y turístico y los *continuadores*, quienes son

herederos que diversifican la economía familiar adaptando el sistema productivo para la prestación de servicios de turismo sin perder su base familiar.

Estas propuestas tipo *coffee tour* integran el recorrido “de la semilla a la taza” y emplean tecnologías avanzadas y un lenguaje técnico para destacar autenticidad y calidad.

Por último, se encuentra la categoría de *servicios complementarios* que corresponde a cafés, tiendas y restaurantes que incorporan referentes materiales de la cultura cafetera (objetos, ambientación) sin integrar procesos productivos ni narrativas experienciales complejas.

Representaciones sociales de la cultura cafetera entre empresarios del turismo

Los *coffee tours* emergen como una alternativa diferenciada al modelo de parque temático (modelo pionero del turismo en la región). En lugar de teatralizar la cultura, estos *tours* enfatizan la especialización técnica, la autenticidad del proceso productivo y el carácter artesanal o industrial del café según sea el caso. Se reduce la representación de la cultura cafetera a una narrativa productiva, empresarial y orientada al mercado global. En los parques temáticos la cultura cafetera se circunscribe a una tradición festiva o folclórica.

Aunque algunos *tours* incluyen elementos simbólicos como canastos o sombreros para simular la recolección de café, evitan la “artificialización” de la experiencia. Algunas empresas destacan explícitamente su decisión de no recurrir a este tipo de escenificaciones, posicionando su oferta como “auténtica” frente al “montaje” del turismo de espectáculo.

La arquitectura tradicional actúa como anclaje visual del pasado, pero es resignificada en contextos modernos, adaptada al servicio turístico, por ejemplo. La coexistencia de métodos tradicionales de producción y preparación del café (como la prueba empírica del estado de humedad del grano por sonido y textura) con prácticas tecnificadas (como el uso de termómetros láser) simboliza la transición entre una representación residual de la caficultura y una emergente, centrada en la innovación, el control de calidad y la sofisticación del consumo.

Procesos de objetivación, núcleo figurativo y anclaje en las representaciones sociales de la cultura cafetera

Los análisis realizados evidencian que las RS de la cultura cafetera en el contexto turístico del PCCC se configuran mediante procesos diferenciados de objetivación y anclaje, que contribuyen a estabilizar y dar forma simbólica a esta práctica cultural en el mercado turístico.

En el caso de los *coffee tours*, la objetivación opera a través de la selección estratégica de elementos específicos del proceso productivo del café, como la cosecha, el secado y la trilla, los cuales son descontextualizados de su matriz social, histórica y económica original, para ser reinscritos como parte de un relato técnico, moderno y sofisticado. La incorporación de un léxico especializado, inspirado en prácticas como la cata de vinos, y la exaltación del control de calidad y la trazabilidad, reconfiguran la imagen del café como un producto *gourmet*. Esta transformación discursiva consolida una representación de la cultura cafetera como una industria de alta especialización, desplazando el énfasis de lo rural y lo tradicional, predominante en los parques temáticos, hacia lo innovador y lo sensorial.

En contraste, en los parques temáticos, y en algunos cafés, restaurantes y bares, la objetivación se manifiesta mediante una estetización nostálgica del pasado rural: el campesino, la arquitectura vernácula, los utensilios antiguos y los trajes típicos son convertidos en signos visuales y escenográficos que simbolizan la cultura cafetera como una tradición detenida en el tiempo. En ambos casos, la objetivación simplifica la complejidad del fenómeno sociocultural y privilegia ciertos signos que se repiten en múltiples soportes (sitios web, discursos de guías turísticos, piezas publicitarias), estabilizando imágenes ampliamente reconocibles para los visitantes.

El núcleo figurativo de las RS identificadas incluye cinco elementos clave: el café (como producto y como práctica), la arquitectura tradicional, el esfuerzo humano, las costumbres campesinas y la figura del caficultor. Estas imágenes actúan como ejes estructurantes del campo representacional, organizando las percepciones y sentidos que se movilizan en las experiencias turísticas. El esfuerzo humano, por ejemplo, adquiere valor simbólico al ser interpretado como manifestación del trabajo digno y como sustento de la declaratoria patrimonial del PCCC.

Cada tipo de producto turístico incorpora estos elementos del núcleo figurativo de forma particular: mientras los *coffee tours* los resignifican desde una estética minimalista y funcional asociada a la producción, los parques temáticos los reproducen de manera folclorizada. Sin embargo, en ambos casos, su reiteración y circulación a través de diferentes

canales (publicidad, guiones interpretativos, *merchandising*) contribuyen a su naturalización como imágenes auténticas de la cultura cafetera.

El anclaje se observa en la manera en que los empresarios del sector turístico interpretan las nuevas experiencias en torno al café desde categorías culturales ya consolidadas. Aun cuando se introducen narrativas innovadoras, como la especialización técnica del café o la profesionalización del caficultor como catador o barista, estas se articulan con marcos simbólicos tradicionales que exaltan la figura del campesino como ícono de autenticidad y origen. Las ideas de esfuerzo, humildad y ruralidad funcionan como dispositivos de legitimación que permiten validar las transformaciones actuales sin romper con la memoria colectiva de lo cafetero.

De este modo, el anclaje opera como mecanismo de continuidad simbólica, estabilizando las representaciones nuevas dentro de estructuras cognitivas previas y facilitando su apropiación por parte de los turistas y los actores locales.

Dimensiones de las representaciones sociales de la cultura cafetera en empresarios del sector turístico

La construcción y circulación de RS de la cultura cafetera por parte de los empresarios del sector turístico del PCCC se configura a partir de un entramado de dimensiones interrelacionadas, condiciones de producción, campo de información, campo de representación y campo de actitud, que estructuran la identidad turística-cultural de la región.

Condiciones de producción: contexto estructural y motivaciones del campo turístico

Las condiciones de producción de las RS están determinadas por factores históricos, culturales, económicos y tecnológicos que han configurado el devenir del PCCC como territorio patrimonial convertido en destino turístico-patrimonial. Elementos como la trayectoria cafetera regional, los procesos de patrimonialización impulsados por la declaratoria Unesco, la tecnificación del agro, la influencia de políticas públicas y las dinámicas del mercado global turístico, crean el marco desde el cual los empresarios diseñan sus productos.

En particular, la creciente necesidad de diferenciación y especialización en el sector turístico promueve la emergencia de propuestas como los *coffee tours*, que articulan producción y experiencia, e incentiva una estética cafetera particular en nuevas propuestas de cafés, bares y restaurantes. Estos espacios incorporan objetos antiguos, paisajes domesticados y referentes simbólicos del cafetal como componentes identitarios y los combinan con instrumentos y utensilios de alta tecnología para la preparación de café.

Campo de actitud: valoraciones, resignificaciones y orientaciones hacia la cultura cafetera

El campo actitudinal expresa cómo los actores turísticos valoran, resignifican o negocian sentidos en torno a la cultura cafetera. En la oferta analizada, se identifican dos orientaciones predominantes: una que evoca la tradición y la nostalgia rural, centrada en la exaltación del campesino, sus modos de vida, la arquitectura vernácula y los objetos antiguos; y otra que valora la innovación, la tecnificación y la sofisticación del proceso productivo del café.

Estas actitudes influyen directamente en los relatos interpretativos, en los modos de guianza y en el tipo de experiencia ofrecida. En algunos casos, ambas tendencias coexisten, articuladas en propuestas híbridas que oscilan entre lo tradicional y lo emergente.

Campo de representación: dispositivos simbólicos y escenificación cultural

Este campo incluye el conjunto de prácticas, discursos e imágenes que configuran la representación de la cultura cafetera en el ámbito turístico. Entre los elementos más recurrentes se encuentran: la arquitectura tradicional, la escenificación de la cosecha, la degustación o cata de café, los recorridos por fincas, la tecnología avanzada aplicada al café, la gastronomía típica, la música y las narrativas históricas del PCCC.

Estas representaciones no son homogéneas, varían según el tipo de producto turístico y la intencionalidad del empresario. Mientras algunos enfatizan la autenticidad y el legado cultural, otros reconfiguran la cultura cafetera como una práctica tecnificada, eficiente y orientada al mercado global, dando lugar a nuevas formas experienciales.

Campo de información: fuentes y circulación de saberes sobre la cultura cafetera

El campo de información se compone de los recursos y conocimientos que nutren la representación. Los empresarios entrevistados acceden a fuentes diversas: información histórica y técnica provista por instituciones gremiales (como la Federación Nacional de Cafeteros [FNC]), formación en barismo y cafés especiales, cursos ofrecidos por entidades públicas, así como la circulación de contenidos en redes sociales y medios de comunicación.

Además, sus propias trayectorias vitales, como habitantes de la región o herederos de la tradición cafetera, constituyen una fuente de conocimiento experiencial que refuerza la legitimidad de sus relatos. Esta combinación de saber experto y saber vivencial configura un capital cultural que se materializa en la creación de productos turísticos orientados a transmitir la esencia, o al menos una versión simbólicamente efectiva, de la cultura cafetera.

Imágenes mentales del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia desde el sector turístico

La técnica de dibujo aplicada a trece¹ empresarios y agentes del sector turístico permitió identificar RS visuales del PCCC, revelando elementos centrales que estructuran sus ideas sobre la cultura cafetera. Las imágenes, analizadas con el *software* cualitativo ATLAS.ti, reflejan el núcleo figurativo compartido en las RS de la cultura cafetera: el campesino, la vivienda tradicional, el cafetal, la familia y la taza de café son imágenes recurrentes. Estos elementos se objetivan visualmente y condensan valores como el esfuerzo, la vida rural y la continuidad cultural, reflejando representaciones estables y ampliamente naturalizadas.

La mayoría de los dibujos se sitúan en los registros de las representaciones arcaicas y residuales. Arcaicas, por su evocación de formas idealizadas del pasado rural, “El campesino es el autor de la historia de nuestro campo” (Empresario 8), residuales, por mantener elementos desplazados en la práctica, pero aún cargados de valor simbólico (e. g., cocina de leña, arriería). “Represento el PCCC con los cultivos de café en ladera en asocio con plátano y otros árboles. Una casa con arquitectura tradicional, cocina, familia, animales, Willys², elementos para el procesamiento del café (beneficio, marquesina)” (empresario 2). En contraste, las representaciones emergentes, vinculadas a la tecnificación del café y a

¹ De los dieciocho empresarios entrevistados solo trece realizaron el dibujo.

² En Colombia, el término “Willys” se usa para nombrar el Jeep, un vehículo todoterreno tradicional que se volvió emblemático en las zonas rurales, especialmente en el Eje Cafetero por su capacidad para la carga y para transportar personas y productos en zonas de alta pendiente.

nuevas formas de consumo, están ausentes en estas imágenes, lo que indica que su circulación discursiva aún no ha consolidado una forma visual estable en los actores locales. Esta evidencia apoya la idea de que la innovación turística convive con una fuerte persistencia simbólica de referentes tradicionales, lo que permite comprender la polifasia representacional en contextos patrimonializados como el PCCC.

La figura del campesino cafetero aparece como símbolo dominante, representado mediante elementos de la cultura material (sombrero, poncho, canasto) y actividades del proceso productivo (recolección, despulpado). En muchos casos, estas figuras se acompañan de la familia, reforzando una visión del café como práctica comunitaria y heredada, “la familia es el fundamento de esta cultura, la conservación es la razón de ser de la patrimonialización” (empresario 1).

Figura 3

Nube de palabras de recurrencia de códigos obtenidos a partir de los dibujos



Nota: campesinos, paisaje, naturaleza, arquitectura y montañas son los elementos evocados con mayor recurrencia por los empresarios en sus dibujos.

Otro eje central es el paisaje transformado, en el que montañas, cafetales, árboles, fauna y caminos muestran la coconstrucción entre el entorno natural y la acción humana. La arquitectura tradicional, especialmente la casa cafetera, se representa como un espacio identitario de encuentro y producción, a menudo situado en armonía con el paisaje rural, “Mi dibujo lo enfoqué en la arquitectura y las hermosas montañas que nos rodean” (empresario 4).

El café es evocado tanto en su dimensión productiva como simbólica, a través de íconos como la taza y el grano, y se vincula a valores nacionales y afectivos. Asimismo,

elementos de movilidad como *jeeps*, mulas y aviones evidencian la relación entre lo rural y lo urbano, entre lo local y lo global.

Figura 4

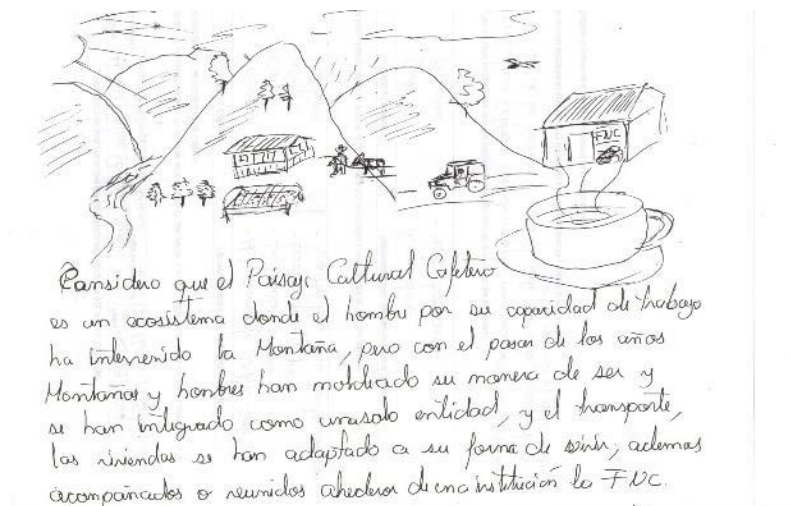
Dibujo elaborado por empresario 2. Mujer empresaria dueña de hotel rural y coffee tour



Nota: en su explicación del dibujo la empresaria señala lo siguiente: “Represento el PCCC con los cultivos de café en ladera en asocio con plátano y otros árboles. Una casa con arquitectura tradicional, cocina, familia, animales, Willys, elementos para el procesamiento del café (beneficio, marquesina). Cerca se encuentra la ciudad y el comité de cafeteros más la cooperativa, el letrero de Bienvenidos porque siempre nos sentimos acogidos cuando llegamos a una finca cafetera”. *Se editó el dibujo para eliminar la autoría y resguardar la confidencialidad de quien lo realizó.

Figura 5

Dibujo elaborado por empresario 3. Hombre dueño de hospedaje rural y productor de café



Nota: en su explicación del dibujo el empresario señala: “Considero que el PCCC es un ecosistema donde el hombre por su capacidad de trabajo ha intervenido la montaña, pero con el pasar de los años, montañas y hombres han moldeado su manera de ser y se han integrado como una sola entidad y el transporte, las viviendas se han adaptado a su forma de vivir, además acompañados o reunidos alrededor de una institución, la FNC”.

Los dibujos también hacen referencia a la institucionalidad cafetera (FNC, comités, cooperativas), reconociendo su papel articulador en la vida del territorio. Los resultados obtenidos mediante esta técnica refuerzan las categorías identificadas por otras vías metodológicas: familia cafetera, proceso productivo, vivienda tradicional, figura del campesino y cultura material asociada (canastos, sombreros, utensilios). Se evidencia, además, una valoración del territorio como sistema cultural, donde se articulan tradición, paisaje, trabajo y sentido de pertenencia.

Representaciones sociales de la cultura cafetera entre pobladores locales

El análisis de redes semánticas permitió identificar que, en el campo de representación de los pobladores, destacan conceptos como “café”, “paisaje”, “tradición”, “cultura” y “familia” (véase tabla 1), los cuales emergen con mayor frecuencia y son valorados por los encuestados como los más relevantes. Estos conceptos presentan una alta correlación entre sí, lo que respalda la idea de que la cultura cafetera constituye un objeto de representación significativo entre los habitantes, en tanto estos elementos organizativos se encuentran intrínsecamente vinculados a ella.

Tabla 1

Núcleo de la red con peso semántico y distancia semántica para la frase inductora cultura cafetera para pobladores

Definidoras	Peso semántico	Distancia semántica
Café	372	100
Paisajes	125	33,6
Tradición	90	24,1
Cultura	72	19,3
Familia	58	15,5

Gastronomía	55	14,7
Pueblos	38	10,2
Turismo	35	9,4
Fincas	31	8,3
Economía	27	7,2
Identidad	26	6,9
Orgullo	23	6,1
Recolectores	21	5,6
Arquitectura	17	4,5
Patrimonio	12	3,2

Se solicitó a los participantes seleccionar, a partir de una lista de opciones, aquellos elementos que, desde su perspectiva, mejor representan la cultura cafetera. Esta pregunta permitió identificar los atributos más relevantes asociados a dicha cultura en sus representaciones.

Tabla 2

Elementos que mejor reflejan la cultura cafetera para los pobladores

Elemento	Porcentaje sobre el total de encuestas (225)	Número de respuestas
E. Café y actividades agrícolas	63,6%	143
H. Cafés de calidad	57,3%	129
B. El carácter de la gente	55,6%	125
G. Gastronomía	55,1%	124
C. Vestuario: poncho, carriel, sombrero, alpargatas, falda larga	44,4%	100
A. La arquitectura de bahareque	42,7%	96
N. Las instalaciones de producción de café como beneficiaderos, heldas, despulpadoras	39,1%	88
J. Las cafeterías	33,3%	75
F. Vehículos	31,6%	71
L. Las máquinas para hacer café	26,7%	60
M. Las máquinas de tostión y molienda	26,2%	59
D. Mobiliario y/o objetos	19,1%	43
I. Los Baristas	15,6%	35
K. Vestuario de los Baristas	10,2%	23

Representaciones sociales de la cultura cafetera entre turistas

Se preguntó a los turistas cuáles elementos consideran que mejor representan la cultura cafetera. La mayoría señaló el café y las actividades agrícolas como los principales referentes que expresan su esencia. En segundo lugar, destacaron el vestuario tradicional, como el poncho, el carriel, el sombrero, las alpargatas y la falda larga, como símbolos distintivos de dicha cultura.

Tabla 3

Elementos que reflejan la cultura cafetera para turistas

Elementos	Número respuestas	Porcentaje
E. Café y actividades agrícolas	161	14,5%
C. Vestuario: poncho, carriel, sombrero, alpargatas, falda larga	143	12,9%
H. Cafés de calidad	142	12,8%
B. El carácter de la gente	130	11,7%
G. Gastronomía	120	10,8%
A. La arquitectura de bahareque	71	6,4%
J. Las cafeterías	63	5,7%
F. Vehículos	56	5,0%
M. Las máquinas de tostión y molienda	49	4,4%
L. Las máquinas para hacer café	48	4,3%
N. Las instalaciones de producción de café como beneficiaderos, heldas, despulpadoras	42	3,8%
D. Mobiliario y/o objetos	35	3,2%
I. Los Baristas	30	2,7%
K. Vestuario de los Baristas	19	1,7%

El análisis de redes semánticas condujo a la obtención del campo de representación de la cultura cafetera en los turistas del PCCC, donde se destacan conceptos como “café”, “paisajes”, “tradición” y “gastronomía”, que emergieron con las frecuencias más elevadas y han sido atribuidos por los encuestados como los de mayor relevancia, siendo importante destacar su alta correlación con el término inductor (véase tabla 4).

Tabla 4

Núcleo de la red con peso semántico y distancia semántica para la frase inductora cultura cafetera para turistas

Definidoras	Peso semántico	Distancia semántica
Café	516	100
Paisajes	141	27,3
Tradición	113	21,8
Gastronomía	88	17,0
Turismo	51	9,8
Fincas	50	9,6
Parques	48	9,3
Familia	46	8,9
Naturaleza	46	8,9
Cultura	45	8,7
Montañas	40	7,7
Cultivos	39	7,5
Amabilidad	36	6,9
Trabajo	25	4,8
Arquitectura	23	4,4

Los resultados muestran una marcada orientación en el campo de representación hacia el café y en particular, hacia el proceso de producción, aspecto que también se observó en el análisis hecho con empresarios.

Análisis comparativo

El análisis comparativo entre empresarios, pobladores y turistas revela una convergencia en el núcleo figurativo de las RS de la cultura cafetera: el café, la arquitectura tradicional, el trabajo campesino y la vida rural constituyen imágenes compartidas, ampliamente naturalizadas, que estructuran las formas de pensar y valorar el territorio. No obstante, las diferencias emergen en el campo de representación y en los procesos de objetivación. Mientras los empresarios articulan elementos tradicionales con discursos de modernización y tecnificación del café, los pobladores tienden a anclar sus representaciones en memorias

vivas, afectos comunitarios y una imagen idealizada del campesino. Por su parte, los turistas privilegian símbolos de autenticidad y hospitalidad, con una mirada que valora el paisaje y las experiencias sensoriales, aunque con menor conocimiento de los procesos productivos. Esta divergencia sugiere que, aunque existe un consenso simbólico básico, cada grupo reconfigura la cultura cafetera desde sus propios marcos de experiencia y expectativa, lo que refuerza el carácter polifásico y relacional de las RS. En este sentido, la oferta turística no solo refleja estas representaciones, también las media, reproduce o transforma, operando como espacio de negociación simbólica entre actores.

Este proceso se ha intensificado tras la declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero como patrimonio mundial, al visibilizar y resignificar componentes previamente marginales, como la riqueza paisajística y la biodiversidad, que hoy adquieren un lugar central en las RS tanto de locales como de visitantes.

Tabla 5

Comparativo entre las representaciones sociales de empresarios, pobladores y turistas

<i>Aspecto</i>	Empresarios del sector turístico	Pobladores locales	Turistas
<i>Núcleo figurativo</i>	Café y su preparación, arquitectura tradicional, campesino en labor agrícola, esfuerzo humano, objetos antiguos	Café, trabajo campesino, actividades agrícolas, arquitectura tradicional	Cultivos de café, paisajes de montaña, hospitalidad local, sitios turísticos emblemáticos
<i>Campo de representación</i>	Prácticas tradicionales y tecnologías de producción, profesionalización del café	Café, paisaje, tradición, cultura, orgullo, herencia y preservación del entorno	Café, gastronomía, paisaje, cultura, autenticidad, turismo y tradición
<i>Objetivación</i>	Construcción de una imagen moderna de la cultura cafetera, combinación de tradición y especialización técnica	Énfasis en el esfuerzo humano como valor intangible, validación a través de la declaratoria patrimonial	Reafirmación del café como emblema nacional, deseo de vivir una experiencia auténtica en los territorios
<i>Anclaje</i>	Vinculación entre herencia cultural y lógicas	Imagen idealizada del campesino, anclaje en la	Conexión emocional con lo “auténtico” y

contemporáneas de producción y consumo	memoria y prácticas tradicionales	valoración de las raíces culturales cafeteras
--	-----------------------------------	---

Representaciones sociales arcaicas, residuales y emergentes de la cultura cafetera

El análisis de los datos empíricos revela que la representación de la cultura cafetera en el turismo no se estructura de forma lineal ni homogénea, sino como un entramado complejo de significados en el que pasado y presente se yuxtaponen. Las distintas propuestas turísticas en el PCCC oscilan entre escenificaciones tradicionales, que reproducen narrativas hegemónicas del campesinado y la identidad rural, y experiencias contemporáneas que reconfiguran la cultura cafetera desde la tecnificación, la especialización y la innovación sensorial.

Para abordar esta dimensión temporal y conflictiva de las representaciones, se retoma el enfoque de Raymond Williams (1988) sobre cultura y tradición selectiva, y se establece la clasificación analítica que distingue RS dominantes, arcaicas, residuales y emergentes, en función de cómo los distintos actores (empresarios, pobladores y turistas) seleccionan, reconfiguran o desplazan elementos del patrimonio cafetero.

Esta tipología permite interpretar las RS no solo como construcciones individuales o grupales, sino como el resultado de una interacción bidireccional. Los pobladores elaboran sus representaciones combinando elementos del pasado y del presente; al mismo tiempo, las narrativas turísticas, estructuradas para el consumo cultural, influyen en cómo turistas y residentes perciben, valoran y reproducen la cultura cafetera. Así, la industria turística no solo se nutre de RS locales, también las transforma, reafirmando su carácter dinámico, relacional y performativo en contextos patrimonializados.

La tipología propuesta complementa, en lugar de sustituir, los modelos clásicos de Moscovici y Abric. Mientras estos se enfocan en los procesos de objetivación/anclaje y en la estructura núcleo-periferia, la clasificación adoptada incorpora una dimensión histórica y política (Williams, 1988) que permite distinguir cómo ciertos contenidos permanecen hegemónicos, otros persisten como vestigios del pasado y otros surgen ligados a innovaciones. De este modo, amplía el análisis estructural mostrando cómo los elementos centrales y periféricos se reconfiguran en función de disputas culturales y procesos de patrimonialización propios del PCCC.

En este sentido, en el contexto del turismo en el PCCC esta tipología de RS de la cultura cafetera se expresa de la siguiente manera:

Representaciones sociales dominantes

Corresponden a aquellas ideas sobre la cultura cafetera ampliamente aceptadas y promovidas por discursos oficiales e institucionales (e. g., Ministerio de Cultura, FNC, Unesco). Se centran en la heroicidad del esfuerzo campesino, la calidad del café colombiano, la arquitectura vernácula y la idea de sostenibilidad. Son las bases del relato patrimonial en la declaratoria de Valor Universal Excepcional del PCCC.

Representaciones sociales arcaicas

Se materializan en objetos antiguos, fotografías, museografías y vestimenta tradicional, usados sobre todo en parques temáticos y experiencias escenificadas. Si bien no se practican activamente, conservan valor simbólico y nostálgico.

Representaciones sociales residuales

Son los métodos tradicionales de producción cafetera o la vida en fincas rurales conservadas, que resurgen a veces a través de propuestas agroecológicas o de economía familiar. Aunque pierden hegemonía, son resignificadas por algunos actores como signos de autenticidad.

Representaciones sociales emergentes

Surgen en emprendimientos que integran especialización técnica, catación avanzada, métodos modernos de preparación y discursos de origen o denominación. Estas propuestas dialogan con mercados internacionales y públicos jóvenes, y resignifican la cultura cafetera como una industria creativa y sofisticada.

DISCUSIÓN

Los empresarios del sector turístico ejercen un rol activo en la construcción de representaciones mediante procesos de tradición selectiva. Estas decisiones están influenciadas por sus trayectorias de vida, las condiciones del mercado, el perfil de los turistas, las tendencias globales del café y las políticas de desarrollo regional. Así, el territorio del PCCC se convierte en un espacio donde coexisten distintas temporalidades culturales, expresadas en prácticas comerciales concretas.

Pese a esta riqueza representacional, se identificó una omisión significativa: en el núcleo y campo representacional de las RS construidas por los empresarios, el paisaje como categoría ecológica y cultural está ausente. Términos como “naturaleza”, “biodiversidad”, “verde” o “montaña”, esperables en un territorio patrimonial como este, apenas figuran en los discursos turísticos, no se articulan como recurso activo dentro de la oferta turística.

A pesar de que el paisaje constituye el eje conceptual de la declaratoria de PCCC, su omisión en los relatos turísticos sugiere una desconexión entre la versión oficial del patrimonio y su apropiación por parte de los actores locales.

Ninguna de las representaciones visuales incluyó elementos vinculados a categorías emergentes de la cultura cafetera. En esta técnica predominan aspectos tradicionales y rurales, con una marcada presencia de representaciones arcaicas y residuales.

Los resultados respaldan la noción de que el núcleo figurativo de las RS sobre la cultura cafetera se mantiene estable, coherente y resistente al cambio (Wagner et al., 1999). Los elementos centrales (el café, la identidad campesina, la arquitectura tradicional, la familia y el esfuerzo productivo) persisten como estructuras organizadoras del sentido, mientras que los elementos periféricos se adaptan y transforman según nuevas dinámicas económicas y turísticas, permitiendo la actualización de las representaciones sin alterar su base simbólica fundamental.

El uso combinado de técnicas permitió captar no solo las narrativas explícitas, sino también los imaginarios visuales que configuran las RS, enriqueciendo la comprensión de su dimensión simbólica y afectiva. Cabe señalar que la mayoría de los turistas encuestados eran de origen nacional y procedían de regiones cercanas al PCCC. Esta proximidad geográfica, junto con una familiaridad cultural con el universo simbólico cafetero, podría explicar la similitud observada en el campo de representación entre los actores. La cultura

cafetera, en efecto, ha logrado consolidar una difusión eficaz de sus referentes históricos e identitarios a nivel nacional, lo que facilita su reconocimiento incluso entre visitantes no locales. En este sentido, sería pertinente desarrollar análisis comparativos centrados exclusivamente en turistas extranjeros, con el fin de explorar posibles divergencias en las formas de representación y apropiación cultural.

Los hallazgos de esta investigación confirman la naturaleza dinámica, ambigua y polifásica de las RS de la cultura cafetera entre los empresarios del sector turístico, pobladores y turistas del PCCC. Lejos de ser estructuras fijas o puras, las RS son ensamblajes temporales que yuxtaponen pasado y presente, tradición e innovación, legitimidad institucional y experiencia vivida. Esta complejidad demanda, como lo plantea Jodelet (2020) y retoman Rubira-García y Puebla-Martínez (2018), una mirada que reconozca la coexistencia de múltiples sentidos en tensión, sin necesidad de reducirlos a tipologías binarias.

En esta línea, el modelo Toblerone (Bauer & Gaskell, 1999) resulta útil para comprender cómo estas representaciones se superponen y evolucionan, dando lugar a una configuración polifásica en la que distintas lógicas (tradicional, técnica, escenográfica, institucional, económica) coexisten en una misma propuesta turística.

En este marco, la clasificación de representaciones propuesta ayudó a capturar la variedad de usos discursivos y escenográficos de la cultura cafetera en el turismo. Las RS dominantes coinciden con el discurso institucional del patrimonio, basado en el esfuerzo campesino, la arquitectura tradicional y la sostenibilidad del sistema productivo. Este discurso es hegemónico en la declaratoria de la Unesco y legitima el PCCC como bien patrimonial. Sin embargo, en el terreno, la representación de este patrimonio se fragmenta: por un lado, se exaltan las formas arcaicas a través de parques temáticos que estatizan la tradición; por otro, cobran relevancia representaciones emergentes que reconfiguran la cultura cafetera como industria de especialidad, sofisticación técnica y experiencia sensorial.

Esta tensión también se manifiesta en la contradicción entre los discursos patrimoniales y las lógicas de mercado. Mientras se ensalza la cultura campesina como símbolo de autenticidad, en la práctica se promueven discursos que desvalorizan las formas tradicionales de producción y consumo del café. La industria de cafés especiales, por ejemplo, busca diferenciarse mediante la sofisticación del producto, desacreditando prácticas históricas como el uso de la olla en la preparación o el consumo de café con endulzantes. Esta estrategia de posicionamiento, aunque comprensible desde la lógica del mercado, puede

resultar perjudicial para la sostenibilidad del patrimonio, si no se acompaña de procesos que reconozcan y fortalezcan las prácticas y actores tradicionales.

La coexistencia de RS arcaicas, residuales, dominantes y emergentes confirma que el patrimonio no es una herencia congelada, sino un campo en disputa donde convergen intereses, memorias y expectativas. Reconocer esta pluralidad no implica renunciar a la conservación, sino redefinirla como un proceso inclusivo, situado y negociado, donde lo emergente tenga tanto valor como lo ancestral. La gestión turística y patrimonial del PCCC debe asumir esta complejidad, incorporando herramientas de interpretación y mecanismos de gobernanza que promuevan el diálogo entre los diferentes actores y visiones del territorio.

Finalmente, la tipología ampliada propuesta en este estudio dialoga con los modelos clásicos de Moscovici y Abric, pero introduce matices que responden a las particularidades de contextos patrimonializados y turistificados como el PCCC. A diferencia del modelo original de Moscovici —centrado en los procesos de anclaje y objetivación—, esta propuesta distingue cómo diferentes actores actualizan selectivamente elementos de la tradición cafetera según su posición e intereses en el campo turístico. Asimismo, complementa el modelo estructural de Abric, pues identifica la coexistencia simultánea de representaciones arcaicas, residuales y emergentes, lo que permite dar cuenta de configuraciones dinámicas del núcleo figurativo no plenamente explicadas por la distinción núcleo-periferia. De este modo, el modelo mantiene continuidad con la teoría clásica, pero aporta una lectura de la polifasia representacional en territorios patrimoniales.

CONCLUSIONES

Este estudio demuestra la pertinencia de la teoría de las RS para analizar cómo distintos actores del turismo comprenden, transforman y activan la cultura cafetera en el PCCC. La propuesta de una tipología de RS dominantes, arcaicas, residuales y emergentes evidenció la coexistencia de múltiples temporalidades y sentidos en las prácticas turísticas, ampliando la clasificación clásica de Moscovici (1979).

La representación del PCCC entre los empresarios del turismo no se limita a una visión escenificada para el turismo, revela una apropiación simbólica compleja que combina tradición, naturaleza, trabajo y comunidad. Esta riqueza simbólica, sin embargo, no siempre

se traduce en estrategias discursivas o de interpretación turística, lo que constituye un desafío para la gestión patrimonial que entienda el paisaje en un sentido amplio.

Las representaciones dominantes reproducen el discurso institucional de la patrimonialización. No obstante, estas coexisten con representaciones arcaicas de tipo nostálgico, residuales que actualizan prácticas tradicionales, y emergentes que reconfiguran la cultura cafetera como industria moderna. Esta convivencia revela procesos de tradición selectiva que condicionan la forma en que se construyen productos turísticos, afectando la gestión patrimonial.

Los resultados mostraron un uso limitado del concepto de paisaje cultural por parte de empresarios, pobladores y turistas, lo que indica la necesidad de fortalecer procesos de interpretación patrimonial y de promoción de la dimensión paisajística del territorio. Además, se identificó una tendencia preocupante hacia la elitización del consumo de café y la desvalorización de prácticas tradicionales, que puede afectar la sostenibilidad social y cultural del PCCC.

Por último, la investigación evidencia que las RS pueden ser una herramienta estratégica para diversificar la oferta turística, fortalecer la apropiación social del patrimonio y diseñar políticas públicas más sensibles a los sentidos y prácticas de los actores locales. Se recomienda avanzar en estudios comparativos e interregionales que permitan validar la utilidad de esta propuesta tipológica y reflexionar críticamente sobre la gestión del patrimonio en paisajes culturales desde una perspectiva latinoamericana.

NOTA

En el presente documento se utilizó la asistencia de IA para mejorar aspectos de redacción y de formato en algunos apartados y para sintetizar información. No se utilizó IA para la conceptualización de este trabajo. Se empleó ChatGPT versión 4.0 (OpenAI, 2024 septiembre-noviembre). Su uso fue filtrado mediado por seres humanos y se siguieron las recomendaciones de Unesco (2022) y Penabad et al. (2023) para el uso ético de la IA.

REFERENCIAS

Abric, J. C. (2001). *Prácticas sociales y representaciones* (Ediciones Coyoacán).

- Banchs, M. (2000). Aproximaciones procesuales y estructurales al estudio de las representaciones sociales. *Papers on Social Representations: Textes sur les représentations sociales*, 9, 1-15.
- Barreiro, V., & Castorina, A. (2009). Polifasia cognitiva en niños y adolescentes: articulaciones empíricas entre la psicología social y del desarrollo. En Universidad de Buenos Aires (Ed.), *I Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVI Jornadas de Investigación Quinto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR*.
- Bauer, M. W., & Gaskell, G. (1999). Towards a Paradigm for Research on Social Representations. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 29(2), 163-186.
<https://doi.org/10.1111/1468-5914.00096>
- Cisternas, C. (2022). Ideologías lingüísticas como sistemas de representaciones sociales: una propuesta teórica interdisciplinaria. *RLA. Revista de lingüística teórica y aplicada*, 60(2), 107-125. <https://doi.org/10.29393/RLA60-13ILCC10013>
- Cuevas, Y. (2016). Recomendaciones para el estudio de representaciones sociales en investigación educativa. *Cultura y representaciones sociales*, 11(21), 109-140.
- Del Carmen, M., & Quintero, V. (2008). La naturaleza de las representaciones sociales 1*. *Rev.latinoam.cienc.soc.niñez juv*, 6(1), 55-80.
<http://www.umanizales.edu.co/revistacinde/index.html>
- Farr, R. (1998). From collective to social representations: Aller et retour. *Culture & Psychology*, 3(4), 275-296.
- Foster, J. L. H. (2011). Reflections on Bauer and Gaskell's Towards a Paradigm for Research on Social Representations. *Papers on Social Representations*, 20, 23.1-23.12.
<https://www.researchgate.net/publication/268368906>
- García-Canclini, N. (2001). *Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad* (Paidós, Ed.).
- Gutierrez, S. (2016). Diferentes aproximaciones metodológicas para el estudio de las representaciones sociales. En *Representaciones sociales, campo jurídico y conciliación en equidad. Aproximaciones teórico-metodológicas para su estudio* (Número September, pp. 5-40).
- Jodelet, D. (2020). Sobre el Espíritu del tiempo y las representaciones sociales. *Cultura y representaciones sociales*, 15(29), 19-36.

- http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102020000200019&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Jovchelovitch, S., & Priego-Hernández, J. (2015). Cognitive polyphasia, knowledge encounters and public spheres. En *The Cambridge Handbook of Social Representations* (pp. 163-178). Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107323650.014>
- Marková, I. (2017). A fabricação da teoria de representações sociais. *Cadernos de Pesquisa*, 47(163), 358-375. <https://doi.org/10.1590/198053143760>
- Mazzara, B. M. (2021). Social Representations, Communication, and the Evolution of Cultures. *Embracing Change*, 103-126.
<https://doi.org/10.1093/OSO/9780197617366.003.0005>
- Ministerio de Cultura de Colombia, F. N. de C. de C. (2012). *Paisaje Cultural Cafetero. Una fusión excepcional de naturaleza, esfuerzo colectivo humano y cultura*.
<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Mireles, O. (2015). Metodología de la investigación: Operaciones para develar representaciones sociales. *Magis*, 8(16), 149-166.
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.m8-16.miop>
- Mireles, O., & Cuevas, Y. (2004). Teoría y metodología de las representaciones sociales para el estudio de las universidades. *XI Conferencia de sociología de la educación*, 1-20.
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público* (Editorial Huemul S. A., Ed.). <https://www.researchgate.net/publication/266257708>
- Navarro, O., & Restrepo, D. (2013). Representaciones Sociales: perspectivas teóricas y metodológicas. *CES Psicología*, 6(1), i-iv.
- OpenIA. (2024). *ChatGTP (versión 4.0)* (septiembre-noviembre 2024). Modelo de lenguaje. <https://chat.openai.com/auth/login>
- Pauwels, L. (2012). A Multimodal Framework for Analyzing Websites as Cultural Expressions. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 247–265.
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01572.x>
- Penabad, L., Morera, M., & Penabad, M. (2023). *Guía para la regulación del uso de Inteligencia Artificial en revistas científico-académicas de ciencias sociales, en procesos de arbitraje y para reportar su uso en textos científicos*.

<https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/27431?fbclid=IwAR3ARtsQHQvz9foPnMW5IRh6fXhIPAFaUtuv272QgeJSe62t5ALwyE9llog>

- Piñero, S. (2008). La teoría de las representaciones sociales y la perspectiva de Pierre Bourdieu: Una articulación conceptual. *CPU-e, Revista de Investigación Educativa*, 7.
- Rose, D. ; Efraim, D. ; Gervais, M.-C., Joffe, H., Jovchelovitch, S., & Morant, N. (1995). Questioning consensus in social representations theory. *Papers on social representations*, 4(2), 150-176.
- Roussiau, N., & Valence, A. (2013). Interdependencia y transformación de las representaciones sociales en redes. *CES Psicología*, 6(1), 60-76.
- Rubira-García, R., & Puebla-Martínez, B. (2018). Representaciones sociales y comunicación: apuntes teóricos para un diálogo interdisciplinar inconcluso. *Convergencia*, 25(76), 147-167. <https://doi.org/10.29101/CRCS.V25I76.4590>
- Sammut, A., Gaskell, G., & Valisner, J. (2013). Attitudes, Social Representations and Points of View. En *The Cambridge Handbook of Social Representations*.
- Sebastián, J. F. (2014). Tradiciones electivas. Cambio, continuidad y ruptura en historia intelectual. *Almanack*, 7, 5-26. <https://doi.org/10.1590/2236-463320140701>
- UNESCO. (2022). *Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_spa
- Urry, J. (2019). La Mirada del Turista. *Revista turismo y patrimonio*, 3, 51-66.
- Wachelke, J. (2012). Social Representations: A Review of Theory and Research from the Structural Approach. *Universitas Psychologica*, 11(3), 729-741. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672012000300004&lng=en&nrm=iso&tlng=en
- Wagner, W., Duveen, G., Farr, R., Jovhelovitch, S., Lorenzi-Cioldi, F., Markova, I., & Rose, D. (1999). Theory and method of social representations. *Asian Journal of Social Psychology*, 2, 95-125. <https://doi.org/10.1111/1467-839X.00028>
- Weisz, C. B. (2017). La representación social como categoría teórica y estrategia metodológica. *CES Psicología*, 99-108. <https://doi.org/10.21615/cesp.10.1.7>
- Williams, R. (1988). *Marxismo y literatura* (Ediciones Península).
- Zamudio Elizalde, P. D., & Reyes-Sosa, H. (2021). Polifasia cognitiva y representaciones sociales: análisis de las trayectorias escolares de los adolescentes mexicanos. *European Journal of Child Development, Education and Psychopathology*, 1-17. <https://doi.org/10.32457/ejpad.v9i2.1629>

CAROLINASALDARRIAGA-RAMIREZ, es Doctora en Sociedad y Cultura por la Universidad de Barcelona. Administradora ambiental con una Maestría en Ciencias Sociales de la Universidad de Caldas y una Maestría en Ciencias Humanas y Sociales (Educación) por la Université Paris XII UPEC. Actualmente se desempeña como investigadora y docente universitaria en los campos de estudios ambientales, patrimonio cultural y turismo sostenible. Su investigación se centra en los conflictos socioambientales e hidrosociales, las representaciones sociales, la gobernanza ambiental y los procesos de patrimonialización del Paisaje Cultural Cafetero Colombiano. Está particularmente interesada en las intersecciones entre cultura, territorio y sostenibilidad, utilizando el marco teórico de las representaciones sociales.

Email: carolina.saldarriaga@utp.edu.co