



SECCIÓN AMÉRICA LATINA

Los medios indígenas en América Latina: Usos, sentidos y cartografías de una experiencia plural

Indigenous Media in Latin America: Uses, Meanings and Cartographies of a Plural Experience

Mídia indígena na América Latina: usos, significados e cartografias de uma experiência plural

*Gemma Orobitg,^a Mònica Martínez Mauri,^b Roger Canals,^c
Gemma Celigueta,^d Francisco M. Gil García,^e Sebastián Gómez Ruiz,^f
Gabriel Izard,^g Julián López García,^h Óscar Muñoz Morán,ⁱ
Beatriz Pérez Galán^j y Pedro Pitarch^k*

Fecha de recepción: 01/05/2020 - Fecha de aceptación: 01/07/2020

- a Doctora en Antropología y Etnología por la Escuela de Estudios Superiores en Ciencias Sociales (EHESS), París, Francia. Profesora del Departamento de Antropología Social de la Universitat de Barcelona (UB), Barcelona, España. Correo electrónico: orobitg@ub.edu.
- b Doctora en Antropología por la Universitat Autònoma de Barcelona (UB), España y por la Escuela de Estudios Superiores en Ciencias Sociales (EHESS), París, Francia. Profesora del Departamento de Antropología Social de la Universitat de Barcelona (UB), Barcelona, España. Correo electrónico: martinezmauri@ub.edu.
- c Doctor en Antropología y Etnología por la Escuela de Estudios Superiores en Ciencias Sociales (EHESS), París, Francia. Profesor del Departamento de Antropología Social de la Universitat de Barcelona (UB), Barcelona, España. Correo electrónico: rocanals@ub.edu.
- d Doctora en Antropología y Etnología por la Escuela de Estudios Superiores en Ciencias Sociales (EHESS), París, Francia. Profesora del Departamento de Antropología Social de la Universitat de Barcelona (UB), Barcelona, España. Correo electrónico: gceligueta@ub.edu.
- e Doctor en Historia por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), España. Profesor del Departamento de Etnología de América de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), Madrid, España. Correo electrónico: fmgilgar@ucm.es.
- f Doctor en Cultura y Sociedad por la Universitat de Barcelona (UB), España. Profesor del Departamento de Humanidades de la Universidad El Bosque (UEB), Bogotá, Colombia. Correo electrónico: sgomezru@unbosque.edu.co.
- g Doctor en Historia de América por la Universitat de Barcelona (UB), Barcelona, España. Correo electrónico: gabrielizard@ub.edu.
- h Doctor en Geografía e Historia por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), España. Profesor del Departamento de Antropología Social y Cultural de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), Madrid, España. Correo electrónico: jlopez@fsf.uned.es.
- i Doctor en Antropología Social por la Universidad de Salamanca (USAL), España. Profesor del Departamento de Etnología de América de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), Madrid, España. Correo electrónico: oscarmun@ucm.es.
- j Doctora en Ciencias Políticas por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), España. Profesora del Departamento de Antropología Social y Cultural de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), Madrid, España. Correo electrónico: beatrizp@fsf.uned.es.
- k Doctor en Antropología Cultural por la Universidad de Nueva York (NYU), Estados Unidos de América. Profesor del Departamento de Etnología de América de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), Madrid, España. Correo electrónico: petul@ucm.es.

Resumen: Este artículo presenta un análisis del estado de la comunicación indígena en América Latina con un enfoque etnográfico y comparativo basado en seis estudios de caso: México, Guatemala, Panamá, Colombia, Bolivia y Argentina. Nuestro estudio se ocupa de la situación de los «paisajes mediáticos», es decir, la proliferación de medios de comunicación tecnológica en cada contexto, sus usos sociales efectivos y sus transformaciones en el tiempo. Para ello destacamos tres aspectos analíticos: 1) las innovaciones en la comunicación indígena, las cuales han pasado de un énfasis en la apropiación tecnológica a la necesidad de su incorporación como valor cultural, así como un cambio de énfasis en la «resistencia» a la idea de «descolonización» de los medios, 2) las características que definen la comunicación indígena, y 3) la constatación de su heterogeneidad e implicación en realidades sociales y políticas concretas y locales.

Palabras claves: etnografía; historia; culturas indígenas; comunicación; tecnología; sociedad, política.

Abstract: This article presents an analysis of the state of indigenous communication in Latin America with an ethnographic and comparative approach based on six case studies: Mexico, Guatemala, Panama, Colombia, Bolivia and Argentina. Our study deals with the situation of the «media landscapes», that is, the proliferation of technological communication media in each context, their effective social uses and their transformations over time. For this, we highlight three analytical aspects: 1) innovations in indigenous communication, which have moved from an emphasis on technological appropriation to the need for its incorporation as a cultural value, as well as a change in emphasis from «resistance» to «decolonization», 2) the characteristics that define indigenous communication, and 3) the confirmation of its heterogeneity and involvement in concrete and local social and political realities.

Keywords: ethnography; history; indigenous cultures; communication; technology; society; politics.

Resumo: Este artigo apresenta uma análise do estado da comunicação indígena na América Latina com uma abordagem etnográfica e comparativa a partir de seis estudos de caso: México, Guatemala, Panamá, Colômbia, Bolívia e Argentina. Nosso estudo trata da situação das «paisagens midiáticas», ou seja, a proliferação dos meios de comunicação tecnológica em cada contexto, seus usos sociais efetivos e suas transformações ao longo do tempo. Para isso, destacamos três aspectos analíticos: 1) as inovações na comunicação indígena, que passaram de uma ênfase na apropriação tecnológica para a necessidade de sua incorporação como valor cultural, bem como uma mudança de ênfase na «resistência» à ideia de «descolonização» dos meios de comunicação; 2) as características que definem a comunicação indígena; e 3) a constatação de sua heterogeneidade e envolvimento em realidades sociais e políticas específicas e locais.

Palavras chaves: etnografia; história; culturas indígenas; comunicação; tecnologia; sociedade, política.

Introducción

Durante las últimas tres décadas, los pueblos indígenas de América Latina han persistido en reclamar el derecho a una comunicación propia. Los medios de comunicación indígenas son presentados, por los mismos indígenas, como herramientas para preservar sus lenguas, así como para crear diálogos, apoyar la sociabilidad, lanzar debates, definir agendas políticas y activar nuevos modos de movilización social.¹ El objetivo de estos medios indígenas es implicar tanto a los miembros del propio grupo como a las sociedades nacionales y a sectores de la audiencia internacional. En este artículo, desde una perspectiva etnográfica y comparativa, describimos los efectos de los medios indígenas –ya sean convencionales o las llamadas redes sociales– en seis contextos indígenas de Guatemala, Bolivia, Panamá, México, Argentina y Colombia. Por un lado, reflexionamos sobre cómo la escena mediática se ha convertido en la arena de expresión de los conflictos que enfrentan a los pueblos indígenas con los Estados y con diversos agentes económicos y políticos, nacionales e internacionales. Por otro lado, mostramos cómo estos medios son una herramienta central en los actuales procesos de reivindicación y defensa de las culturas, la diversidad y el pluralismo cultural.²

Este artículo reúne un conjunto de estudios etnográficos vinculados a dos proyectos de investigación (2016-2021)³ que han permitido mapear, en detalle, nueve entornos mediáticos indígenas, así como identificar los usos efectivos de los medios de comunicación en cada contexto, sus significados y los efectos sociales que producen. La investigación etnográfica se ha realizado en colaboración con comunicadoras y comunicadores indígenas. Este enfoque colaborativo se ha reforzado con el desarrollo de dos herramientas de investigación que posibilitan tener en cuenta, tanto en el análisis como en la difusión de los resultados, la pluralidad de voces y experiencias que convergen en esta investigación sobre la comunicación indígena en América Latina. En efecto, con el objetivo de articular esta *multivocalidad*, se ha diseñado, por un lado, la página web Medios Indígenas⁴ que funciona como herramienta colaborativa con los colectivos indígenas que participan, de formas diversas, en la producción de los contenidos. Por

1 Todd Gitlin, «Public sphere or public sphericules?», en: *Media, Ritual and Identity*, (ed.) Tamar Liebes y James Curran (London: Routledge, 1998), 168-174.

2 Bradley S. Greenberg, et al., «Minorities and the mass media: television into the 21st Century», en: *Media effect: Advance in theory and research*, (ed.) Jennings Bryant y Dolf Zillmann (New Jersey, Estados Unidos de América: Lawrence Erlbaum Associates, 2002), 333-351; Andrew Jakubowicz, Heather Goodall, Jeannie Martin, Tony Mitchell, Lois Randall y Kalinga Seneviratne., *Racism, Ethnicity and the Media* (St. Leonards, Australia: Allen & Unwin, 1994).

3 Ministerio de Economía y Competitividad, *Pueblos indígenas, medios de comunicación y significados del conflicto en América Latina. Un estudio de antropología* (2016-2018); Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, *Comunicación indígena y patrimonio cultural en América Latina: conservación, revitalización, creatividad* (2019-2021).

4 Web Medios Indígenas, acceso 11 de mayo de 2020, <http://mediosindigenas.ub.edu/>.

otro lado, se ha realizado una serie documental, *La comunicación indígena: un derecho en construcción*,⁵ que yuxtapone las voces de expertos y comunicadores indígenas que accedieron, generosamente, a autograbar sus entrevistas y a ceder imágenes para mostrar sus experiencias y opiniones sobre la comunicación indígena, sus retos y objetivos.

Esta aproximación colaborativa permite identificar y actualizar los ámbitos temáticos que articula la comunicación indígena. Nuestro análisis –cuyas fuentes pueden consultarse en la web del proyecto–⁶ descubre algunos de sus principales lineamientos:

- 1) Derecho a una comunicación propia, que tiene como principal requerimiento el acceso gratuito a las frecuencias de emisión, el acceso a los cursos de formación de comunicadores y al financiamiento de proyectos de transferencia tecnológica.
- 2) Denuncia de las circunstancias que frenan el desarrollo de la comunicación propia, en particular, la crítica a la persistencia de la «brecha digital», junto a la difusión de estrategias para mejorar la conectividad, la reprobación de la violencia sistemática que deben confrontar las comunicadoras y comunicadores indígenas durante el ejercicio de su labor, así como la denuncia del «cerco mediático» de los grandes medios a la comunicación indígena.
- 3) Compromiso político de la comunicación, que se concreta en la defensa y revitalización de las lenguas indígenas, la denuncia de los proyectos extractivistas, la reivindicación de los saberes y prácticas indígenas en relación con el medio ambiente y al territorio, así como al impulso de querrelas relacionadas con la apropiación indebida de textiles, y, en general, del patrimonio cultural por parte de empresas nacionales e internacionales.
- 4) La internacionalización como estrategia política que se refuerza a partir del señalamiento de los avances en la organización de un activismo digital indígena, así como de la internacionalización de la comunicación –desde las cumbres y precumbres continentales de comunicación indígena, los festivales de cine indígena en diversos lugares del mundo, hasta las reuniones del Foro Permanente para las Cuestiones Indígenas de la ONU–.
- 5) Impulso de la innovación cultural o, en otras palabras, elogio de la creatividad indígena, específicamente, de la producción audiovisual, musical y artística realizada, en su mayoría, por los jóvenes, junto al debate sobre la

5 Beatriz Pérez Galán, «La comunicación indígena, un derecho en construcción. Notas sobre la elaboración de un proyecto documental colaborativo», *Proyecto Medios Indígenas*, 25 de abril de 2020, acceso el 29 de abril de 2020, en: <http://mediosindigenas.ub.edu/2020/04/25/la-comunicacion-indigena-un-derecho-en-construccion-notas-sobre-la-elaboracion-de-un-proyecto-documental-colaborativo/>.

6 Para más información, consulte el bloque «Comunicación e Investigación» de la web del Proyecto Medios Indígenas, en: <http://mediosindigenas.ub.edu/>.

pertinencia del uso del término «creadores» frente al del «comunicadores de prácticas e ideas colectivas».⁷

- 6) Apoyo a los procesos de transformación de la sociedad indígena como consecuencia de la migración a las ciudades. Los medios indígenas buscan tener un papel mediador en estos procesos, acogiendo los debates sobre las paradojas emergentes.

Igualmente, nuestra investigación descubre las formas diversas en que los medios indígenas son practicados por los comunicadores y por sus audiencias. Dentro de este enfoque, la radio, por ejemplo, se muestra como un objeto múltiple en el sentido en que cada forma distinta de práctica de la radiodifusión evidencia una versión diferente del medio radial, no solo en cuanto a su función –i.e. servicio a las comunidades locales, religiosa, educativa, de apoyo a las actividades productivas, política, entretenimiento, etc.– sino también en su propia definición en términos de mediación comunicativa. En efecto, estas formas diversas de practicar cada medio configuran circuitos alternativos de comunicación –ajenos a los *mass media*– que no son solo comunitarios y locales, sino también transnacionales, e involucran no solo a audiencias indígenas sino a otras audiencias no-indígenas.⁸

Hemos organizado el artículo en tres apartados. En el primero presentamos, desde la perspectiva de los comunicadores, los sentidos de la apropiación de las tecnologías de comunicación. Este apartado se organiza a partir de las entrevistas a comunicadores conducidas por los investigadores del proyecto junto con otras publicadas en la prensa o en revistas académicas. En el segundo apartado discutimos algunas de las características generales de la comunicación indígena. Se trata de un apartado de carácter más teórico. Su objetivo es formular una propuesta analítica general –surgida de los debates dentro de nuestro proyecto– basada en la comparación de estudios de caso. Estas generalizaciones teóricas se basan en las observaciones de los propios comunicadores. Proponemos dos nociones, la «relacionalidad» o puesta en relación y la «experimentación social», que permiten guiar el análisis comparativo sin diluir la pluralidad de experiencias, recogidas en nuestras investigaciones. Por último, presentamos los «paisajes mediáticos»⁹ en seis estudios de caso, en los cuales se sistematizan –teniendo en cuenta sus transformaciones en el tiempo– los medios, las comunidades mediáticas por ellos creados, y los efectos sociales de esta comunicación. El conjunto revela el carácter plural y heterogéneo de la comunicación indígena.

7 Anna Brigido-Corachán y Juan José García, «An interview with Juan José García, President of Ojo de Agua Comunicación», *American Anthropologist*, vol. 106, n.º 2 (2004): 371, <https://www.jstor.org/stable/3566973>.

8 Faye D. Ginsburg, Faye, Lila Abu-Lughob y Brian Larkin, Brian, (eds.), *Media Worlds. Anthropology on New Terrain* (Berkeley, Estados Unidos de América: University of California Press, 2020), 2-14.

9 Arjun Appadurai, *Modernity at Large: Cultural Dimension of Globalisation* (Minnesota, Estados Unidos de América: University of Minnesota Press, 1996).

Los sentidos de la apropiación indígena de las tecnologías de comunicación

La comunicación indígena, según expresan sus comunicadores, está al servicio de las comunidades, pero debe necesariamente ir más allá de este contexto local para convertirse en un «vínculo de convivencia» de los indígenas con el resto de la sociedad y del mundo. En estos términos se expresa, por ejemplo, la comunicadora wayuu Olimpia Y. Palmar en el tercer episodio de la serie documental *La comunicación indígena: un derecho en construcción*.¹⁰ «La comunicación es un derecho –explica esta comunicadora de la Red de Comunicación del pueblo wayuu– y si no lo ejercemos lo perdemos, nos invisibilizamos [...]. No queremos unos medios de comunicación sólo para indígenas o para la sociedad indígena. Queremos una comunicación global integradora del sentido desde la sociedad indígena». De forma similar se pronuncian el videoasta arhuaco Amado Villafaña,¹¹ el maestro ayuuk y uno de los fundadores de Radio y Video Tamix, Genaro Rojas, el productor de video zapoteco, Juan José García, fundador de la ONG Ojo de Agua Comunicación,¹² así como los realizadores de video bolivianos, Iván Sanjines, fundador del Centro de Formación y Realización Cinematográfica (CEFREC) y el realizador aymara, José Tapia.¹³ Los cinco insisten en que las tecnologías de comunicación son herramientas totalmente ajenas al mundo indígena, pero cuya apropiación por los indígenas es obligada. Por un lado, explica Amado Villafaña al inicio de la película *Wasi*,¹⁴ porque la convivencia con la sociedad no-indígena hace necesario dotarse de herramientas, entre ellas el video, para compartir el pensamiento y la responsabilidad indígena a través de los medios de comunicación. Por otro lado, argumenta Juan José García, porque es preciso hacer accesible a una amplia audiencia, indígena y no-indígena, aquella realidad que nunca se muestra en los grandes medios, reproduciendo las visiones y formas de estar en el mundo, saberes e intereses inmediatos de los pueblos indígenas.¹⁵ Efectivamente, es porque

10 Beatriz Pérez Galán y Yolanda Prieto, *La comunicación indígena. Un derecho en construcción* (Madrid, España: UNED/Serie documental de tres episodios: 29', 2018-2019), en: <https://vimeo.com/user99091090>.

11 Sebastián Gómez Ruiz y Amado Villafaña, *Wasi. Ver entre los Iku* (Colombia: Colectivo de Comunicadores Arhuaco Yosokwi y Antropo pò. Película: 16', Color, 2017), en: <http://mediosindigenas.ub.edu/producciones/2805/>.

12 Erica Cusi Wortham, «Valor y materialidad efímera: medios indígenas y futuros digitales», en: *Miradas propias. Pueblos indígenas, comunicación y medios en la sociedad global*, (ed.) Claudia Magallanes Blanco, Claudia y José Manuel Ramos Rodríguez (Puebla, México: Universidad Iberoamericana Puebla; Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 2016), 235-236; Erica Cusi Wortham, «Between the State and Indigenous Autonomy: Unpacking Video Indígena in México», *American Anthropologist*, vol. 106, n.º 2 (2004): 365, <https://doi.org/10.1525/aa.2004.106.2.363>.

13 Jeff Himpele, Ivan Sanjines y Jesús Tapia, «Packaging Indigenous Media: An Interview with Ivan Sanjines and Jesús Tapia», *American Anthropologist*, vol. 106, n.º 2 (2004): 354-363, <https://doi.org/10.1525/aa.2004.106.2.354>.

14 Gómez Ruiz, *Wasi*...

15 Wortham, «Between the State and Indigenous Autonomy: Unpacking Video Indígena in México», 365; Brígido-Corachán, «An interview with Juan José García, President of Ojo de Agua Comunicación», 370-371.

los grandes medios no solo son incompatibles con las realidades indígenas, sino que las devalúan, explican Iván Sanjinés y José Tapia, que los indígenas se apropiaron de estas herramientas tecnológicas para contrarrestar sus efectos y convertirse en productores activos de las historias que determinarán el futuro indígena y la autonomía de sus prácticas y formas de conocimiento.¹⁶ Finalmente, apropiarse de las tecnologías de comunicación es relevante porque estas materializan y actualizan ejemplarmente, según la experiencia del comunicador ayuuk Genaro Rojas, la frontera histórica entre dos mundos, el indígena y el no-indígena. A partir de esta idea de la tecnología como límite entre mundos, apunta Erica Cusi Worthman, en su etnografía sobre Radio y Video Tamix,¹⁷ este comunicador ayuuk explica tanto el rechazo y el recelo indígena hacia las tecnologías de comunicación, como su valor intrínseco. Un valor que radica en su conexión con la representación e igualmente con la *autorrepresentación*. En este sentido, los medios de comunicación indígenas son, por un lado, como coincide en definirlos el colectivo ayuuk de comunicadores de Televisión y Radio Tamix, un «espejo electrónico», es decir, un instrumento de *autoobservación* que permite un espacio reflexivo sobre la propia cultura,¹⁸ y por otro, un lugar desde el que resistir a la identidad impuesta desde afuera y contestarla en el mismo ejercicio de la comunicación.¹⁹ Se trata, confía Genaro Rojas a la antropóloga Daniela Cremoux,²⁰ de abrir diálogos. En definitiva, provocar el diálogo, insiste este comunicador ayuuk, debería ser el objetivo central de la comunicación indígena.²¹ En síntesis, estos comunicadores indígenas, cada uno con sus propios argumentos, plantean que el *diálogo* –entre la confrontación y la negociación– así como la *potencialidad relacional* –desde lo comunitario a lo transnacional– son los fundamentos culturales de la comunicación indígena.²²

Algunas características de la comunicación indígena: *relacionalidad* y *experimentación social*

Nuestra investigación, que yuxtapone una diversidad de voces y experiencias de la comunicación indígena en América Latina, constata algunas diferencias claves entre nuestras ideas generales sobre la comunicación a través de los medios tecnológicos y las ideas y prácticas indígenas de los medios. La primera de ellas –que reproduce las manifestaciones de los comunicadores que acabamos de presentar– es que allí donde nosotros valoramos la «veracidad» y «exhaustividad» de la

16 Himpele, «Packaging Indigenous Media...», 356.

17 Erica Cusi Wortham, *Narratives of Location: Televisual Media and the Production of Indigenous Identity in Mexico* (Tesis Doctoral, Department of Anthropology New York University, 2002).

18 Worthman, «Valor y materialidad efímera...», 240; Wortham, *Narratives of Location...*, 288.

19 Wortham, «Valor y materialidad efímera...», 237.

20 Daniela Cremoux, *Video indígena, dos casos en la Sierra Mixe* (Tesis de Maestría, Universidad Intercontinental, Ciudad de México, 1997).

21 Wortham, *Narratives of Location...*, 288.

22 Himpele, «Packaging Indigenous Media...», 357.

información,²³ la comunicación indígena valoriza la comunicación como «puesta en relación» de la sociedad indígena en distintos planos: comunitario, intercomunitario, interindígena, panindígena, local, nacional e internacional.

Paralelamente al desarrollo del trabajo de campo con los comunicadores, nuestra investigación se ha centrado en reconstruir el entorno mediático o, en otras palabras, la diversidad de tecnologías de la comunicación que operan en cada uno de los contextos en los que hemos trabajado, que presentamos en el siguiente apartado bajo el epígrafe de «paisajes mediáticos». Si bien la posibilidad de acceso a las tecnologías de la comunicación por parte de las poblaciones indígenas está subordinada a las políticas de comunicación de cada país –en particular, a las legislaciones sobre medios comunitarios y a la políticas de conectividad–, al desarrollo de proyectos estatales de transferencia tecnológica a los pueblos indígenas, y a las posibles actuaciones de ONG en apoyo la formación y la implementación de algunos medios indígenas, es destacable el interés de las poblaciones indígenas por el uso, aunque sea de manera precaria y limitada, de una diversidad de medios, en particular, la radio, el video, y las redes sociales –i.e Facebook, blogs, Twitter, WhatsApp, etc.– y, en menor medida, la televisión y la prensa escrita. Los mismos comunicadores justifican esta proliferación de medios argumentando que cada tecnología, por sus características, permite cubrir mejor alguno de los ámbitos de este complejo de relaciones que va de lo más local a lo más global. De hecho, lo que están sugiriendo son especializaciones comunicativas, a saber, *relacionales*, asociadas a cada medio de comunicación. Esta idea parece coincidir con lo planteado por Raymond Williams en su texto «La tecnología y la sociedad»,²⁴ donde ejemplifica, además –aunque en el contexto europeo– cómo esta especialización comunicativa del medio es cambiante, si la observamos en una escala diacrónica. En cuanto a la comunicación indígena, teniendo en cuenta su historia y su actualidad, podemos identificar, por un lado, especificidades comunicativas generales para cada medio tecnológico y, por otro, variaciones culturales, locales o, simplemente, circunstanciales que explotan las potencialidades tecnológicas de cada medio con el objetivo de activar determinadas relaciones de lo comunitario indígena o panindígena a lo internacional.

Seguidamente, expondremos muy sintéticamente las especificidades comunicativas generales asociadas a las principales tecnologías de comunicación. Se trata de una generalización que hemos elaborado a partir de la yuxtaposición de los estudios previos sobre comunicación indígena, con las entrevistas a comunicadoras y comunicadores editadas en distintos medios y con nuestras propias experiencias de campo. Para nuestra investigación, esta generalización de las competencias comunicativas de los medios indígenas representa únicamente un punto de partida

23 Jesús Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (México, D.F.: Ed. G. Gilli, (1991) [1987], 223-224.

24 Raymond Williams, «La tecnología y la sociedad», *Causas y Azares*, n.º 4 (1996) [1975]: 155-172.

para poder ahondar en el análisis –que avanzamos en el último apartado de este artículo– de la comunicación indígena como un campo de prácticas muy heterogéneas e innovadoras. Vayamos primero a la sistematización de las generalizaciones y, sucintamente, a sus matizaciones para cada medio tecnológico.

La radiodifusión –el medio de comunicación indígena por excelencia, cuyos diversos proyectos de transferencia tecnológica a las poblaciones indígenas se iniciaron en los primeros años del siglo XX– se presenta como una forma de comunicación relacionada con los principios de la *comunalidad* y la *comunalicracia* que rigen la cotidianidad de estos pueblos.²⁵ Las comunidades se apropian de la radio que permite la comunicación –por lo general en una o varias lenguas– entre asentamientos dispersos y mal comunicados, y funciona como centro de información –para enviar avisos, saludar y divertir–, plataforma de educación e instrumento de articulación política.²⁶ La radio crea cohesión, clarifica las interacciones y, al mismo tiempo, incide en las formas del control social. En efecto, la palabra mediatizada por la radio, al igual que el discurso oral en las asambleas o en los rituales, ocupa una posición central en la constitución y circulación de la autoridad, a distintos niveles, en las sociedades indígenas.²⁷ En palabras de Rosa Palomino Chahuares, radialista aymara y defensora de los derechos de las mujeres indígenas: «La comunicación es la columna vertebral de la sociedad». Conductora, desde el año 1988, de un programa de radio educativo en lengua aymara, *Wiñay Pankara*, Rosa Palomino insiste en cómo, a través de la participación en la radio, las mujeres aymara han perdido el miedo y reforzado su posición social; han logrado ser escuchadas y respetadas por su sociedad y tener un lugar de responsabilidad en la defensa de la cultura y los derechos indígenas.²⁸ En definitiva, la radio, por su alcance geográfico y su lógica oral, ha sido, hasta ahora, el medio más utilizado por los pueblos indígenas para apoyar –reforzando o transformando– la sociabilidad y la gobernanza internas. Adicionalmente, algunas iniciativas, como, por ejemplo, la experiencia de Radio Insurgentes en México o las corresponsalías de algunas radios indígenas para

25 Floriberto Díaz, «Comunidad y comunalidad», en: *Comunalidad, energía viva del pensamiento mixe. Ayuujtsënää'yën -ayuujkwënää'ny - ayuujk mēk'ajtēn*, (ed.) S. Robles y R. Cardoso (México, D.F.: UNAM, 2007); Elena Nava Morales, *Totopo al aire. Radio comunitaria y comunalidad en el Istmo de Tehuantepec* (México: Ediciones de la Casa Chata, CIESAS, 2018); Jaime Martínez Luna, «Conocimiento y comunalidad», *Bajo el Volcán*, vol. 15, n.º 23 (2015): 99-112, <http://www.apps.buap.mx/ojs3/index.php/bevol/article/view/1289>.

26 Maurizio Ali, «Medios de comunicación, asuntos étnicos e interculturalidad indígena», *Razón y Palabra*, n.º 74 (2011), en: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N74/VARIA74/23AliV74.pdf>; Cecile McSherry, «Todas las voces: Indigenous language radio, state culturalism and everyday forms of public sphere formation», *Journal of Iberian and Latin American Research*, n.º 5 (1999).

27 Lucas Bessire, y Daniel Fisher, Daniel (Eds.), *Radio fields. Anthropology and wireless sound in the 21st century* (Nueva York, Estados Unidos de América: New York University Press, 2012).

28 Marco Colombier, «Con la radio conocemos nuestros derechos y cultural aymara. Entrevista a Rosa Palomino Chahuares, comunicadora aymara», *Servindi*, 16 de enero de 2014, en: <https://www.servindi.org/node/55471>.

ALER –Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, creada en 1972–, sitúan la radiodifusión indígena en una esfera de comunicación internacional. También se deben considerar, por su amplia audiencia indígena, las radios religiosas que emiten en varias lenguas indígenas y que activan otro tipo de comunidades radiofónicas.

A diferencia de las radios comunitarias, que se dirigen sobre todo a una audiencia indígena, las producciones de video están mayormente dirigidas a un público no-indígena y orientadas a la *autopresentación* y a la reivindicación política. Probablemente, debido a la facilidad para el uso de pequeñas cámaras de video, así como a la proliferación, entre 1980-1990, de exitosos proyectos de transferencia tecnológica en Brasil, Bolivia, Colombia, México y Chile,²⁹ este medio ha experimentado un fuerte desarrollo.³⁰ El video indígena, en tanto artefacto cultural, tiene una materialidad y unas formas de circulación que han permitido una proliferación, desde los años 1980, de películas indígenas y festivales de cine indígena en todo el mundo.³¹ En este escenario, la difusión del video indígena funciona como un poderoso modo de organización, configurando formas de acción política global. Los temas de las películas forman parte de una agenda política indígena relacionada con la lucha por los territorios y por la defensa de las culturas en contextos históricos marcados por la colonialidad, el etnocidio y el ecocidio. Adicionalmente, las comunidades usan el video para activar procesos de autorreflexión cultural, relacionados con la recreación de sus ritos, la historia de sus linajes y las formas en cómo se narran y se significan como grupo. Muchas de estas películas no circulan ni en festivales, ni en internet, y forman parte de un archivo audiovisual propio.³²

29 Laura Cardús, «Indigenous media: from transference to appropriation. Indigenous media in Latin America and processes of visual presentation of self and ethnicity», *Anthropovision. Vaneasa On Line Journal*, n.º 2.1 (2004): 1-18, <https://doi.org/10.4000/anthrovision.668>; Pablo Mora, *Poéticas de la resistencia. El video indígena en Colombia* (Bogotá, Colombia: Cinemateca Distrital, IDARTES, 2015); Terence Turner, «Defiant Images: the Kayapo appropriation of video», *Anthropology Today*, vol. 8, n.º 6 (1993): 5-16, <https://www.jstor.org/stable/2783265>; Terence Turner, «Representation, Politics, and Cultural Imagination in Indigenous Video: General Points and Kayapo Examples», en: *Media Worlds: Anthropology on New Terrain*, (ed.) Faye D. Ginsburg, Lila Abu-Lughod, Brian Larkin (Berkeley, Estados Unidos de América: University of California Press, 2002), 75-89.

30 Wortham, *Narratives of Location...*; Amalia Córdova, «Estéticas enraizadas: aproximaciones al video indígena en América Latina», *Comunicación y Medios*, n.º 8 (2011), <https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/19895>; Ana Nahmad, «Las representaciones indígenas y la pugna por las imágenes. México y Bolivia a través del cine y del video», *Latinoamérica. Revista de Estudios Latinoamericanos*, n.º 45 (julio-diciembre, 2007): 105-130, http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-85742007000200105&lng=es&nrm=iso.

31 Sebastián Gómez Ruiz, «Imágenes de la Sierra Nevada (Colombia): el artefacto cultural como una manera para aproximarse a los medios de comunicación indígena», en: *Culturas indígenas: investigación, comunicación y resistencias*, (ed.) Amparo Huertas y María Luna, María (Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona, InCom-UAB Publicacions n.º 16, 2018), 197-219.

32 Gómez Ruiz, «Imágenes de la Sierra Nevada (Colombia)...»; Ingrid Kummels, *Espacios mediáticos transfronterizos. El video ayuujk entre México y Estados Unidos* (México: CIESAS, 2018); Wortham, «Valor y materialidad efímera...».

Nuestras investigaciones de campo se han centrado, especialmente, en estos dos medios que hasta muy recientemente ocupaban una posición preeminente en la comunicación indígena.³³ La radio y el audiovisual se impusieron en su momento, no solo porque una parte de la población era iletrada, sino porque refuerzan aspectos centrales de la comunicación en las culturas indígenas: la oralidad, la escucha y la visión.³⁴ Por ende, desde la segunda década del siglo XXI, internet —a pesar de los problemas de conectividad en muchas zonas indígenas— empezó a ser utilizado por los jóvenes y las organizaciones políticas indígenas. Proliferaban, inicialmente blogs y páginas web utilizadas para la comunicación tanto interna —como lugar de cultura— como externa —como espacio político y reivindicativo—.³⁵ Hoy día, las redes sociales —principalmente WhatsApp, Facebook y Twitter— han desplazado estas primeras plataformas. Podemos avanzar la hipótesis de que el gran interés indígena por las redes sociales radica en su capacidad de cubrir, en un solo medio, los usos, lenguajes y funciones de la radiodifusión y del video. El uso de teléfonos móviles ha implicado un acceso más amplio de estas poblaciones a la comunicación y una clara superposición de la figura del emisor y del receptor que, como veremos, es algo muy característico de la comunicación indígena. Son tecnologías que se imponen porque permiten, simultáneamente, el uso de los distintos formatos comunicativos —audios, fotografías, video, signos gráficos texto—, y una variedad de lenguajes —oral, visual y textual— Además de maximizar la inmediatez de la comunicación, así como las posibilidades de «puesta en relación», desde lo interpersonal y comunitario hasta lo planetario. En efecto, si internet interesa a los pueblos indígenas es porque permite un marco comunicacional en el que adentro, afuera, local, global, privado y público no son excluyentes.³⁶

No debe extrañarnos *el* estilo interpelativo característico de los contenidos de la comunicación indígena ni su empeño en acoger diálogos y provocar debates que involucren a las audiencias en el proceso de producir comunicación. De hecho, lo que buscan los medios indígenas es configurar comunidades. En la comunicación indígena no hay un emisor y un receptor absolutos: todo emisor es

33 Naciones Unidas, *Foro de medios de comunicación y pueblos indígenas. Informe de trabajo* (México, D.F.: 2010).

34 Mónica Martínez Mauri y Gemma Orobítg, «Internet fortalece a las comunidades indígenas», *The Conversation*, 19 de febrero de 2019, en: <https://theconversation.com/internet-fortalece-a-las-comunidades>.

35 Rafael Franco Coelho, *La apropiación cultural, social y política de los medios de comunicación en comunidades indígenas: el proyecto "Aldeia Digital" del pueblo xavante (Brasil Central)* (Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, 2016), en: <https://www.tdx.cat/handle/10803/399827#page=1>; Gloria Monasterio, «Abya Yala en internet políticas comunicativas y representaciones de identidad de organizaciones indígenas en el ciberespacio», en: *Políticas de identidades y diferencias sociales en tiempos de globalización*, (ed.) Daniel Mato (Caracas, Venezuela: FACES - UCV, 2003), 303 -330; Óscar Ramos Mancilla, «Acceso a internet desigual y heterogéneo en los pueblos indígenas de la Sierra Norte de Puebla», *Revista Española de Antropología Americana*, n.º 48 (2018): 9-27, <https://revistas.ucm.es/index.php/REAA/article/view/63687/4564456549478>; Juan Francisco Salazar, «Articulating an activist imaginary: Internet as counter public sphere in the Mapuche movement, 1997/2002», *Media International Australia incorporating Culture and Policy*, vol. 107, n.º 1 (2003): 19-30, <https://doi.org/10.1177/1329878X0310700105>.

36 Mora, *Poéticas de la resistencia. El video indígena en Colombia*, 38-39.

a la vez receptor y cualquier receptor tiene la posibilidad de ser emisor. En estos términos lo argumentó Jesús Martín-Barbero en su clásico trabajo, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. El punto de partida de Martín-Barbero es una redefinición de lo indígena como parte integrante de la modernidad capitalista.³⁷ Se trata de una idea que sugiere una cierta coincidencia con los argumentos de los comunicadores indígenas cuando relacionan la apropiación de las tecnologías de comunicación con la reivindicación de que se puede seguir siendo indígena y ser moderno.³⁸ Los medios indígenas son un ejemplo interesante para observar el ejercicio de las «modernidades indígenas».³⁹ Sería erróneo pensar que es la tecnología la que moderniza a las sociedades indígenas. Al contrario, la etnografía sobre los medios permite argumentar que los indígenas modernizan los medios cuando se los apropian otorgándoles unos «estilos» propios vinculados a las teorías indígenas de la comunicación y a sus intereses en un mundo global del que, salvo algunas excepciones, no desean quedar al margen. Este reposicionamiento de lo indígena, en nuestro caso para estudiar la comunicación, se apoya también en las palabras de la historiadora y activista aymara Silvia Rivera Cusicanqui cuando afirma, tajantemente, que «lo indio es parte de la modernidad, no es una tradición estancada»⁴⁰ o, en una expresión más sintética, que «lo indio es moderno».⁴¹

Hasta ahora hemos presentado la primera característica definidora de la comunicación indígena: el énfasis en la «puesta en relación» o en la *relacionabilidad*, las implicaciones de este principio en el ejercicio de la comunicación, así como en la definición de los términos de la relación comunicativa. La segunda característica de la comunicación indígena radica en un interés por la experimentación social.⁴² Si nuestras ideas de la comunicación otorgan protagonismo a la

37 Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones...*

38 Wortham, *Narratives of Location...*, 273-274.

39 Pedro Pitarch y Gemma Orobitg, (ed.), *Modernidades indígenas* (Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Ver-vuert, 2012).

40 «Lo indio es parte de la modernidad, no es una tradición estancada», Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Chile, 19 de octubre de 2012, en: <http://www.facso.uchile.cl/noticias/85824/lo-indio-es-parte-de-la-modernidad-no-es-una-tradicion-estancada>.

41 «Lo indio es moderno: Silvia Rivera Cusicanqui», *La Línea de Fuego*, 14 de abril de 2015, en: <https://lalineadefuego.info/2015/04/14/lo-indio-es-moderno-silvia-rivera-cusicanqui/>.

42 La idea de la «experimentación social» como característica definidora de los medios indígenas no es nueva en los estudios sobre comunicación. Los análisis sobre el video indígena como herramienta de activismo político destacan las potencialidades del filme «para el ejercicio o el despliegue performativo de la ciudadanía», aunque se trate, muchas veces, de una “ciudadanía inconclusa” al no ser reconocida como tal por el Estado –Juan Francisco Salazar, «Contar para ser contados: el video indígena como práctica ciudadana», en: *Miradas propias...*, 101-103–. A este respecto, los estudios sobre el video indígena mantienen un debate abierto entre dos posturas. Por un lado, se sitúan quienes plantean que los medios indígenas son «media imperfecta» al ser plataformas de comunicación cuyo objetivo es la resistencia política y el reconocimiento por parte de las comunidades en detrimento de la calidad técnica, debido a la escasa formación y a la limitación tecnológica con las que trabajan los colectivos de videoastas indígenas –Amalia Córdova y Juan Francisco Salazar, «Imperfect Media and the Poetics of Indigenous Video in Latin America», en: *Global Indigenous Media: Cultures, Poetics, and Politics*, (ed.) Pamela Wilson y Michele Stewart (Durham: Duke University

transmisión acumulativa de la información, hasta el punto de quedar el ejercicio de la comunicación reducido a ello, estableciéndose como *verdad* metodológica la separación entre el análisis del mensaje y su recepción,⁴³ la comunicación indígena privilegia los efectos del mensaje en las audiencias, hasta el punto de que la transmisión de contenidos se hace tomando en consideración sus posibles alcances sociales, a saber, la creación de comunidades de acción, identificables o virtuales. Este tipo de comunicación se caracteriza, matizando la formulación de Martín-Barbero,⁴⁴ no tanto por un desplazamiento «de los medios a las mediaciones» sino por una identificación del medio con la mediación. En otras palabras, lo que da entidad al medio indígena es la potencial activación de relaciones en distintos planos de la vida social, a saber, de lo comunitario a lo planetario. Algunas de estas relaciones activadas por los medios son, por ejemplo, las colaboraciones entre realizadores de video indígena y activistas no-indígenas, una comunidad de oyentes indígenas en torno a una radio religiosa, o, para añadir un tercer ejemplo, la inclusión del cargo de comunicador en el sistema de cargos o de servicios a la comunidad. En este tipo de situación, los medios indígenas no producen una representación –respectivamente, del activismo político, de la experiencia religiosa o de la vida de la comunidad, para tomar los ejemplos antes mencionados– sino una intervención directa, activadora de todas estas situaciones sociales.⁴⁵ Posibilitando efectivamente las relaciones sociales –previstas o inesperadas–, los medios indígenas proporcionan nuevos modelos para significar el mundo y, potencialmente, transformar la sociedad. Aquí radica no solo lo esencial, sino sobre todo lo modernizador e innovador de la comunicación indígena en el ámbito de la comunicación global. En otras palabras, si partimos de la constatación del interés indígena por los medios de comunicación en tanto mediaciones sociales, y del ejercicio de la comunicación como la activación de interrelaciones sociales –«comunidades»–, que producen nuevos modelos para pensar y transformar el mundo a distintas escalas, entonces, la comunicación no es otra cosa que experimentación y acción social.

Estos argumentos se basan en ideas como las expresadas por la comunicadora wayuu Olimpia Y. Palmar o la lideresa K'iche' Aura Lolita Chávez Ixcaquic. Ambas insisten en la necesidad de una comunicación que debe trascender las fronteras indígenas. En otras palabras, abogan por compartir los conocimientos indígenas para generar debates y transformaciones en torno a cuestiones

Press), 42-43-. Por otro lado, están quienes defienden que lo más correcto es hablar de otras maneras de entender la creación audiovisual que no implican una renuncia a mejorar el dominio técnico «en la búsqueda o reinención de un lenguaje audiovisual propio» –Mora, *Poéticas de la resistencia...*, 36-37– ni tampoco dejar de lado las agendas de resistencia política independientemente de si la efectividad de los medios es inmediata o solo pueda ser valorada a largo plazo –Mora, *Poéticas de la resistencia...*, 35-39–.

43 Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones...*, 223.

44 *Ibid.*, 203.

45 Mora, *Poéticas de la resistencia...*, 38.

claves para todo el planeta⁴⁶ como, por ejemplo, la noción de *Vida*, esencialmente vinculada al cuerpo y al territorio:

...otro concepto K'Iché contenido en el Popol Vuh –explica Lolita Chávez– es la idea del territorio como cuerpo, de que nosotros somos parte del territorio [...] la defensa de la tierra es la defensa de la Vida [...]. Hay que expandir el conocimiento a otros pueblos. Hay que trascender las fronteras.⁴⁷

Queremos una comunicación global integradora del sentido desde la sociedad indígena [...] –insiste Olympia Y. Palmar-. Cuando decimos que comunicamos para la Vida ya le estamos poniendo un sentido a nuestra comunicación. Nuestro enfoque es que las transnacionales atentan contra la vida porque está destruyendo el territorio, están dañando la naturaleza...⁴⁸

«Paisajes mediáticos»: la heterogeneidad de la comunicación indígena

A continuación, presentamos seis ejemplos de «paisajes mediáticos» indígenas. En su conjunto, permiten analizar la comunicación indígena igualmente como una experiencia plural y heterogénea; implicada, de formas diversas, en los procesos sociales y políticos.

Medios indígenas en Chiapas, México

El Estado de Chiapas, en el sureste de México, posee una población indígena –hablantes de lenguas amerindias– de aproximadamente 1 millón de habitantes. Las lenguas principales son el tzotzil y el tzeltal que suman casi el 80 % de población, pero también se habla, entre otras, tojolabal, chol, zoque, mam, jacalteco, chuj, lacandón, mochó. Chiapas no concentra la población indígena más numerosa de México, ni tampoco su proporción respecto de hablantes de español es la más elevada. Lo que caracteriza a los indígenas de esta región es su elevado grado de monolingüismo y, hablando en general, la fuerte distinción identitaria y separación cultural respecto a la población hispanohablante.

46 Estos testimonios reproducen un cambio ideológico en la comunicación, de la resistencia a la descolonización. En efecto, actualmente, en la comunicación indígena no solo se da como objetivo denunciar los abusos y negligencias de distintos actores políticos y económicos –i.e. Estados, gobiernos locales, empresas nacionales e internacionales, etc.– hacia las poblaciones indígenas; sino que busca, sobre todo, legitimar los usos indígenas de las tecnologías de la comunicación, así como sus formas de pensar el mundo y sus prácticas relacionadas con la organización social, política y económica. Estas son insistentemente presentadas como alternativas autónomas y válidas –en relación con los modelos dominantes– que se ofrecen para pensar cuestiones de interés para todo el planeta. Silvia Rivera Cusicanqui, *Sociología de la imagen* (Buenos Aires, Argentina: Tinta Limón, 2015).

47 Gemma Orobitg, «Medios de comunicación comunitarios y consultas de Buena Fe en Guatemala», *Proyecto Medios Indígenas*, 5 de agosto de 2019, en: <http://mediosindigenas.ub.edu/2019/08/05/medios-de-comunicacion-comunitarios-y-consultas-comunitarias-de-buena-fe-en-guatemala/>.

48 Gemma Orobitg, «La comunicación indígena, una práctica descolonizadora y para impulsar las lenguas indígenas», *Proyecto Medios Indígenas*, 26 de agosto de 2019, en: <http://mediosindigenas.ub.edu/2019/08/26/2844/>.

Si bien la mayor parte de la población permanece campesina y rural, existe un creciente número de indígenas en las ciudades del Estado, especialmente en San Cristóbal de Las Casas, que se ha convertido, de facto, en la capital indígena y cuya influencia –política, productiva, cultural, lingüística, mediática– alcanza la mayor parte de las comunidades indígenas de Chiapas.

Si se presta atención a los usos culturales de los medios de comunicación en Chiapas, es fácil advertir un predominio de los que transmiten «la palabra», lo que en las lenguas indígenas de la región incluye el discurso oral y la música, tradicional o moderna, en detrimento de los medios visuales. Probablemente hay razones culturales profundas que explican esta orientación.

En todo caso, el consumo y producción indígena de medios visuales es comparativamente reducido. Si en México, en su conjunto, la televisión representa una fracción abrumadora de la información y narración popular –piénsese en las telenovelas–, entre la población indígena, sin embargo, esta posee una atracción más limitada. Por otra parte, existe una actividad embrionaria de fotografía y, sobre todo, video producido por jóvenes indígenas. Los resultados han sido a menudo interesantes en tanto que experimento cultural, en el sentido de que proporcionan a los jóvenes un marco de ensayo y reflexión acerca de las nuevas posibilidades creativas. Pero esta actividad se encuentra también fuertemente supeditada a iniciativas no indígenas, sobre todo de organizaciones no gubernamentales e instituciones académicas de investigación.⁴⁹ Las producciones visuales están más bien dirigidas a un público no-indígena y, en última instancia, dependen de la organización y financiación externa. Es probable que esta dependencia guarde relación con el hecho de que los medios visuales son considerados por los indígenas como una tecnología ajena.

En cuanto a la escritura, es evidente que posee un valor, reducido básicamente a sus usos prácticos y burocráticos. Las poblaciones indígenas asocian implícitamente la lecto-escritura con el Estado y sus instituciones de dominio.⁵⁰ La escritura posee una naturaleza ambivalente: por una parte, sirve para comunicarse con las instancias gubernamentales y, en general, permite desenvolverse con cierta seguridad en el mundo mexicano; pero, también, es una técnica de cooptación estatal y división social del trabajo. De ahí el papel ambivalente que poseen los intentos de convertir en letras las lenguas indígenas.

Muy por el contrario, los medios de reproducción sustentados en la palabra, como la radio, el teléfono celular o las grabaciones de música, gozan de una popularidad inmensa entre la población indígena. En particular, la radio se ha extendido de una manera vertiginosa. Hace más de treinta años la única emisora

49 Axel Köhler, «Nuestros antepasados no tenían cámaras: el video como machete y otros retos de la video-producción indígena en Chiapas, México», *Revista Chilena de Antropología Visual*, n.º 4 (2004): 391-406, en: http://www.rchav.cl/2004_4_ame10_kohler.html#Layer1.

50 Pedro Pitarch, «Sobre el mal del texto. Lenguaje, escritura, enfermedad», en: *La cara oculta del pliegue*, (ed.) Pedro Pitarch (México: Artes de México, 2013), 65-94.

que existía era la del Instituto Nacional Indigenista que retransmitía durante unas pocas horas al día; en la actualidad no queda prácticamente ningún rincón de Chiapas al que no lleguen varias emisoras simultáneamente.

Donde se ha producido la mayor eclosión es en las radios indígenas. Por supuesto, la definición, o incluso caracterización, de qué es una radio indígena no es algo sencillo; se trata, probablemente, más de una cuestión de grado que categórica. Para propósitos prácticos, aquí consideramos como radios indígenas aquellas que emplean, de manera frecuente, una de las lenguas indígenas –aunque una de las características de estas emisoras es precisamente su uso fluido y combinado de varias lenguas, incluida el español– y cuyos locutores y hasta cierto punto administradores se identifican como indígenas.

Martínez, Cordero y Villar⁵¹ han llevado a cabo un práctico censo y tipología de «radios libres» de Chiapas, las cuales, en su mayoría, operan en zonas indígenas como los Altos o la Selva. En 2014 funcionaban 130 de estas radiodifusoras –y es probable que su número haya seguido multiplicándose–, en su mayoría, según la nomenclatura de los autores, «religiosas» (68), seguidas por «comerciales no concesionadas» (41), «comunitarias» (11), «zapatistas» (5), «municipales» (3) y «partidistas» (2).

Las radiodifusoras «religiosas» son evangélicas, adventistas y, en menor medida y más recientemente, católicas. Las «comerciales no concesionadas» son radios con tipos de programas variados –culturales, musicales, de entretenimiento–; pero cuyo propósito inmediato son los anuncios comerciales –las cuales, claro, despiertan la indignación de las radios «comerciales»–. Por «comunitarias» entienden radios de organización local –de un pueblo o una pequeña región–, dirigidas, en parte, a actividades locales, pero también a la difusión más amplia de la «cultura» local; con frecuencia se organizan en redes de radiodifusoras. Las «municipales» financiadas por los alcaldes y a su servicio, no están, sin embargo, presentes en zonas indígenas. Las zapatistas forman una red de emisoras de comunicación y propaganda del Ejército Zapatista y sus comunidades de apoyo. Y las dos emisoras «partidistas» apoyan a un partido político durante las elecciones y funcionan, de hecho, como radios comerciales en los intervalos.

Por último, resulta notable la feroz competencia entre las radios indígenas–especialmente entre las radios religiosas, aunque no exclusivamente– por ocupar el espacio radioeléctrico. No se trata solo de asegurar una frecuencia de emisión, sino, más bien, de una disputa por adquirir más potencia y ocupar mayor espacio en el dial/cuadrante, en detrimento de otras emisoras semejantes. Todas son contendientes por ese espacio. Es un dominio en el cual cada radioemisora

51 Sarelly Martínez, Francisco Cordero y Hugo Villar (2013), «El púlpito electrónico: la radio religiosa en Chiapas», *Razón y palabra*, n.º 83 (2013), en: www.razonypalabra.org.mx; Sarelly Martínez, Francisco Cordero y Hugo Villar, «Expansión y presencia de la radio libre en Chiapas, un fenómeno de la globalización», *Correspondencias & Análisis*, n.º 5 (2015): 153-171, <https://doi.org/10.24265/cian.2015.n5.08>.

constituye el foco de una comunidad virtual específica y, a su vez, distinta de las que existen en la vida ordinaria de la población indígena.

Medios indígenas en Guatemala

Guatemala es uno de los países con mayor proporción de población indígena del mundo. Con 6,5 millones aproximadamente, representan el 45 % de la población total del país. Aunque buena parte continúa viviendo en el área rural y trabajando como campesinos, cada vez son más numerosos los que viven y trabajan en las áreas urbanas. La población indígena de Guatemala es, además, muy diversa. El país cuenta con 24 grupos étnicos distintos, 22 de los cuales son de ascendencia maya. A pesar de disfrutar de una significativa diversidad cultural, esta ha sido reducida, durante mucho tiempo, a la distinción elemental entre indígenas y ladinos —o no indígenas—, una distinción que ha venido acompañada de altas dosis de marginación, exclusión y explotación hacia las poblaciones indígenas. La aparición del Movimiento Maya en el último cuarto del siglo XX no solo ha vuelto más compleja esta simple clasificación étnica, especialmente con su reivindicación como Pueblo Maya, sino que además ha cuestionado el lugar convencional de los indígenas en el país. En efecto, el importante peso demográfico, social y económico —sobre todo como mano de obra— de la población indígena de Guatemala, no se ha correspondido hasta ahora con su peso proporcional en las instituciones políticas ni tampoco en los medios de comunicación.

El panorama de los medios indígenas de Guatemala es muy dispar. Aunque algunos medios escritos de comunicación dirigidos por y para los indígenas como la revista *Ixim* o el periódico *Rutzijol* jugaron un papel importante en las décadas pasadas, sobre todo vinculados con el Movimiento Maya; en la actualidad son poco significativos. Cabe destacar, como excepción, las editoriales *Cholsamaj*, que desde 1990 ha publicado más de 250 libros sobre todo de escritores mayas y *Maya Wuj*, fundada para promover la elaboración de libros y materiales educativos con un enfoque cultural maya. Destacamos también la importante labor de unos pocos periodistas indígenas en secciones y columnas de opinión de los principales diarios del país como, por ejemplo, la columna de opinión de Irma Alicia Velásquez Nimatuj en *El periódico* de Guatemala; Estuardo Zapeta, columnista durante mucho tiempo de *Siglo 21* y Enrique Sam Colop que escribió, hasta su fallecimiento en 2011, en *Prensa Libre*. Estos periodistas han mantenido una voz crítica en medios que han sido cuestionados por representar poco y mal a los pueblos indígenas. En esta década también han aparecido nuevos medios digitales como *Prensa Comunitaria*, *Nómada* o *Plaza Pública*, ésta última de los jesuitas, que han abierto sus espacios a la comunicación indígena.

En contraste con esta representación marginal en los medios escritos convencionales, las redes sociales han venido a revolucionar el panorama mediático de la población indígena. Las redes sociales no solo se han convertido en una

posible alternativa a la poca representatividad de los pueblos indígenas en los medios de comunicación tradicionales, sino también en el medio ideal para asegurar el debate o diálogo que caracteriza a los medios indígenas. Las redes sociales más importantes para la comunicación indígena son las mismas que para el resto de la población de Guatemala: WhatsApp y, sobre todo, Facebook. Aunque no podemos hablar de igualdad en el acceso a las redes entre indígenas y ladinos, lo cierto es que es en su uso donde el equilibrio resulta más evidente. Un aspecto importante de esta apertura digital es la creciente presencia de mujeres mayas. Como ejemplo significativo, uno de los Facebook indígenas con más seguidores es el de «Comunicadoras Mayas», un buen escaparate para trazar la radiografía de la actual comunicación maya en Guatemala.

Los medios visuales dirigidos por indígenas están en cambio menos desarrollados. Una iniciativa como la Televisión Maya que, por su lazo con la Academia de Lenguas Mayas de Guatemala, institución reconocida y financiada por el Estado, parecía tener un futuro prometedor, se ha quedado arrinconada por el poco presupuesto asignado. Por otro lado, desde el 2012 se ha conformado la Red *Tz'ikin* de realizadores, colectivos audiovisuales y grupos de videos comunitarios que ya ha organizado varias muestras de cine indígena en Guatemala y creado un programa de televisión comunitaria llamado *Tz'ikin TeVé* como ventana de exhibición de los audiovisuales comunitarios realizados por miembros de su red.

Pero, sin lugar a dudas, el medio de comunicación indígena por excelencia en Guatemala ha sido la radio. El origen de las radios indígenas en Guatemala está ligado a una forma de misión católica posconciliar que entiende la radio como una manera de alfabetizar y evangelizar. Con esa idea, varias radios católicas en contextos indígenas, emitiendo básicamente en idiomas mayas, se unieron a mediados de los años 1960 en la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas. Estas radios son la matriz de las radios comunitarias que eclosionaron en los años 1980, desbordan la impronta religiosa para poner énfasis en contenidos sociales relativos a la salud, la agricultura y el medio ambiente y, posteriormente, también contenidos culturales y políticos. Esta orientación hizo que fuesen vistas como subversivas durante el conflicto armado y clausuradas o censurados sus contenidos. Pero la fuerza y el sentido social que habían adquirido justificó que, en los acuerdos de paz de 1996 entre el gobierno de Guatemala y la URNG,⁵² y precisamente en el acuerdo sobre identidad y derechos de los pueblos indígenas, el gobierno se comprometiera a reformar la Ley de Radiocomunicaciones con el objetivo de facilitar frecuencias para proyectos indígenas y promover, asimismo, la derogación de toda disposición que obstaculizase el derecho de los pueblos indígenas a disponer de medios de comunicación para el desarrollo de su identidad. El acuerdo nunca llegó a hacerse efectivo. Con la llegada al poder del

52 Unidad Revolucionaria Nacional Guatemalteca.

neoliberalismo económico desde los últimos años del siglo XX se inició el proceso de subasta de frecuencias radiales que devino en la adquisición de la mayoría de ellas por grupos de comunicación poderosos frente a las radios comunitarias, especialmente indígenas, que no pudieron competir. Pero las comunidades indígenas siguieron luchando para no perder sus radios a las que ya consideraban un valor patrimonial y fuente de expresión del orgullo étnico. Podemos decir que el resultado de la llamada «guerra de las radios» de los primeros años del s. XXI ha sido la victoria –en muchos casos por la vía de los hechos– de las pequeñas radios, lo que demuestra el arraigo de estas entre los indígenas.

Se pueden sugerir varias razones del porqué de esta intensa implicación por mantener la radio indígena en las comunidades mayas: en primer lugar, porque han demostrado una fortísima complicidad entre emisores-oyentes hasta el punto de que se ha podido domesticar y encapsular la impronta política o religiosa globalizada de los dueños de la emisora para darle una orientación desde el particularismo indígena y, en segundo lugar, porque realmente las radios indígenas, desde el punto de vista de los oyentes, han hecho comunidad: el transistor ha sido asumido con frecuencia no como un bien individual sino como artefacto que hace comunidad y que debe ser escuchado colectivamente de manera que una de las acusaciones más claras de la mezquindad indígena contemporánea ha sido –hasta la eclosión de internet– la referida a aquellos que encierran la radio en sus casas para escucharla de manera privada.

La comunicación del pueblo guna, Panamá

El pueblo guna, con una población de 80 526 personas en Panamá y 1 290 en Colombia es célebre por haber logrado el reconocimiento, en 1938, de la comarca de San Blas –desde 1998 denominada Kuna Yala, a partir de 2011 Gunayala–, uno de los primeros territorios autónomos indígenas reconocidos por ley en Panamá. Situada en la costa atlántica, esta comarca posee 402 islas de reducidas dimensiones y es el hogar de 30 308 indígenas organizados en torno a asambleas –congresos– que recientemente utilizan las redes sociales y la radio para afianzar sus formas tradicionales de gobernabilidad.

En los años 1940 la radio fue el primer medio de comunicación de masas que se introdujo en Gunayala. Los primeros televisores llegaron al sector occidental de la comarca en 1978 y desde el año 2014 existe televisión satelital. En las viviendas gunas se acostumbra a escuchar la radio –panameña y colombiana–, leer la prensa nacional, ver televisión y, desde que existe cobertura móvil,⁵³ seguir las redes sociales desde los Smartphones.

53 La cobertura móvil es desigual en Gunayala. En el sector 1 el uso de celulares es una realidad desde el año 2007. El acceso a internet desde el celular se empezó a dar en la década del 2010. El sector 3 tiene cobertura celular desde diciembre 2019.

En los medios nacionales los indígenas tienen una presencia reducida. En un par de ocasiones dos personas gunas fueron protagonistas de *realities* de gran audiencia en cadenas nacionales. El primer fenómeno fue Jordi Alvarado, un niño de 11 años de origen guna, residente en Panamá, quien en 2011 ganó la cuarta edición del programa «Canta Conmigo» de la TVN.⁵⁴ Unos años después, Federica Lombardo, una anciana guna de 86 años, ganó el concurso «Esa Cabellera Blanca 2014» retransmitido por Telemetro.⁵⁵ A parte de estos momentos que podríamos calificar de felices, pues muestran aspectos positivos de la cultura indígena –habilidad para el canto, papel entrañable de las abuelas en la crianza de los nietos–, en los medios nacionales impera una visión negativa del indígena, sobre todo de los gunas. En estos medios se los suele presentar como sociedades cerradas, contrarias al desarrollo nacional y marcadas por unos altos índices de pobreza.⁵⁶

Si definimos los medios gunas como espacios de comunicación en redes sociales, blogs, plataformas digitales *online*, emisoras de radio, fotografía y proyectos audiovisuales producidos por instituciones o individuos gunas con sus propios recursos económicos para dirigirse a un público eminentemente guna, resulta un panorama mediático diverso y multifacético.

La televisión y la prensa escrita son medios que los gunas no han adoptado como propios. Aunque en el pasado sí existieron boletines escritos por periodistas gunas y distribuidos por organizaciones juveniles indígenas, en la actualidad este formato está en desuso.⁵⁷ La mayoría de las personas que viven en la comarca prefieren expresarse oralmente y escuchar –en lugar de leer– noticias en su propia lengua, *dulegaya*, por este motivo la radio y las producciones audiovisuales son medios que gozan de una gran popularidad. Actualmente existen tres programas de radio dirigidos por comunicadores gunas. El más antiguo es el programa *Acontecer indígena* conducido por Rogelio Alba en la emisora El Sol, 88.9 FM. Los dos más recientes –*La Voz de Duires*, en Nacional F.M. 101.7, *La Voz del Pueblo Guna*, en Crisol F.M 106.9– están controlados por la principal estructura política del pueblo guna: la Secretaría de Información y Comunicación (SIC) del Congreso General de Gunayala.

En los últimos años las autoridades gunas están estudiando la viabilidad de instalar una emisora de radio en la comarca, pero hasta el día de hoy únicamente es un proyecto. La Ley n.º 24 de 30 de junio de 1999, que regula los servicios públicos de radio y televisión en la República de Panamá, no establece ningún tipo de privilegio para las radios comunitarias o asociadas a los pueblos

54 «Gala final. Canta conmigo. Ganador Jordi Alvarado», *Canta Conmigo*, 5 de abril de 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=7iYx5Dv9nB0>.

55 «Esa cabellera blanca», *Telemetro.com*, 4 de diciembre de 2014 <https://www.telemetro.com/tv/2014/12/04/federica-lombardo-yala-cabellera-blanca/1669817.html>.

56 «Las aisladas y pobres comarcas», *La Prensa/Panorama*, 1 de noviembre de 2018, https://impresa.prensa.com/panorama/aisladas-pobres-comarcas_0_5157984203.html.

57 Existe un boletín, *Argar*, creado en 1994 por un grupo comunicador guna que en 2016 fue recuperado por la SIC.

indígenas. Por este motivo los pueblos interesados deben solicitar licencias de tipo B –no comerciales– como organizaciones sin ánimo de lucro y cumplir con requisitos que a veces son difíciles de satisfacer.

La SIC⁵⁸ también es la encargada de organizar conferencias de prensa cuando en los medios nacionales aparecen noticias que difunden mensajes desfavorables sobre las autoridades indígenas o se violan sus derechos como pueblo. Se trata de una secretaría muy activa en las redes sociales y que intenta aclarar los malentendidos que se producen tanto a nivel comarcal como nacional. Otra de sus funciones es trabajar para la transparencia en la toma de decisiones comarcales. Para cumplir con esta misión, desde 2018, intenta emitir las sesiones del Congreso General en directo por radio y por Facebook.⁵⁹

El uso de las redes sociales por parte de los gunas está bastante generalizado en la comarca. Tanto los jóvenes como los adultos alfabetizados suelen utilizar Facebook para expresar su opinión, dar avisos de emergencias, felicitar cumpleaños, comunicar la muerte de un ser querido, transmitir el pésame o compartir un momento cotidiano con su red de amigos. Instagram, Twitter y WhatsApp son otros medios populares y en continuo auge en la comarca.

Otras plataformas utilizadas por los gunas son los canales de Youtube. En este medio encontramos un gran número de clips musicales de grupos y cantantes gunas de estilos muy diversos. Desde la canción infantil, el «Canto de los delfines»⁶⁰ o el «Canto de arrullo»⁶¹ hasta el rap del grupo Kuna Revolution,⁶² pasando por las canciones románticas de Jordi Alvarado⁶³ o Herme Junior.⁶⁴ Vimeo es la otra plataforma de Internet utilizada, en este caso para difundir los proyectos audiovisuales de cineastas gunas como los hermanos Duiren Wagua⁶⁵ y Orgun Wagua.⁶⁶

Medios indígenas de la Sierra Nevada de Santa Marta, Colombia

La Sierra Nevada de Santa Marta es un macizo aislado de la Cordillera de los Andes de aproximadamente 17 000 km² ubicado al norte de Colombia. Es un hito geográfico único en el mundo que comprende una gran diversidad de

58 Secretaría de Información y Comunicación, del Congreso General de Gunayala.

59 Estas emisiones son posibles cuando hay buena cobertura de telefonía móvil y a veces cuentan con la colaboración del canal de noticias de FB: TV indígena.

60 «Canción a Los Delfines (Uagi Bibiye), Gunayala», *Proyecto Educación Bilingüe Intercultural*, 11 de diciembre de 2012, <https://www.youtube.com/watch?v=2bxRxxHzEp8>.

61 «Canto de arrullo guna», 29 de noviembre de 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=nY2ksBmYUVI>.

62 «Kuna Revolution», *Nabguana* video oficial 2013, 13 de junio de 2013, https://www.youtube.com/watch?v=IQ7Xw_OzbMA.

63 «Entrégate al amor», Jordi Alvarado, 18 de junio de 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=gwVtedp0Fcl>.

64 «Mi primer amor», Herme Junior, 7 de febrero de 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=72ce0ig4j64>.

65 «BILA BURBA, Trailer», Duiren Wagua, 21 de septiembre de 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=dssZRDDuigl>.

66 Un viaje por la memoria histórica de Panamá a través del Procer Victoriano Lorenzo, en el documental, «Héroe Transparente, trailers», *Orgun Wagua*, 2015, <https://vimeo.com/105515738>.

nichos ecológicos con todos los pisos térmicos, que fue declarado en 1979 por la UNESCO Reserva de la Biosfera. Cuatro pueblos indígenas, Arhuacos (Iku), Kogi, Wiwa y Kankuamos, habitan el territorio bajo la figura de *resguardos*⁶⁷ que abarcan los departamentos de Cesar, Magdalena y la Guajira, ubicados en sitios reconocidos como Parques Nacionales –Tayrona, SNSM⁶⁸ y Teyuna–. Los cuatro pueblos indígenas provienen de la familia lingüística chibcha.

Durante 1980 y 1990, los arhuacos tuvieron un programa en una radio local, llamado «La voz del Cañaguante», que se emitía todos los sábados. Al principio era en castellano y después en versión bilingüe. En 1985 fue cuando se utilizó por primera vez la palabra kogi, *Zhigoneshi*, «yo te ayudo, tú me ayudas», para un proyecto en el que se hicieron las primeras ediciones de «Palabra de Mamo», unas cartillas impresas en papel reciclado, traducidas al castellano, con relatos de los mamos⁶⁹ sobre la creación de la naturaleza. A finales del 2002, a causas de los enfrentamientos entre la guerrilla del ELN⁷⁰ y el Ejército Nacional, cerca de la cuenca del río Guatapurí, el cineasta arhuaco Amado Villafaña, el gobernador Rogelio Mejía y el mamo José de Jesús Izquierdo decidieron que era necesario transmitir el pensamiento de los indígenas de la Sierra Nevada: «Tenemos que transmitir el pensamiento de nosotros porque ¿qué vamos a hacer con esta gente? No nos podemos armar para defendernos porque los principios están en contra de eso. Lo que hay es que comenzar a transmitir hacia afuera lo que está pasando».⁷¹ A partir de esto, se creó el Colectivo de Comunicaciones Zhigoneshi (CCZ), conformado por realizadores audiovisuales indígenas de los pueblos kogi, arhuaco y wiwas.⁷²

Desde el 2005, el colectivo realizó audiovisuales que, en el 2013, fueron reunidos en un plegable de ocho DVD que incluyen fotografías e información sobre el proceso de realización. Este proyecto fue posible, gracias al apoyo de diferentes instituciones internacionales como United States Agency for

67 En Colombia, los resguardos hacen referencia a una institución colonial que designa áreas indígenas de propiedad colectiva e inalienable. Fueron creados desde 1593 con el propósito de organizar actividades relacionadas con la agricultura. De acuerdo con Bocarejo (2015, 36), los resguardos en la constitución colombiana de 1991 no son solo espacios en los que los indígenas deben vivir, sino que se han configurado como una frontera espacial que delimita la órbita del ejercicio de los derechos multiculturales.

68 Sierra Nevada de Santa Marta.

69 Los mamos son agentes espirituales que median entre el mundo espiritual y el mundo material. Son guías espirituales de su comunidad y en torno a ellos se generan unas formas de organización social básica. Los mamos son hombres, pero entre los wiwa existe la figura de la saga que tiene características similares al mamo.

70 Ejército Nacional de Liberación.

71 Patricia Iriarte Días Granados y Waydi Mirand Pérez, *Los usos del audiovisual en el Caribe Colombiano: relato desde las organizaciones, los realizadores y los colectivos*. *Observatorio del Caribe Colombiano* (Bogotá, Colombia: Ministerio de Cultura, 2011), 82.

72 El pueblo indígena Kanakuamo no participó en el Colectivo de Comunicaciones Zhigoneshi, porque este nació en el seno de la Organización Gonawindúa Tayrona (OGT) en el Departamento del Magdalena y allí no hay representación del pueblo Kankuamo. Se trataría de un tema de organización interna. Si bien los Kankuamos no participaron en la conformación de Zhigoneshi, su proceso ha sido diferente y durante los últimos años han apostado por la TV pública con el proyecto «Kankuamo TV».

International Development (USAID), Avina y aliados como el antropólogo Pablo Mora.⁷³ Sus trabajos audiovisuales, de acuerdo con ellos, constituyen un medio para comunicarse con «los hermanitos menores», es decir, con el mundo no indígena. Los temas de sus películas son espirituales, ambientales, la defensa del territorio y la memoria. Generalmente, el argumento de sus películas se estructura a partir de la palabra de mamos, quienes representan su autoridad espiritual.

En el 2014, el Colectivo de Comunicaciones Zhigoneshi (CCZ) se separó y formaron el Colectivo de Comunicaciones Arhuaco Yosokwi (CCAY), dirigido por el realizador arhuaco Amado Villafaña y el Colectivo de Comunicaciones Wiwa Bukuaneiuman (CCWB), dirigido por el realizador wiwa Roberto Mojica.⁷⁴ En esta nueva etapa, las películas hacen referencia a temas propios de cada grupo, relacionados con su memoria y su cultura. En el caso de wiwas, es importante señalar el esfuerzo por incluir a las mujeres en las películas, y especialmente a las sagas, quienes en la cultura wiwa son mujeres de conocimiento, que cumplen un papel similar al de los mamos.

Los colectivos de comunicaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta se insertan en un movimiento mundial de producción de cine y video indígenas, que se viene consolidando desde 1980 en el mundo. En la actualidad, sus películas circulan en diferentes festivales de cine indígena en Colombia, como el festival «Daupara» y otros festivales alrededor del mundo en los que se *performa* lo indígena. En el caso de la Sierra Nevada de Santa Marta, se ha producido un tipo de masculinidades indígenas de comunicadores, fotógrafos y documentalistas que, desde el activismo cultural, la autorrepresentación y la soberanía visual están dando cuenta de una interpretación nativa de sus realidades. El Colectivo de Comunicaciones Zhigoneshi (CCZ) tenía como objetivo comunicar el mensaje de las autoridades tradicionales de tres de los pueblos de la Sierra Nevada, kogi, wiwa, arhuaco, encarnado en la figura de los mamos. Este proceso significó una transformación en los modos de apropiación de las tecnologías de representación mecánica a un nivel externo e interno. En un nivel externo, supuso la domesticación de la cámara, la apropiación de narrativas audiovisuales y formas de contar, influenciadas por los modos de documental interactivo y reflexivo. También, todo un conocimiento sobre la infraestructura que suponen los procesos de producción, financiación y circulación de audiovisuales. En un nivel interno, significó interpretar estas tecnologías desde los sentidos propios de la imagen y la comunicación, insertas en unas prácticas y creencias espirituales. Un ejemplo de

73 Dentro de sus producciones más destacadas se encuentran: «Yuawika sia: En el río del entendimiento» (2007), «Yetsikin: Guardianes del agua» (2007), «Palabras Mayores» (2009), «Nabusímake, Memorias de una independencia» (2010), «Resistencia en la línea negra» (2011), «Sey Arimaku: la otra oscuridad» (2012).

74 Dentro de las películas de Yosokwi se encuentran: «Naboba» (2016), «Mensaje al hermanito menor» (2017), «Butisinu. Memoria de un pueblo» (2016), «Ranchería» (2017) y «Wási» (2017). Mientras que el colectivo wiwa ha producido: «Zhamayama: Nuestra música» (2012), «Ushui (casa ceremonial femenina)» (2015) y «Shekuita o el mal trueno» (2016).

esto tiene que ver con la identificación de unos padres espirituales de la imagen que configuran sus regímenes de visibilidad. El sentido espiritual del audiovisual comenzó al bautizar las cámaras para que así estos objetos pudieran entrar al territorio y tener una legitimidad social encabezada por los mamos.

Medios indígenas en Bolivia

Existe un consenso generalizado en la bibliografía al reconocer el papel central desempeñado por los medios comunitarios –particularmente la radio– en la democratización de Bolivia.⁷⁵ Desde las radios mineras del norte de Potosí en el escenario precedente a la Reforma Agraria de 1952, pasando por las ricas experiencias de radiodifusión en quechua y aymara de las décadas posteriores,⁷⁶ la historia de este medio se entrelaza a la participación popular y a las luchas sociales protagonizadas por la población indígena, campesina y chola.⁷⁷

No obstante, en Bolivia no existe una política pública de comunicación comunitaria indígena como tal, y los medios oficialmente denominados «de los pueblos originarios» son una creación reciente impulsada por el Estado boliviano durante el gobierno de Evo Morales (2006-2019). El resto de los medios que cuentan con una trayectoria reconocida en este campo se encuentran diseminados en el sector de los medios privados y de los comunitarios vinculados a movimientos ciudadanos, a la iglesia católica y a organizaciones no gubernamentales. Por esta razón en Bolivia los medios indígenas son frecuentemente resultado de iniciativas promovidas «para» indígenas, pero no necesariamente «desde» la población indígena.

En conjunto, estos medios poseen estatus legal y una trayectoria reconocida en la promoción y defensa de los derechos de los pueblos originarios y campesinos del país. Su alcance es regional, nacional e incluso internacional, y una parte de su programación propia se emite en quechua o aymara. Sus plantillas incluyen un conjunto de profesionales, hombres y mujeres de procedencia indígena, en su mayoría formados empíricamente por el propio medio, que participa en las labores de planificación, locución, realización y control técnico. A partir de estas generalidades, según sea la propiedad y la vinculación que mantienen con las organizaciones que los promueven dividimos los medios indígenas en dos grupos:

75 Ramiro L. Beltrán, «Comunicación para la democracia: la radio popular y educativa en Latinoamérica», en: *Comunicología de la liberación, desarrollismo y políticas públicas*, (ed.) Ramiro L. Beltrán (Málaga, España: Luces de Gálibo, 2014), 363-372.

76 Xavier Albó, «Idiomas, escuelas y radios en Bolivia», *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, n.º 6 (1974): 92-133, <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2374>.

77 En Bolivia se refiere así a la población urbana de origen rural, preferentemente indígena. Se caracterizan por crear en la ciudad una indigeneidad propia que les hace distinguirse tanto de sus orígenes rurales como de los mestizos de ciudad. El término chola es atribuido mayoritariamente a las mujeres que presentan estas características y tiene, en la mayor parte de los contextos nacionales –tanto urbanos como rurales– un deje peyorativo.

El primero está constituido por los medios creados o promovidos durante el gobierno de Evo Morales y los que son propiedad de las principales organizaciones indígenas, campesinas, mineras y cocaleras del país, actores políticos aliados al proceso de cambio. Sus fuentes de financiación incluyen la cuota de los afiliados –campesinos, cocaleros, sindicalistas, publicidad, aportes del Estado–, y eventualmente la cooperación internacional, lo cual les hace técnicamente «independientes» del Estado.

Hasta fines de 2019, tras la renuncia de Evo Morales entre acusaciones de fraude electoral y fundados temores de golpe de Estado, esta arquitectura oficial de medios indígenas incluía: la Red Nacional de Radios de los Pueblos Originarios (RPO) creada en 2006 y constituida por un centenar de pequeñas emisoras esparcidas por todo el país, una treintena de emisoras comunitarias agrupadas en la red Patria Nueva, y los medios del Sistema Plurinacional de Comunicación Indígena impulsado en 2010 por las 5 confederaciones indígenas y campesinas de Bolivia, cuyas producciones audiovisuales son internacionalmente reconocidas en festivales de cine y video indígena. Algunos ejemplos de medios ubicados en este grupo son: Radio Soberanía, conocida por el papel desempeñado en las movilizaciones sociales de los cocaleros en el Trópico de Cochabamba en los años 1990, Radio Kausachun Coca, matriz de la red de RPOs, y Radio Alter-nativa Lachiwana, vinculada a la Federación Campesina Departamental de Cochabamba.

El segundo grupo de medios indígenas se corresponde fundamentalmente con radios propiedad de la iglesia católica, decanas de la comunicación popular en quechua y aymara en el país. Sus fuentes de financiación incluyen fondos propios, la cooperación internacional y la publicidad. Es el caso de Radio San Gabriel «La voz del pueblo aymara» –El Alto, La Paz–, Radio Pío XII, conocida también como «Indio radio» –localidades de Siglo XX, Cochabamba y Oruro–, y Radio ACLO –departamentos de Chuquisaca, Potosí, Tarija y Santa Cruz–. Son miembros fundadores de ALER⁷⁸ y de ERBOL,⁷⁹ instituciones de referencia en el desarrollo de la comunicación comunitaria en Latinoamérica. ERBOL es, además, pionera en el desarrollo de redes satelitales en lenguas indígenas en Bolivia, cantera de varias generaciones de comunicadores sociales, e impulsora del sistema de *reporteros populares* desde 1970 en todo el país.

Este sistema promueve la capacitación política y comunicacional por parte del propio medio de hombres y mujeres nombradas o ratificadas por la comunidad para ejercer el cargo de corresponsales enviando noticias sobre sus comunidades. Desde la perspectiva del medio, el empleo de estos colaboradores *ad honorem* les permite abarcar una cobertura de noticias mayor sin necesidad de contratar personal, ampliar audiencias, y contar con promotores de desarrollo para sus proyectos en lugares lejanos. Mientras que, desde la perspectiva comunitaria,

78 Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular.

79 Educación Radiofónica de Bolivia.

el reportero popular, al igual que otros cargos indígenas de autoridad, ejerce de intermediario y vocero de los intereses de la comunidad a través de la moderna plataforma que proporcionan los medios de comunicación en la actualidad. Y, como tal, resulta un aporte clave en su indigenización.

Es el caso de los *comunicadores populares* de Radio ACLO –Chuquisaca–, quienes han puesto en funcionamiento una serie de prácticas sociales destinadas a insertar sus posiciones dentro del sistema de cargos políticos. Ser comunicador para ACLO se ha convertido en estas comunidades indígenas en un medio de acceso a determinados cargos principalmente de carácter político en el ámbito local, regional, e incluso nacional, estrechamente vinculados a la Federación Departamental de Comunicadores de Chuquisaca. Para las comunidades, la figura del reportero se hace comprensible al presentar una serie de capacidades valoradas y reconocidas dentro de las lógicas políticas indígenas, como son la comunicación, el don de la palabra, el liderazgo y, sobre todo, las relaciones extracomunitarias. La comunicación, desde esta perspectiva, obedece a una manera andina de comprender su entorno en forma de interrelaciones.

Radios indígenas y comunitarias en la Quebrada de Humahuaca y la Puna de Jujuy, Argentina

Desde que en 2003 fueron incluidas en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO, la Quebrada de Humahuaca, y la Puna de Jujuy, se han convertido en escenarios de emergencia indígena y revitalización cultural; procesos socioculturales en los que coinciden manifestaciones de identidad, identificación, etnicidad, etnogénesis, folklore, creatividad cultural, reclamos económicos y demandas de tierras. En este contexto, distintos movimientos u organizaciones campesinas, indígenas o comunitarias comenzaron pronto a expandir su actividad a los medios de comunicación locales o regionales; así contribuyen estos a la construcción, expresión y legitimación de dichos procesos.

Este es el marco sobre el cual aterrizó la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009 –conocida como Ley de Medios–, que repartió el entorno mediático argentino según tres tipos de licencia: pública, comunitaria y privada/comercial. Al principio, los medios indígenas trataron de ser incluidos en la primera categoría con plenos derechos; sin embargo, en la práctica, la mayor parte de ellos han ido derivando hacia el sector comunitario. Aún así, multitud de medios alternativos operan hoy sin licencia, o siguen en trámites para su obtención, una situación de vacío legal a la que contribuyó la suspensión de la Ley de Medios en 2016 y la apertura de una comisión reguladora para estudiar futuras modificaciones.

El entorno mediático de la región está fuertemente dominado por radios alternativas –indígenas, comunitarias con licencia, comunitarias sin licencia,

populares, cooperativas, socioeducativas, libres, estudiantiles⁸⁰, con muy escasa presencia de prensa, y un canal de televisión indígena ilegalizado y que actualmente no tiene emisión. Del conjunto de radios, únicamente algunas están explícitamente vinculadas con movimientos indígenas o campesinos, y una parte sustancial queda integrada en redes de comunicación alternativa de ámbito nacional.

En este escenario destacan dos conceptos: la *comunidad* y *lo comunitario*; y dos procesos significativos: la construcción de *identidades* y la expresión de *identificaciones* por parte de quienes hacen esas radios. Tomando en consideración los términos de producción, uso y consumo del medio, estas cuatro variables se conjugan muy distintamente según hablemos de radios indígenas o comunitarias, teniendo en cuenta además que entre ellas existen unas divergencias que los propios comunicadores enfatizan al definir su medio en oposición al resto. Es así como el análisis antropológico de estas radios ofrece dos foros de discusión interrelacionados.

Por un lado, resolver si estas radios son sentidas «de la comunidad», o simplemente son percibidas «en la comunidad», una diferencia que preocupa y enfrenta a los propios comunicadores. Cada radio recrea su pasado, construye su presente y especula sobre su futuro, y se presenta a los demás desde una lectura propia de la realidad y al amparo de unos principios políticos y de unas identidades sociales y culturales particulares. Indígenas o comunitarias, se piensan diferentes, suenan distinto y se posicionan divergentes; una necesidad mutua de diferenciarse altamente significativa. Indígenas o comunitarias, construyen sus discursos con base en el principio de comunidad y el convencimiento en la casi obligación de expresar «otra palabra». Qué idea de comunidad y qué lenguaje manejen será lo que las diferencie y las distancie. Las radios indígenas perseguirán una «comunicación con identidad»; esta habría de ser la motivación de quien se presente como verdadero comunicador indígena. Las radios comunitarias buscarán la identidad en la radio, generar un sentimiento de pertenencia, propiciar una «comunidad de oyentes». Quizás ahí resida el *quid* de la cuestión: en las audiencias; en cómo sus oyentes perciben las diferentes radios, cómo las clasifican –más allá de su personería jurídica, o del calificativo que cada una utilice en su autopresentación–, cómo se identifican con ellas, y en qué medida establezcan vínculos de pertenencia entre ellas y la comunidad. Audiencias que se fijan especialmente en los contenidos y en los discursos generados en torno al acontecimiento mediático, y a cómo estos apelan a criterios de identidad étnica, comunitaria o regional. En estos juegos discursivos, los medios indígenas pierden

80 Por citar solo algunas, Radio Pachakuti de Abra Pampa, primera radio indígena del país; Radio Wiphala de Volcán, primera radio indígena de la Quebrada de Humahuaca; Radio La Caprichosa de Tilcara y Radio Warisata de La Quiaca, radios comunitarias con licencia; Radio Azul de Tilcara y Radio Candela de Maimará, radios comunitarias sin licencia; La Pirca de Tilcara, una radio alternativa; Radio Artística de Humahuaca, una radio socioeducativa; La Central de Tilcara, una radio cooperativa; Radio La Quebrada, una «radio cultural» online que emite desde Buenos Aires.

calado y proyección social en beneficio de los comunitarios, que consiguen mejor movilizar a la comunidad local y generar opinión. Las radios comunitarias buscan referentes culturales desde los cuales potenciar, defender, valorizar lo propio en términos de pertenencia a la colectividad; los medios indígenas se centran en referentes políticos desde los cuales generar una diferenciación marcadamente combativa, reivindicativa o de denuncia, exclusiva de *su* propia comunidad. Así, un mismo acontecimiento tendrá múltiples presentaciones y representaciones según el medio que lo produzca o amplifique.

El segundo escenario de debate invita a reflexionar sobre si estas radios –indígenas o comunitarias– contribuyen a formar subjetividades y a generar y expresar sentimientos de identidad e identificación. Dicho de otro modo: *¿hacen comunidad, o imaginan comunidad?* Una diferenciación que obliga a reubicar la interpretación antropológica en el terreno de unos «paisajes mediáticos», entre lo local y lo global, lo heterogéneo y lo homogéneo, lo alternativo y lo hegemónico, y que favorecen la composición de comunidades de oyentes, virtuales, deslocalizadas –mejor, desterritorializadas–, comunidades que, en suma, mantienen muy vivas la discusión en torno a la *comunidad* y *lo comunitario*, y la divergencia entre radios indígenas y comunitarias.

Conclusiones

La comunicación indígena –fruto de una apropiación tecnológica que se inicia en las primeras décadas del siglo XX– aporta innovación y modernidad al ejercicio global de la comunicación. En cada uno de los casos aquí tratados, la práctica de la comunicación es la que configura la caracterización del medio indígena. Efectivamente, la vinculación entre tecnología y sociedad en la incipiente historia de los medios indígenas en América Latina se concreta de forma diferente en cada uno de los «paisajes mediáticos» presentados. Vemos, por ejemplo, que la radio, desde inicios del siglo XX, es el medio por excelencia para la comunicación indígena en la mayor parte del mundo indígena americano. Pero también observamos cómo los usos iniciales de la radiodifusión y sus transformaciones en el tiempo no siguen unas pautas siempre comunes. Por un lado, la definición de aquellas características que hacen de la radio un medio indígena son variables en cada caso. Por otro, esta variabilidad también es aplicable a la experiencia en el tiempo de la radio en un mismo contexto indígena. El ejemplo de la radiofonía indígena da cuenta, además, de la diversidad de formas en las que un medio tecnológico no solo es apropiado sino sobre todo incorporado como valor cultural indígena.

Si bien, determinado por factores legales, económicos y técnicos, en cada caso hay un medio por excelencia que vehicula la comunicación, este se articula con otros medios tecnológicos constituyendo «paisajes mediáticos» originales, que complejizan los objetivos generales de la comunicación

indígena: la puesta en relación –de lo comunitario a lo transnacional– y la experimentación social –potencial activación de comunidades, a veces imprevisitas, a distintas escalas–. De hecho, el estudio etnográfico y comparativo de seis «paisajes mediáticos» en México, Guatemala, Panamá, Colombia, Bolivia y Argentina, nos ha permitido proponer un enfoque analítico –alternativo al de los «nichos comunicativos tecnológicos» o monografías de un solo medio–, que tiene en cuenta la retroalimentación entre los medios que configuran cada «paisaje mediático» particular. Desde esta perspectiva, constatamos cómo los medios indígenas representan una de las principales formas de redefinición social y política de la pluralidad latinoamericana.

Bibliografía

- Albó, Xavier. «Idiomas, escuelas y radios en Bolivia». *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, n.º 6 (1974): 92-133. <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2374>.
- Ali, Maurizio. «Medios de comunicación, asuntos étnicos e intercultura indígena». *Razón y Palabra*, n.º 74 (2010).
- Appadurai, Arjun. *Modernity at Large: Cultural Dimension of Globalisation*. Minnesota, Estados Unidos de América: University of Minnesota Press, 1996.
- Arcia Jaramillo, Ohigginis. «Las aisladas y pobres comarcas». *La Prensa*, 1 de noviembre de 2018. https://imprensa.prensa.com/panorama/aisladas-pobres-comarcas_0_5157984203.html.
- Beltrán, L. Ramiro. *Comunicología de la liberación, desarrollismo y políticas públicas*. Málaga, España: Luces de Gálibo, 2014.
- Bessire, Lucas y Daniel Fisher. *Radio fields. Anthropology and wireless sound in the 21st century*. Nueva York, Estados Unidos de América: New York University Press, 2012.
- Bocarejo Suescún, Diana. *Tipologías y topologías indígenas en el multiculturalismo colombiano*. Bogotá, Colombia: Universidad del Rosario, 2015.
- Brigido-Corachán, Anna y Juan José García. «An interview with Juan José García, President of Ojo de Agua Comunicación». *American Anthropologist*, vol. 106, n.º 2 (2004): 368-373. <https://www.jstor.org/stable/3566973>.
- Cardús, Laura. «Indigenous media: from transference to appropriation. Indigenous media in Latin America and processes of visual presentation of self and ethnicity». *Anthrovision. Vaneasa On Line Journal*, n.º 2.1 (2014): 1-18. <https://doi.org/10.4000/anthrovision.668>.
- Córdova, Amalia. «Estéticas enraizadas: aproximaciones al video indígena en América Latina», *Comunicación y Medios*, n.º 8 (2011). <https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/19895>.

- Coelho, Rafael Franco. «La apropiación cultural, social y política de los medios de comunicación en comunidades indígenas: el proyecto «Aldeia Digital» del pueblo xavante (Brasil Central)». Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, 2016. <https://www.tdx.cat/handle/10803/399827#page=1>.
- Colombier, Marco. «Con la radio conocemos nuestros derechos y cultural aymara. Entrevista a Rosa Palomino Chahuares, comunicadora aymara». *Servindi*, 2014, <https://www.servindi.org/node/55471>.
- Cremoux, Daniela. «Video indígena, dos casos en la Sierra Mixe, Ciudad de México». Tesis de Maestría, Universidad Intercontinental, 1997.
- Díaz, Floriberto. «Comunidad y comunalidad». En *Comunalidad, energía viva del pensamiento mixe. Ayuujktsënää'yën -ayuujkwënää'ny – ayuujk mēk'ajtēn*, editado por S. Robles, R. Cardoso y Floriberto Díaz. México, UNAM, 2018.
- Ginsburg, Faye, Lila Abu-Lughob y Brian Larkin, eds. *Media Worlds. Anthropology on New Terrain*. Berkeley, Estados Unidos de América: University of California Press, 2002.
- Gitlin, Todd. «Public sphere or public sphericules?». En: *Media, Ritual and Identity*, editado por Tamar Liebes y James Curran, 168-174. Londres, Inglaterra: Routledge, 1998.
- Gómez Ruiz, Sebastián. «Imágenes de la Sierra Nevada (Colombia): el artefacto cultural como una manera para aproximarse a los medios de comunicación indígena». En: *Culturas indígenas: investigación, comunicación y resistencias*, editado por Amparo Huertas Bailén, y María Luna, 197-219. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2018.
- Gómez Ruiz, Sebastián y Amado Villafaña. «Wasi. Ver entre los Iku» (Colombia: Colectivo de Comuniadores Arhuaco Yosokwi y Antropo pò. Película: 16', Color, 2017). <http://mediosindigenas.ub.edu/producciones/2805/>.
- Greenberg, Bradley S, et al. «Minorities and the mass media». En: *Media effect: Advance in theory and research*, editado por Jennigs Bryant and Dolf. Zillmann, 273-315. New Jersey, Estados Unidos de América: Lawrence Erlbaum Associates, 2002.
- Himpele, Jeff, Ivan Sanjinés y Jesús Tapia. «Packaging Indigenous Media: An Interview with Ivan Sanjines and Jesús Tapia». *American Anthropologist* 106, n.º 2 (2004): 354-363. <https://doi.org/10.1525/aa.2004.106.2.354>.
- Iriarte Días Granados, Patricia y Waydi Miranda Pérez. *Los usos del audiovisual en el Caribe Colombiano: relato desde las organizaciones, los realizadores y los colectivos. Observatorio del Caribe Colombiano*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Cultura, 2011.
- Jakubowicz, Andrew, Jeannie Heather Goodall, Tony Marin Mitchell, Lois Randall y Kalinga Seneviratne. *Racism, Ethnicity and the Media*. Australia: Allen & Unwin, 1994.

- Köhler, Axel. «Nuestros antepasados no tenían cámaras: el video como machete y otros retos de la video-producción indígena en Chiapas, México». *Revista chilena de antropología visual*, n.º 4 (2004): 391-406. http://www.rchav.cl/2004_4_ame10_kohler.html#Layer2.
- Kummels, Ingrid. *Espacios mediáticos transfronterizos. El video ayuujk entre México y Estados Unidos*. México: CIESAS, 2018.
- Martín Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Ed. G. Gilli, 1991 [1987].
- Martínez, Sarely, Francisco Cordero y Hugo Villar. «El púlpito electrónico: la radio religiosa en Chiapas». *Razón y palabra*, n.º 83 (2013): 466-502. http://www.razonypalabra.org.mx/N/N83/V83/18_MartinezCorderoVillar_V83.pdf.
- Martínez, Sarely, Francisco Cordero y Hugo Villar. «Expansión y presencia de la radio libre en Chiapas, un fenómeno de la globalización». *Correspondencias & Análisis*, n.º 5 (2015): 153-171. <https://doi.org/10.24265/cian.2015.n5.08>.
- Martínez Luna, Jaime. «Conocimiento y comunalidad». *Bajo el volcán*, vol. 15, n.º 23 (2015): 99-112. <http://www.apps.buap.mx/ojs3/index.php/bevol/article/view/1289>.
- Martínez Mauri, Mónica y Gemma Orobitg. «Internet fortalece a las comunidades indígenas». *The Conversation*, 19 de febrero de 2019. <https://theconversation.com/internet-fortalece-a-las-comunidades-indigenas-110251>.
- McSherry, Corynne. «Todas las voces: Indigenous language radio, state culturalism and everyday forms of public sphere formation». *Journal of Iberian and Latin American Research*, n.º 5 (1999): 99-132. <https://doi.org/10.1080/13260219.1999.10431799>.
- Monasterios, Gloria. «Abya Yala en Internet: políticas comunicativas y representaciones de identidad de organizaciones indígenas en el ciberespacio». En: *Políticas de identidades y diferencias sociales en tiempos de globalización*, coordinado por Daniel Mato, 303 -330. Caracas, Venezuela: FACES - UCV, 2003.
- Mora, Pablo. *Poéticas de la resistencia. El video indígena en Colombia*. Bogotá: Cinemateca Distrital/ IDARTES, 2015.
- Naciones Unidas. *Foro de medios de comunicación y pueblos indígenas*. Informe de trabajo. México, 2010.
- Nahmad, Ana. «Las representaciones indígenas y la pugna por las imágenes. México y Bolivia a través del cine y del video». *Latinoamérica. Revista de Estudios Latinoamericanos*, n.º 45 (2007): 105-130. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-85742007000200105&lng=es&nrm=iso.

- Nava Morales, Elena. *Totopo al aire. Radio comunitaria y comunalidad en el Istmo de Tehuantepec*. México: Ediciones de la Casa Chata, 2018.
- Orobitg, Gemma. «Medios de comunicación comunitarios y consultas de Buena Fe en Guatemala». <http://mediosindigenas.ub.edu/2019/08/05/medios-de-comunicacion-comunitarios-y-consultas-comunitarias-de-buena-fe-en-guatemala/>.
- Orobitg, Gemma. «La comunicación indígena, una práctica descolonizadora y para impulsar las lenguas indígenas». <http://mediosindigenas.ub.edu/2019/08/26/2844/>.
- Pérez Galán, Beatriz y Yolanda Prieto. «La comunicación indígena. Un derecho en construcción». Madrid: UNED/Serie documental de tres episodios: 29°, 2018-2019. <https://vimeo.com/user99091090>.
- Pitarch, Pedro. «Sobre el mal del texto. Lenguaje, escritura, enfermedad». En: *La cara oculta del pliegue*, 65-94. México: Artes de México, 2013.
- Pitarch, Pedro y Gemma Orobitg, eds. *Modernidades indígenas*. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana, 2012.
- Ramos Mancilla, Óscar. «Acceso a internet desigual y heterogéneo en los pueblos indígenas de la Sierra Norte de Puebla». *Revista Española de Antropología Americana*, n.º 48 (2018): 9-27. <https://doi.org/10.5209/REAA.63687>.
- Rivera Cusicanqui, Silvia. «Lo indio es parte de la modernidad, no es una tradición estancada». <http://www.facso.uchile.cl/noticias/85824/lo-indio-es-parte-de-la-modernidad-no-es-una-tradicion-estancada>.
- Rivera Cusicanqui, Silvia. «Lo indio es moderno: Silvia Rivera Cusicanqui». *La línea de Fuego*, 14 de abril de 2015. <https://lalineadefuego.info/2015/04/14/lo-indio-es-moderno-silvia-rivera-cusicanqui/>.
- Rivera Cusicanqui, Silvia. *Sociología de la imagen*. Buenos Aires, Argentina: Tinta Limón, 2015.
- Rodríguez, Clemencia y Jeanine El'Gazi. «The poetics of indigenous radio in Colombia». *Media, Culture and Society*, vol. 29, n.º 2 (2007): 449-468. <https://doi.org/10.1177/0163443707076185>.
- Salazar, Juan Francisco. «Articulating an activist imaginary: Internet as counter public sphere in the Mapuche movement, 1997/2002». *Media International Australia incorporating Culture and Policy*, vol. 107, n.º 1 (2003): 19-30. <https://doi.org/10.1177/1329878X0310700105>.
- Salazar, Juan F. «Contar para ser contados: el video indígena como práctica ciudadana». En: *Miradas propias. Pueblos indígenas, comunicación y medios en la sociedad global*, coordinado por Claudia Magalhaes Blanco y José Manuel Ramos Rodríguez, 91-109. Puebla: Universidad Iberoamericana de Puebla; Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 2016.

- Salazar, Juan F. y Amalia Córdova. «Imperfect Media and the Poetics of Indigenous Video in Latin America». En: *Global Indigenous Media: Cultures, Poetics, and Politics*, editado por Pamela Wilson y Michele Stewart, 39-57. Durham: Duke University Press, 2008.
- Turner, Terence. «Defiant Images: the Kayapo appropriation of video». *Anthropology Today*, vol. 8, n.º 6 (1993): 5-16. <https://www.jstor.org/stable/2783265>.
- Turner, Terence. «Representation, Politics, and Cultural Imagination in Indigenous Video: General Points and Kayapo Examples». En: *Media worlds: anthropology on new terrain*, editado por Faye D. Ginsburg, Lila Abu-Lughod y Brian Larkin, 75-89. Berkeley: University of California Press, 2002.
- Williams, Raymond. «La tecnología y la sociedad». *Causas y Azares*, n.º4 (1996 [1975]): 155-172.
- Wortham, Erica Cusi. *Narratives of Location: Televisual Media and the Production of Indigenous Identity in Mexico*. Tesis Doctoral, New York University, 2002.
- Wortham, Erica Cusi. «Between the State and Indigenous Autonomy: Unpacking *Video Indígena* in Mexico». *American Anthropologist*, vol. 106, n.º 2 (2004): 363-368. <https://doi.org/10.1525/aa.2004.106.2.363>.
- Wortham, Erica Cusi. «Valor y materialidad efímera: medios indígenas y futuros digitales». En: *Miradas propias. Pueblos indígenas, comunicación y medios en la sociedad global*, coordinado por Claudia Magalhaes Blanco y José Manuel Ramos Rodríguez, 233-246. Puebla: Universidad Iberoamericana de Puebla; Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 2016.