

estos/medios/apropiados:
cuentos indígenas de la paciencia, la identidad y la política*

these/media/appropriated:
indigenous storytelling of patience, identity and politics

Omar Rincón

MA of Arts, Magister en Educación, Periodista. Profesor Asociado de la Universidad de los Andes.

Correspondencia: Calle 18 A #0-03, Bogotá, Colombia
orincon@uniandes.edu.co

RESUMEN

Y buscando producir otros modos de la comunicación nos tocó recurrir a los indígenas para que nos enseñaran a fabular/politizar/subvertir. Y todavía no escuchamos. Hechos de la paciencia de sentirse para siempre en el mundo, los indígenas le encuentran a la comunicación usos tácticos para convertir a una cámara o un relato en activismo político, subversión de las lógicas mediáticas, revival de la identidad propia. En este alegato libre se intenta pensar desde el espejo indígena. Esperemos que haya llegado el tiempo propicio para escuchar la comunicación indígena.

Palabras clave: Medios, Indígenas, Identidad, Activismo, Estéticas, Narrativas

ABSTRACT

Searching to find others ways to communicate, we found that Indigenous communication practices can teach us how to storytell/politicize/subvert communication's status quo. And we keep hearing their teachings, their stories. Based on the certainty that they will always be on the planet, Indigenous peoples have the patience to search and find tactical ways to transform a camera or a story into political activism, into ways to subvert the mainstream media logics, into agency to revive their own cultural identities. In this free essay I intend to reflect looking into an "indigenous mirror." We hope that the time is ripe to be able to listen to indigenous media, to dare to be different.

Key words: Media, Indigenous media, Identity, Activisms, Esthetics, Narratives

Recibido: 13 de noviembre de 2009

Aprobado: 18 de diciembre de 2009

* Este artículo hace parte de los resultados del proyecto de investigación *Narrativas e identidad: nuevos formatos, otras sensibilidades, más comunicación*, que desarrolla el Centro de Estudios en Periodismo -CEPER- con el apoyo de Comité de Investigación y Creación -CIC- de la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de los Andes.

La revolución tecnológica, comunicativa y política de nuestro tiempo es que todos podemos ser periodistas, productores de mensajes y creadores de imágenes, relatos e información. Ya no dependemos de los canales oficiales (en Colombia, Caracol y RCN), menos queremos ser representados por periodistas que no saben hablar, poco investigan y nada cuentan. Habitamos el reino de *estos/otros* medios locales y comunitarios y ciudadanos, comunicación hecha para la mirada en comunidad, para conectar en *youtube* y movilizar en celular.

En *youtube* se consiguen los mejores videos hechos en nuestro tiempo; esos que quieren contar y no piden permiso a los poderes, esos que se atreven a otras estéticas, otros ritmos, otras texturas y temporalidades¹. *Youtube* es el canal de los canales, allí podemos ver todos los tele-programas de ahora y de antes, los malos y los buenos, los de culto y los de odio. Y podemos ver las televisiones que nos inventemos con las solas ganas de contar. Y podemos ser auténticos y contar como nos dé la gana en formato, duración, género y estética. Pura desprogramación. La webTV “a domicilio” y “on line” y todo es más gozoso, culturoso, auténtico y personal. ¡*Youtube*, alucinante tv!

Y más visionario aún es el celular como medio. El celular liberó la comunicación, ya es el aparato tecnológico más socializado del mundo, ya todos lo están usando para conectarse, conversar y construir cariño. El celular triunfó porque es heredero de la tradición oral, donde todos contamos. Los celulares producen las imágenes y mensajes que mejor nos reflejan y en sus mensajes se construyen las nuevas subjetividades y los nuevos modos de ser comunidad y la multiplicación infinita de esferas públicas. Y es comunicación para la libertad del sujeto y autonomía del yo que busca estar conectado, fluyendo, buscando el colectivo. No hay posibilidad de control de esta estética, casi de juego, y de esta política, casi de pasión; si hay es la posibilidad de ser mensaje sin pedir permiso. ¡El medio celular, el de cada uno!

Los canales cercanos y comunitarios y ciudadanos están haciendo la mejor televisión posible, una que cuestiona a la política, busca la información útil, intenta otros formatos, no le come cuento a televisión privada (¡privada de ideas, historias y contenidos!). Los locales son unos medios que no se avergüenzan de su propia estética. Por donde uno vaya en Colombia y América Latina, se va encontrando un canal cercano que cuenta lo que cada comunidad es y quiere. ¡Comunicación útil es la clave comunitaria!

Mientras tanto los medios privados han llegado al nivel cero de significación y han homogenizado la comunicación pública. Mientras tanto los medios públicos y académicos le tienen miedo, terror al entretenimiento. Mientras tanto *youtube*, celular, medios comunitarios son más innovadores y sugestivos porque están experimentando contar en versión propia, la de cada uno, donde cada uno goza. Y es que la comunicación es más un asunto de formas, modos de contar y estrategias narrativas que de contenidos; el asunto es comprender que el pacto comunicativo es una alianza narrativa (Rincón 2006), una experiencia cotidiana de ganar poder, por tanto una experiencia ciudadana

(Rodríguez, 2008). Entonces debemos reconocer la matriz popular de la gente para contar historias desde las necesidades de las comunidades y desde los saberes narrativos de la gente. La propuesta es muy simple: ¡Sí al activismo mediático! ¡Dejemos de ser audiencia, seamos productores!

MANIFIESTO POR *ESTOS/OTROS MEDIA*

Hacer la comunicación, producir los medios, contar las culturas es una lucha por existir en el mundo. La tecnología liberó la máquina, ahora todos podemos producir. La política liberó la mente súbdita, ahora todos somos ciudadanos pa' contar. Las culturas liberan los imaginarios de relato desde su memoria, ahora todos podemos re-inventar. Producto de esta liberación tecnológica, de esta posibilidad política y de las posibilidades culturales, en nuestro tiempo habitamos la diversidad de imágenes-historias-textos-palabras. Todas están, muchas desaparecen, la mayoría no son llamadas al disfrute; ganan las que se conectan con nuestros deseos de ser tenidos en cuenta y las que nos pegan en el mero corazón.

Para generar la nueva comunicación de todos tenemos cuatro movimientos simultáneos que debemos aprovechar: (i) la existencia del Derecho a la Comunicación para volver a pensar en práctico la democracia y la política; (ii) sobrepasar la fascinación tecnológica para ganar la posibilidad de producir nuestros propios mensajes; (iii) ejercer la radicalidad expresiva: no consumimos, producimos; (iv) intentar otras estéticas, otros formatos, otras expresividades.

Hay que saber reinventarse. Por ejemplo en forma de mujer, en estética colaborativa, mirada cercana, encuentro vital. Por ejemplo, convirtiendo en estética y narrativa a las nuevas sensibilidades colectivas llamadas indígenas, afros, medio ambientalistas, sexualidades otras, calle, ciudad, joven, niños... Hay mucha sensibilidad no contada que está en busca de su propia forma.

Las tesis que definen y defienden la existencia de *estos/otros media* son:

- *[Tesis de narración]* Comunicación para contar, dar cuenta, ser tenido en cuenta y rendir cuentas.
- *[Tesis de comunicación]* Todos somos productores. Y toda historia debe tomar su propia forma.
- *[Tesis política]* Una cámara de fotografía o video o un celular “defiende” la vida en cuanto testimonio, produce memoria y denuncia al poder; en cuanto cuenta, “camina la palabra”, exhibe la realidad para pensarla, ocupa la cabeza de la gente.

Y a partir de estas tesis se crea un manifiesto por *estos/otros media*²:

1. Se cuenta en la forma estética de quien lo produce (el sujeto, la comunidad, su cultura). Los formatos toman la forma de lo que se quiere contar, toman la forma de lo que se cuenta.
2. Los tiempos son móviles, los mensajes duran lo que dure el cuento, todo fluye.
3. Todo tipo de estilo es aceptado, desde el ensayo hasta el documental pasando por el clip y la lentitud (¡Viva *la slow media*!).
4. El sonido del ambiente y el paisaje que nos tocó de existencia es la verdad, marcan el ritmo.
5. Se buscan todas las pantallas: *youtube*, teve local, festivales, lo pirata.
6. Las audiencias son las que cuentan; sus tradiciones, saberes y prácticas mandan.
7. Todas las tecnologías valen mientras haya historia: celular, fotografía, video, audio, músicas, silencios.
8. Las historias están en la calle, con la gente y sin estrellas.
9. Hay que tener qué decir para que haya mensaje y para tejer comunidad.
10. Hay que convertir a los media en su producción y su disfrute en una experiencia cultural.

El asunto es cómo le damos forma a nuestra experiencia desde nuestros gustos y códigos culturales y referentes estéticos. Por eso, los medios de la gente deben producir nuevos formatos de narración de sujeto y de colectivo, hacer posible que haya muchas más voces, rostros, ideas y estilos presentes y existiendo en la comunicación ciudadana.

LA COMUNICACIÓN ES INDÍGENA

El proyecto moderno de nación exige, todavía, la incorporación de los indígenas en un único proyecto educativo, militar y político (mire al presidente Uribe y sus discursos frente a la Minga Indígena del 2008)³. Y a esta propuesta corresponde un uso regulado de la libertad de expresión, la esfera pública y los modos de relato. Un solo periodismo. Una sola manera de ser mediáticos. Podemos participar pero de la simulación del comunicar; simulamos significar pero no contamos nada porque nada tenemos para decir. Sólo simulamos. Y no tenemos nada que decir porque no hacemos de la comunicación una experiencia estética, social y política; y donde no hay experiencia, no hay historias. Y esa comunicación en un solo formato, ese de la verdad del mercado y el capital y lo occidental está aburriendo por ausencia de emoción y por alcanzar el grado cero de significación.

Por eso es que hoy buscamos otros modos de encantar y significar y tener experiencia y encontrar historias. Y es ahí cuando aparecen los indígenas. Ya en el 2005 me refería a la posibilidad de “lo étnico experimental” (Rincón, 2005) como el involucrar a los sujetos “otros” al relato del proyecto occidental; pero

vincularlos con sus estéticas y narrativas y sus saberes expresivos para que se apropien de la cámara y las tecnologías “para sus propios fines, generalmente como forma de ampliar sus propias propuestas políticas y desarrollar procesos de concientización” (Flores, 2004, p. 12). Los indígenas ya no quieren que “les den voz” o que “los representen” o que “compartan su voz”. Las comunidades indígenas quieren comunicar “como se les dé la gana”, sin ayuda de antropólogos o *filmmakers* o documentalistas u onegeros. Han esperado el tiempo propicio y les llegó.

Las intervención(es) indígena(s) de la comunicación documentan que si se tiene qué decir, si se habita la cultura y encuentra rituales y símbolos propios... se pueden crear formatos y formas y estilos inéditos para la comunicación. Hay que volver a lo mágico y lo mágico está hoy en lo indígena (lo ancestral) y las tecnologías (el futuro). “El antiguo sueño de Rouch era proveer cámaras para que los sujetos subalternos estudiados por la antropología fueran capaces de producir sus propios documentos visuales ya fuera por sí solos, con apoyo de ONGs y del Estado, o en colaboración con antropólogos” (Flores, 2004, p. 11). El sueño se hizo magia y hoy todos podemos comunicar; esa es la revolución. Y los que mejor la están haciendo son los indígenas, quienes no comen cuento y hacen que las tecnologías cuenten el cuento que cada comunidad necesita en cada oportunidad; una comunicación de paciencia, la velocidad pertenece al capital y el mercado, la lentitud a la cultura que nos conecta con pasado y futuro. Una comunicación útil para los proyectos de vida, de identidad, de encontrar un lugar en el mundo.

COMUNICAR EN OTROS TIEMPOS

Y no todas las comunidades indígenas quieren lo mismo de la comunicación: unas quieren contar, otras ser tenidas en cuenta, unas más quieren poner la comunicación al servicio de su identidad, otras de la memoria, muchas del futuro. En todos los casos la comunicación en los indígenas es una acción política por existir con autonomía y una intervención cultural por la identidad. Y es que la lógica de la identidad ha ganado tanto poder que es la estrategia más potente para la lucha política, para ganar visibilidad y reconocimiento, para intervenir y negociar lo llamado público. Los indígenas hoy juegan en el campo político, he ahí su valor comunicativo.

Después de muchas consultas, los indígenas amazónicos colombianos decidieron que, más que estaciones de radio, lo que ellos más necesitaban era telefonía rural (...) La comunidad Arhuaco, como resultado de sus discusiones sobre el papel de las tecnologías de comunicación, decidieron que la radio sería usada no como medio de comunicación en sus comunidades, sino como herramienta para que los Arhuacos se comunicaran con el resto del mundo; como un medio para hablar a los no-indígenas (...) Los pueblos Awá, los Nasa y los Guambianos dijeron que los medios serán bienvenidos siempre y cuando contribuyan a que los Planes de Vida se cumplan. Primero, estas comunidades vieron la radio como tecnología que fascinaba a los jóvenes; luego, a través de la radio los viejos Guambianos y Nasa pueden comunicar a los jóvenes de sus comunidades su tradición, lenguaje, música, la sabiduría local y la memoria. Segundo, la radio puede servir como estrategia para diseminar y fortificar las lenguas indígenas locales, extendiendo ellas hasta

los límites de su territorio y así contrarrestar las lenguas y culturas extrañas. Tercero, dada la dispersión de las comunidades en un gran territorio, los Guambianos y los Nasa ven la radio como herramienta que puede ayudar a diluir las distancias, permitiendo la transmisión de información, generando debate y discusión acerca de los asuntos principales y movilizándolo a las comunidades cuando se requiera. Wayuu, Awá, Nasa y Guambianos han reflexionado en como estas tecnologías de comunicación deben tomar formas específicas de acuerdo con sus códigos culturales, Planes de Vida y agendas políticas. (Rodríguez y El'gazi, 2007).

Un *mamo* arhuaco llamado Amado contó que los “hermanos menores” (nosotros los mesticitos) sufríamos del mal de aburrimiento, que por eso cuando ellos hacían video para nosotros movían la cámara cada tanto, en cambio para ellos el asunto no es de mover la cámara sino de tener qué contar y cuando se tiene una tradición milenaria, no hay afán, se ejerce la paciencia del relato lento de la identidad. Comunicar es tejer pacientemente la actualidad con la tradición, es ganar sabiduría sobre el mundo de la vida, es conectarse con las memorias de la identidad y la tierra. La comunicación, entonces, se hace expresión según las formas que cada comunidad tome o se quiera dar. Cada comunidad decide cómo y para qué comunica, desde dónde hacerlo, en qué códigos, con qué estrategias. Lo indígena viene a recordarnos que narrar es un acto de invención cultural localizada en la identidad, pero aún más, una acción de afirmación política.

DEL INDIVIDUO AL COLECTIVO, DEL MERCADO A LA COMUNIDAD

Y narrar es un acto político porque está hecho de identidad y propone tejer comunidad para superar la propuesta del capital y el mercado de juntar individuos. No vale el individuo, vale el colectivo. La identidad es una *comunidad* de sentido y pertenencia y relato. La comunidad es buena, deseable y es un valor social ¡Ay la *cultura*! Pero si la comunidad deviene *comunismo* es un miedo público, un terrorismo semántico ¡Ay las políticas del *miedo*! Pero si la *comunidad* se convierte en tecnología, identidad o goce es muy bonita y a nadie aterriza ¡Ay el *facebook*! Pero si la *comunidad* se junta para delinquir surge la mafia, y la mafia domina el mundo. ¡Ay *nuestro mundo*! Pero es peor y más perseguida si la comunidad se convierte en colectivo de lucha por derechos y memorias y futuros. ¡Ay la *política*!

Como sea que sea la comunidad está de moda. Habitamos un nuevo *comunismo* que habla de vivir en comuna pero digital, juntaditos pero cada uno quietico en su casita. Y se le llama red social. Y red social es cuando nos juntamos para gozar, divertirnos y estar en *facebook*, *twitter*, o *loquesea.com*. Y se le llama red porque junta (pero no teje) y se le llama social porque mete gente (pero no convoca a la acción política). Hemos llegado a la comunidad cómoda o cuando muchos se juntan para gozar y chatear y conversar y criticar y apostar en la red y asumen un nombre muy *cool*, redes sociales...y es mejor porque si se dice en inglés, *networking*. Y son el máximo encanto de la sociedad internet/celular. Lo cierto es que cada red social es comunidad y es medio de comunicación porque es lugar

de intercambio horizontal, nuevo modo de gestión de lo social, posibilidad de resistencia ante los monopolios mediáticos, táctica de rebelión ante los reyes del mercado, lugar donde la amistad fluye. Sólo que es una comunidad que se basa en la sumatoria de individuos, no en la construcción de un ideal colectivo o tejido social; son comunidad/red/medio *facebook* u *Obama* o *twitter* o *Uribe*... La comunidad suena bien si es desideologizada, pero si tiene proyecto de lucha por el poder se oye mal. ¡Por eso dirán que las redes digitales son de derecha: puro individuo, fe y propiedad!

¿Y cómo se le llama a la comunidad indígena, la ancestral? ¿Y a la comunidad de las víctimas, los abandonados del destino del poder? ¿Y a los desplazados, los sin lugar? ¿Se les podrá llamar red social o eso es solo para los sujetos techno? Más allá de estas preguntitas molestonas, estamos entrando a un nuevo mundo marcado por las comunidades.

La comunidad que teje tiempos de pasado y futuro, que teje identidad con política, que conecta lo cotidiano con la lucha por la tierra... esas son las comunidades indígenas, que convierten el chat, el celular o la cámara de video en una estrategia de lucha política por el plan de vida y por la tierra. Y su fuerza está en la identidad en cuanto el sujeto se diluye en una tradición que lo acoge y lo determina como ser social. En las comunidades indígenas cada individuo encuentra su sentido, su ley, su juego, su posibilidad en el referente colectivo. Es esa tradición común que encuentra sentido en el plan de vida común que viene de los mayores y se inscribe en el tiempo. El individuo no existe, sino la comunidad; se es ese tejido social inscrito en tradiciones de sabiduría milenaria. Se va a la identidad para tejer sentido de conexión entre los sujetos del presente y producir comunidad. La comunidad es el valor que construye y que hace la diferencia frente a la sociedad del mercado.

Y esta comunidad asusta. Y asusta no porque con ella se goce, se conecte con la identidad, se juegue a la red. Asusta porque le mete política al asunto. La comunidad, a imitación de lo indígena, une, junta, solidariza, en-reda, a-fecta; unos para todos y todos para unos. La *comunidad* inscrita en la cultura y como acción política nos permite pensar que todo, todavía, es posible.

IMÁGENES INDÍGENAS... HISTORIAS DE LA IDENTIDADES

Y en Rionegro Antioquia, en julio del 2009, se celebró OURMEDIA/NUESTROS MEDIOS 8 bajo el llamado de “Comunicación, conflicto y convivencia: narrativas individuales y colectivas”²⁴. Y esa red sin centro tejió en “forma indígena”. La Fundación Friedrich Ebert invitó a los indígenas para que contaran su cuento de comunicación. Se contó sobre las otras imágenes e historias, las de los hermanos mayores: los indígenas. Y lo contaron y nos dieron ejemplo. Su valor, tener experiencias. Su política, tener identidades donde jugarse su futuro. Los hermanos

menores vinimos a escuchar. Y se hizo el fuego; porque el fuego es comunicación en cuanto significa, interpela y junta a su alrededor para conversar. Y alrededor del fuego participaron contando: Pepe Ramos (radios indígenas, México), Juan Salazar (Mapuche Media, Chile), Alex Halkin, (2006, Chiapas Media Project, México), Sebastian Thydewas (indios on line, Brasil), Jeremías Tunubalá (Pueblo el Misak, Guambia), Nidia Cruz y Harold Secue (ACIN, Cauca), Aranis Gutiérrez y Cristian Cáceres (Kankuamo).

Radios indígenas, México. El indígena que cuenta para la política y la nación moderna es el muerto, ese del pasado mítico que sirve para la retórica del promesero. Pero el indio se reveló y está ahora aquí disputando las visibilidades y representaciones mediáticas. Las comunidades indígenas mejicanas desde su proyecto educativo buscan tejer identidad; identidad de lengua. Y la lengua es oral y se habla en la radio. Y son 23 radios. Y buscan recuperar el orgullo indígena, que los jóvenes se sientan orgullosos de ser indígenas. Y para recuperar el orgullo sobre la identidad es necesario recuperar la palabra. Y la radio es entonces para tener palabra y estar en la esfera pública pero auto-representados. Y esa visibilidad se junta con la lucha política por la autonomía. La autonomía de hecho que es como ganarla ejerciéndola. Así la radio ha venido desempeñando un papel central en la producción de la identidad indígena, en el fortalecimiento de la cohesión social, en la vinculación con el territorio de origen. Y como toda radio es compañía en la vida comunitaria. Y la radio es cercana a lo indígena porque celebra la palabra, la oralidad, la conversación. La radio permite “caminar la palabra”⁵.

Mapuche Media, Chile. Los mapuches o gente de la tierra (de mapu = tierra y che = gente) en el siglo XVI conformaban el conglomerado poblacional más grande de Chile, con más de un millón de habitantes. Es uno de los pueblos originarios más numerosos que sobreviven en la actualidad. Con una población cercana al medio millón de individuos conservan aún su lengua, el *Mapudungun*, y en gran parte su cultura. Se destacan los vínculos familiares y religiosos que los unen e identifican como una verdadera nación. La comunidad mapuche lucha por el reconocimiento de su nación más allá de estar ubicada en Chile y Argentina. Su lucha comunicativa es por construir una esfera pública alternativa; por pasar del activismo de la tierra al activismo de pantallas. Y esa lucha es urbana porque el 75% de los mapuches habitan la ciudad. Basándose en su propia forma de concebir el mundo han desarrollado sus formas particulares de comunicación, tanto entre las personas, como con la naturaleza, y con todas las fuerzas que existen, sean o no tangibles. La comunicación es para mantener, regular y restablecer el equilibrio de la naturaleza; para construir y sostener la colectividad, los espacios comunitarios y la organización como pueblo; para ejercer la propia identidad mapuche que es ser los protectores del *ixofijmogen* (biodiversidad). La comunicación para producir una esfera pública alternativa que desde la visión

mapuche lucha contra las versiones oficiales de los medios masivos/invasivos/privados⁶.

Chiapas Media Project/Promedios, México. Este proyecto cooperativo y transnacional para la producción de medios indígenas provee de equipos de video y computadores y entrenamiento a las comunidades indígenas marginales de Chiapas y Guerrero para que creen sus propios medios. Desde 1998 el proyecto ha trabajado por la autonomía de las comunidades zapatistas. La lucha se puede ver en la producción de videos por parte de jóvenes indígenas sobre temas como la agricultura colectiva, el comercio justo del café, el colectivo de mujeres, autonomía educativa, salud tradicional y la historia de sus luchas por la tierra. Mientras la tendencia de los medios masivos/invasivos ha sido contar la militarización y violencia de Chiapas, las comunidades han contado sus modos de sobrevivir y resistir; sus luchas por la autonomía. Por eso a través del video viajan para documentarse a sí mismos, en su propia lengua y estética. Los videos producidos por la comunidad para decirle al mundo acerca de sus proyectos colectivos en café, textiles, educación y agricultura orgánica se distinguen de aquellos que se producen para el uso local e interno de la misma comunidad que cuentan en lengua Maya y se refieren a los encuentros comunitarios, religiosos y culturales. Las comunidades de Chiapas han adoptado la tecnología video como una importante herramienta para su comunicación interna, preservación cultural, los derechos humanos, y como medio para comunicar sus propias verdades, historias y realidades al mundo exterior. Lo cierto es que los videos zapatistas tienen un efecto muy poderoso en los públicos internacionales y promueven la sensibilización hacia la lucha indígena y la importancia de la auto-representación. Y así las comunidades indígenas controlan su producción de imágenes y pueden hacer conexiones con otras comunidades y extender su lucha en la esfera pública. El asunto consiste en integrar los nuevos medios en las otras formas de producción cultural de las comunidades⁷.

Índios on line, Brasil. En enero de 2009 un grupo de diez indígenas, pertenecientes a cinco etnias, habitantes de cuatro estados diferentes del Brasil, comenzaron a utilizar teléfonos celulares con un uso innovador y social. La iniciativa *celulares indígenas* es un nuevo programa coordinado por la *ong thydewas* en asocio con la *rede indios on-line*, el Ministerio de la Cultura del Brasil y el Instituto Oi Futuro; este proyecto capacitó 60 indígenas para su apropiación de los teléfonos móviles celulares con el objetivo de promover la diversidad cultural, la cultura de paz y la justicia social. Con total libertad y autonomía los indígenas publican sus visiones y comparten sus sentimientos, a través de vídeos, fotos y textos que ellos propios crean y publican en el portal. Así los indígenas se consideran periodistas, fotógrafos, antropólogos, historiadores de sus propias realidades y buscan mejorar su diálogo con la población que los discrimina. Desde 2004 la *ong thydewas* viene ejecutando el programa *indios on-line* por medio del cual más de 400 indígenas de 22 etnias de diferentes estados del Brasil vienen dialogando con el mundo a través de informaciones que publican en el portal, sus comentarios y su participación vía chat. Alex Pankararu, coordinador de la Rede, explica: “Antiguamente

nosotros sobrevivíamos gracias al arco y la flecha. Con ellos era que cazábamos nuestro alimento y nos defendíamos de cualquier amenaza; hoy, en la era digital, para cazar nuestro sustento, ejercer nuestra ciudadanía y mantener nuestras tradiciones estamos valiéndonos de la tecnología de punta: teléfonos móviles e internet. Estos son nuestros aliados a la hora de luchar por nuestros derechos”. La indígena Potyra Té Tupinambá concuerda: “Por medio de nuestros nuevos arco y flecha digitales mostramos a todo el mundo que otro mundo es posible. Tenemos sabiduría y estamos dispuestos a unirla con la sabiduría científica para defender la madre Tierra. Nosotros los indígenas sabemos escuchar el espíritu de la Madre Tierra que clama por cuidado y por eso somos mensajeros para una nueva humanidad”⁸. Los indígenas del Brasil han encontrado en el internet y el celular tácticas para ganar comunidad, actuar colaborativamente, sentir orgullo de poder aparecer en público, preservar lo propio, profundizar la identidad, aprender mucho. Pero sobre todo, han logrado pasar del territorio de la madre tierra al territorio global de la tecnología⁹.

Pueblo Misak, Guambia, Colombia. Se comunica para romper con una representación, un imaginario, que dice que los pueblos originarios, los indígenas son algo exótico y significan atraso. Se comunica para ser ciudadanos. Se comunica para luchar por la tierra-madre naturaleza, por los derechos de la tierra. Se comunica para tejer sentimientos/pensamientos. Se comunica para convivir al reconocer quién soy yo y respetar al otro; y convivir es resistencia y re-existir. Se comunica para la movilización social, para volver a reencontrarse con su mundo ancestral. Y así se creó la Asociación de Medios de Comunicación Indígenas de Colombia AMCIC bajo el lema “medios para los pueblos, comunicación para la diferencia”. En esta red se juntan 10 radios. Se trabaja en esta red de medios propios para fortalecer y visibilizar los planes de vida, el proceso político organizativo, las dinámicas culturales, usos y costumbres de los pueblos indígenas del Cauca y Colombia. La Red AMCIC existe porque los pueblos indígenas continúan en resistencia desde la época de la conquista y defienden los derechos colectivos y ancestrales y la autodeterminación de los pueblos¹⁰.

El pueblo Nasa, la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca, ACIN, Cxab Wala Kiwe (Territorio del gran pueblo) se creó en 1994 para documentar la consciencia, la unidad y la claridad política en la acción social. El Tejido de Comunicación nace en 2005 recogiendo la experiencia e iniciativas de comunicación en la zona y asumiendo un mandato indígena y popular. Su lucha comunicativa es por tener y hacer “medios apropiados”, que les sean propios-en-propiedad y que los apropien/adaptan para sus necesidades políticas. Su comunicación es para la resistencia. Y la resistencia consiste en visibilizar, fortalecer y proteger la identidad y la cultura. Se acogen los medios tecnológicos pero la fuerza y la riqueza está en los saberes culturales, los sentidos comunitarios, los rituales y los diversos eventos en los que se expresa la alegría de vivir y desde donde nace la resistencia para seguir viviendo. El tejido articula tanto medios

(radio, internet, impresos, video) como formas de comunicación comunitarias (asamblea, minga) que permiten informar, reflexionar, debatir, proponer, tomar decisiones y actuar en un ejercicio de democracia y autonomía. Los principios que guían el tejido de comunicación son cuatro: hacer lo posible; aprender haciendo; incorporar la acción comunicativa al quehacer normal de la organización para enriquecerla sin recargarla; planificar, diseñar y gestionar desde la práctica. El Tejido facilita la activación y la acción permanente de una red de comunicación compuesta por *nudos* (ubicación en el territorio), *hilos* (estrategias de enlace de los nudos) y *huecos* (la tarea de selección de prioridades y traducción, interpretación y priorización temática para el trabajo de la red). El Tejido de Comunicación lucha por la defensa de la vida y el territorio. Se visualiza los planes de vida para conectar con otros pueblos porque “solos no podemos”, pues hay que hacer sentir el dolor propio. Lo que se comunica hace pedagogía sobre el por qué pasa lo que pasa. Las imágenes que producen son un reconocimiento de una visión cultural ancestral basada en una respetuosa relación con la Madre Tierra y en asumir que la vida es sagrada. Su producción de imágenes es, entonces, para defender sus vidas... de los guerreros oficiales. Una cámara de video, un celular, una fotografía digital se convierten en estrategias para evitar el aniquilamiento de sus historias y sus memorias de futuro. Televisión/video/radio que convierten las acciones colectivas y el movimiento indígena en creadores de otras versiones de Colombia. ¡Comunicar para defenderse!¹¹

Kankuama TV es el primer canal étnico colombiano de la comunidad Kankuama en la Sierra Nevada de Santa Marta. Este canal es el resultado de un proceso de lucha política que comenzó hace 15 años en la Organización Indígena Kankuama. Su objetivo es la recuperación de las tradiciones culturales y simbólicas de la región afectadas por diversos procesos de colonización y por el conflicto armado colombiano. Se busca a través de la tecnología encontrar, reconocer y reinventar la identidad. Así, se hace televisión indígena para los indígenas y en su propio lenguaje y simbología. Una televisión pegada a la oralidad, su tradición de contar. Televisión que quiere desde los jóvenes meterle tecnología a la cultura y conquistar a los mayores. Los jóvenes creen que este canal es el nuevo fuego que junta y revela imágenes y relatos que van a impedir los silencios y oscuridades que han propiciado las violencias en la comunidad. Su marca es la producción propia, las irreverencias juveniles y la búsqueda de sus historias de identidad; sus relatos son una expresión indígena de una televisión *otra*, una que indaga por el ser Kankuamo. En sus programas se pueden ver sus modos de comprender el mundo y una estética en tonos cercanos y formatos propios. Este canal de televisión es parte esencial de la lucha política por existir con dignidad, en memoria y para tejer identidad. Sólo esperan que “el tiempo les sea propicio”. ¡Mucha alegría en estas imágenes!¹²

“Palabras mayores” es una serie documental de 10 capítulos de 7 minutos cada uno. Una realización del Centro de Comunicaciones Zhigoneshi. La palabra

Zhigoneshi significa ayudémonos en idioma Kagaba (Kogui). La conformación del centro de comunicación Zhigoneshi busca mandar un mensaje al hermanito menor (todos los no indígenas) desde el pensamiento ancestral y la autonomía indígena para que los hermanitos menores nos ayuden a cuidar la naturaleza y conservar la cultura de los pueblos indígenas. Este centro está integrado por tres de las etnias de la Sierra Nevada de Santa Marta (Arahuaco, Kogui, Wiwa). Trabaja con revistas, fotografía y video. Cuenta con camarógrafos, fotógrafos, escritores y sonidistas, todos indígenas de la Sierra. La serie “Palabras mayores” cuenta la historia de un equipo de realizadores indígenas que recorren el “corazón del mundo”, el territorio de la Sierra Nevada de Santa Marta. En este viaje las autoridades indígenas tradicionales o Mamos hablan ante las cámaras en sus propias lenguas, explicando cómo conciben el manejo del territorio, qué amenazas soportan y qué deben hacer indígenas y no indígenas para hacerle frente a la vulnerabilidad cultural y medioambiental de la Sierra. Las imágenes son absolutamente contundentes y brillantes. Las palabras de los *mamos* vienen llenas de sabiduría, verdad y poesía sobre la coca, la tierra, el agua, la nieve, la violencia, el calentamiento global. Nos enseñan una filosofía de vida y memoria. Una hermosa serie que es un llamado de atención para nosotros los hermanos menores. Buena televisión en versión propia y con estética indígena. ¡Ver para comprender a los hermanos mayores!¹³

LO QUE APRENDEMOS DE LA COMUNICACIÓN INDÍGENA

Los testimonios de las diferentes experiencias expuestas documentan cómo los indígenas hacen otra comunicación, una que toma formas diversas según las oportunidades políticas pero con un eje conceptual y filosófico claro, el plan de vida de la comunidad. Cada comunidad hace un uso diferente de la comunicación porque desde la identidad todo puede ser diverso. La comunicación indígena nos enseña, entonces, que no hay una sola estrategia, que los medios pueden decirse en diversidad de formas, que el comunicar es un acto que depende de su ubicación en lo cultural (lógica de la identidad), de su necesidad política (lógica del existir con dignidad), de su potencial expresivo (lógica de conexión y tejido). ¿Qué nos contaron?

- Los *indígenas de México* convierten a la radio en celebración de la autonomía para recuperar la tradición oral, la autorepresentación y el orgullo de ser indígena.
- Los *Mapuches de Chile* luchan por estar en la esfera pública con sus propias voces, sentires y saberes ancestrales, ya que su lucha se juega, sobre todo, en los medios masivos/invasivos de comunicación.
- El *Chiapas Media Project* devela que los jóvenes indígenas pueden hacer su propia comunicación: la interna para ganar comunidad, la externa para ganar solidaridad.

- Los *indios on line* de Brasil nos cuentan que el internet y el celular son sus nuevos arcos y flechas para ganar un lugar en el mundo, luchar por sus derechos y actuar como mensajeros para una nueva humanidad.
- El *Pueblo el Misak* comunica para ser ciudadanos y ganar la movilización social en defensa de los derechos colectivos y ancestrales y la autodeterminación de los pueblos.
- El *pueblo Nasa y su Tejido de Comunicación* lucha comunicativamente por tener y hacer “medios apropiados” a su plan de vida que los lleven del informar al reflexionar y debatir, y de ahí al proponer, tomar decisiones y actuar; así, su producción de imágenes es para defender sus vidas... de los guerreros oficiales.
- Los jóvenes de *Kankuama TV* buscan reconocer y reinventar la identidad, sus relatos son una expresión indígena de una televisión *otra*, esa de la paciencia que sabe que hay que esperar que “el tiempo sea propicio”.
- La serie “*Palabras Mayores*” desde las comunidades Arahuaco, Kogui, Wiwa quiere transmitir su sabiduría, verdad y poesía ancestral sobre la madre naturaleza.

Comunicación que escucha la memoria y documenta el futuro. Comunicación que desde la sabiduría ancestral llama la atención de nosotros los “civilizados” o “hermanitos menores”. Nos cuenta con dignidad de identidad y sabiduría de convivencia. Comunicación pegada al territorio, en función de la comunidad, que celebra la madre tierra y que convierte a una cámara en un dispositivo de lucha política desde su posibilidad narrativa. Y más aprendizajes...

- Comunicar es producir la resistencia de la identidad (territorio, lengua, música, vestido, alimento); por eso, se practican narrativas cercanas para conectar con los sujetos locales y producir comunidad.
- Del activismo de la tierra, al activismo de las pantallas. Se cuenta desde el proyecto de vida, desde la identidad que se es, desde la estética que marca el lugar del uno mismo... pero para tener impacto en agendas nacionales e internacionales.
- La producción comunicativa es un laboratorio estético-narrativo para la lucha política y por la identidad. Una cámara sirve para mantenerse alerta, defenderse del poderoso, mover conciencia, conectarse con otros.
- La comunicación de calidad es la que acompaña los procesos cotidianos y culturales de las comunidades y pone a conversar a los ciudadanos con su identidad.
- La fuerza de la comunicación está en su movilidad, flujo y potencial expresivo; ese que puede ser usado por quien tiene que contar, y en eso los indígenas nos llevan milenios del decir, tienen mucho que contar.

- La comunicación indígena es innovación porque es resistencia. Una resistencia iluminadora en su compromiso por la justicia, sus empeños por sus autonomías, su solidaridad firme y su conexión ancestral con la conciencia planetaria.
- La comunicación indígena narra de manera cíclica, su estructura dramática es circular, en forma de diálogo entre los presentes que se habitan, la identidad y el futuro; narrativas de otras temporalidades y ritmos; narrativas que aprenden a callar porque no todo se dice en los medios.

El nuevo territorio indígena es el territorio virtual (hecho de web, celular, radio, video, viaje, humo, ideas, conciencia, ética, drogas); es en el territorio virtual donde los indígenas están recuperando su territorio ancestral. En el territorio global se ha podido nombrar y exigir el territorio sagrado de cada comunidad, se ha podido volver a oír las voces silenciadas, se ha podido visibilizar sus rostros negados. El territorio global (tecnológico y político) dice que estamos en los tiempos del re/existir, re/sistir, re/tomar, re/conquistar.

“Comunicar es estar con el otro, comprender las señales del cuerpo, la naturaleza, la cultura”, explica Nidia Cruz. “Estamos llegando a los tiempos de la cosmocracia o el gobierno en función de la madre naturaleza”, afirma Jeremías Tunubalá. “Hay que saber esperar a que sea el tiempo propicio”, comenta Aranis Gutiérrez. La invitación de las comunidades indígenas es a que todos los hermanitos menores se unan a *la minga*, o cuando se juntan todas las formas de comunicación para re-existir y resistir y re-inventar. Y así, llegar a la re-indigenización de la sociedad.

UNA ADVERTENCIA FINAL

¡Pero los hermanitos menores poco escuchamos, nada aprendemos, nos encanta el grado cero de significación! Habitamos una “onda” donde ser pro-indígena es ser “cool”, está de moda y es un “acto de salvación” de nosotros, los hermanos menores. Y es posible que los mesticitos y blanquitos nos quedemos adorando al exótico indígena. Que pensemos que basta con tomar yagé o ayahuasca o peyote u hongos o fumar tabaco para estar en conexión con los saberes indígenas. Es bastante probable que no entendamos.

Pero puede ser como quiere creer Sebastián Thydewas que estamos asistiendo a “un despertar de una nueva era, de perspectiva más humana, más holística, más amorosa; hay que creer que muchas personas son pro indígenas por Conciencia. Y que ser pro-indígena es ser sensible, es reconocerse parte del Todo, hijo de la Madre Tierra... Entonces esta “onda” confirma la profecía de “Los Hijos del Arco Iris” que dice: Habrá un tiempo en que nacerán indígenas también en piel blanca, un tiempo donde todos tendrán conciencia que hay que hacer como el Arco Iris: Abrazarse independientemente de los diferentes colores y juntos construir un puente de paz entre el cielo y la tierra”¹⁴.

Pero a mí que me parece que, para nosotros los hermanitos menores, esto no es más que un acto *cool* y de *correctness*; un acto de *comfort* para diluir nuestra miseria de mercado y capital. En todo caso, los indígenas están haciendo la comunicación distinta a como estamos acostumbrados a vivirla. ¡Ojalá seamos capaces de darnos cuenta!

NOTAS

1. He aquí algunos sitios para ver más, y mejor, y con más sentido, y más historias, mucha mejor televisión-video-media:
 - Los mejores videos e historias de niños <http://escuelaaudiovisualinfantil.blogspot.com> (Consultado noviembre 9, 2009)
 - La minga Indígena y popular por la vida y la dignidad de los pueblos <http://mingaindigena.blogspot.com/2009/10/acin-27-de-octubre-sesionara-tribunal.html> (Consultado Noviembre 9, 2009)
 - Los videos más impresionantes hechos por la misma gente en los territorios ocupados de Palestina <http://www.btselem.org/english/Video/> (Consultado noviembre 9, 2009). The Israeli Center for Human rights in the Occupied Territories – launched a video advocacy project called “Shooting Back”. Palestinian families living in the West Bank and Gaza Strip’s most hard-hit areas are given video cameras and trained in their use, to enable them to document their lives under occupation. e-mail oreny@btselem.org
 - Hay tiempo para reírse del amo que no ríe <http://www.youtube.com/watch?v=KgV87TF5uZg> (Consultado noviembre 9, 2009)
 - Burla de nuestros héroes del entretenimiento en paradiario.tv <http://www.youtube.com/watch?v=uRnXvfrEgO8> (Consultado noviembre 9, 2009).
2. Manifiesto inspirado en Colectivo Mejoda (Víctor Palacios), Escuela Infantil Audiovisual Belén de los Andaquíes (Alirio González), Proyecto ACIN Pueblo Nasa (Harold Secue y Nidia Cruz), Yubarta B/ventura (Diana Landázuri), Cine P’al barrio (Edilberto Jurado), sancocho audiovisual (Daniel Bejarano), Kankuamo TV (Arianis Gutiérrez), Arhuacos/Koguis/Wivas (Amado Villafañe).
3. Ver: “Encuentro de Uribe con la gran Minga” <http://mingaindigena.blogspot.com/2009/10/emisoras-indigenas-filename-asi-va-la.html> (Consultado noviembre 9, 2009).
4. Para ampliar información sobre OurMedia se recomienda visitar el sitio web: www.ourmedianetwork.org
5. Para ampliar información se recomienda visitar el sitio web: www.c3fes.net/docs/radiocomunitariamex.pdf
6. Para ampliar información se recomienda visitar el sitio web: www.mapuche-nation.org.
7. Para ampliar información se recomienda visitar el sitio web: www.chiapasmediaproject.org
8. El programa ÍNDIOS ON-LINE ya recibió los siguientes reconocimientos: Premio Inclusão Digital – Instituto Telemar – 2004; Premio Selo de Iniciativa de Cultura Viva - MinC – 2007; Premio Direitos Humanos - SEDH – 2007; Premio Parcerias - Aliança InterAge -2008; Finalista seleccionado Premio ODM 2007; Finalista seleccionado Premio Innovation Social- CEPAL - W.F. Kellogg 2008; Premio AREDE - 2008- Brasil; Premio SOMOS PATRIMONIO 2008 - Convenio Andrés Bello; Premio Top Social 2008 (ADVB/BA ABAP/BA e ACB)

9. Para ampliar información se recomienda visitar el sitio web: www.indiosonline.org.br
10. Para ampliar información se recomienda visitar el sitio web: www.amcic.info
11. Para ampliar información se recomienda visitar el sitio web: www.nasaacin.org/
12. Para ampliar información se recomienda visitar el sitio web: <http://kankuamatv.blogspot.com/>
13. Para ampliar información se recomienda visitar el sitio web: <http://intermundos.org/es/zhigoneshi/>
14. Sebastián Thydewas (*ong thydewas*) en comunicación vía email personal después del evento OUR MEDIA 8.

REFERENCIAS

Flores, Carlos Y. (2004). La antropología visual ¿distancia o cercanía con el sujeto antropológico? México: *I Encuentro de documentalistas y antropología visual*. Universidad Autónoma de La Ciudad de México.

Halkin, Alexandra. (2006). *Outside the Indigenous Lens: Zapatistas and Autonomous Video-making* [en línea]. Revista Chilena de Antropología Visual, # 7, Junio, pp. 71-92. Disponible en: http://www.antropologiavisual.cl/imagenes7/imprimir/halkin_eng.pdf . [Consultado 7 de febrero, 2010].

Rincón, Omar. (2005). *Comunicar entre lo tecno y lo retro: activismo y estéticas en experimento*. [en línea]. *Signo y Pensamiento*, XXIV (47), julio-diciembre. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/860/86004704.pdf> . [Consultado 7 de febrero, 2010].

Rincón, Omar. (2006). *Narrativas mediáticas o cómo cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.

Rodríguez, Clemencia & El'Gazi, Janine. (2007). *Poética de la radio indígena en Colombia*. En: *Ya no es posible el silencio* [en línea]. Bogotá: c3FES. Disponible en: http://www.c3fes.net/docs/poetica_radio_rodriguez_elgazi.pdf. [Consultado 7 de febrero, 2010].

Rodríguez, Clemencia (ed.). (2008). *Lo que le vamos quitando a la guerra [medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia]*. Bogotá: C3-FES. [en línea]. Disponible en: <http://www.c3fes.net/docs/quitandoalaguerra.pdf>. [Consultado 7 de febrero, 2010].