

UNA MIRADA CRÍTICA A LA DIFUSIÓN TELEVISIVA DEL VIDEO INDÍGENA

Axel Köhler

Cuerpo Académico: Sociedad y Cultura en Fronteras
CESMECA-UNICACH

INTRODUCCIÓN

El *video indígena* ha sido celebrado como la evidencia de que miembros de organizaciones y comunidades indígenas han logrado apropiarse de una tecnología de comunicación contemporánea para, por fin, poder autorrepresentarse. En ese marco interpretativo los indígenas han podido entonces volverse sujetos de su propia representación al estar detrás de una cámara de video y no solamente al frente. Se ha destacado también que a través del *video indígena* se puede recuperar el control democrático sobre las fuentes de información y comunicación controladas por el Estado o por empresas privadas.

Con la creación de sus propios medios de comunicación —radio, video, teatro, páginas en Internet, prensa y periódicos murales— los indígenas en todas partes del mundo están recuperando la capacidad de producir su propia imagen, capacidad que se les había negado en tiempos de la colonia. Hoy en día los indígenas están ganando visibilidad en la esfera pública y la influyen a través de sus propios productos mediáticos. Ellos están reinterpretando, desde sus propias perspectivas, los imaginarios de las sociedades nacionales dominantes de las que forman parte. Cuentan sus historias desde puntos de vista que habían sido excluidos, marginados, silenciados e invisibilizados durante siglos. Los *videos indígenas* hablan de la resistencia en contra de la colonización, de la sobrevivencia social y cultural en contextos de opresión, de sus formas de autogobierno, su cosmología, su relación con el medio ambiente, etcétera. De esta manera los videoastas indígenas efectúan también re-visiones de la/s historia/s oficial/es cuya escritura siempre ha sido el privilegio de los que están en el poder; además dichos productores participan también activamente en la documentación y escritura de la/s historia/s del presente.

No menos importante que la documentación histórica es el uso del *video indígena* como herramienta en la lucha para garantizar el respeto a los derechos humanos y su vigencia. Muchas organizaciones indígenas y las de otras minorías utilizan el medio para denunciar las injusticias que se siguen cometiendo en contra de ellos, pues los procesos de transformación social son lentos y conflictivos. Para sustanciar sus reclamos en los casos de abuso y violación de derechos humanos, se presenta la grabación

audiovisual de testimonios ante comisiones y organizaciones nacionales e internacionales. También se utiliza el video para prevenir posibles transgresiones en situaciones como marchas y manifestaciones que cuentan con la presencia masiva de las fuerzas de seguridad estatal o con la infiltración de grupos paramilitares o agentes de la contrainsurgencia. La cámara en mano señala el riesgo de ser grabado en acción y luego denunciado ante cortes y jueces.¹

Más allá de la denuncia, los movimientos indígenas documentan —no sólo en video— el empuje que ellos están dando a los Estados nación del continente para que éstos se vuelvan verdaderos Estados multiculturales o plurinacionales. Dentro de los movimientos, las organizaciones y las comunidades indígenas, el video ha sido apropiado también como herramienta para la documentación y el rescate del patrimonio cultural, la preservación de la memoria social, así como un vehículo para la reafirmación y (re)construcción identitaria.

Ahora bien, los indígenas para poder controlar su propia representación en los medios, requieren de cierto control de éstos, asunto bastante complicado en los tiempos actuales ya que asistimos a una creciente concentración de los medios en manos de grandes conglomerados transnacionales, al tiempo que el Estado se está retirando de su responsabilidad de proveer un servicio público de comunicación educativa y cultural.² Con las actuales políticas neoliberales, el Estado está dejando el campo mediático, como suele ocurrir con otros campos, al “libre juego” de la competencia, la oferta y la demanda que se supone están autoreguladas por el mercado. En contra de este modelo comercial imperante, una parte importante de la sociedad civil mexicana está promoviendo un modelo social diferente que pugna por la apertura de los llamados “medios comunitarios, ciudadanos o alternativos” que se están gestionando en todas partes aunque hasta ahora no cuentan con condiciones constitucionales favorables.

En el presente artículo reflexionaré acerca de algunos de los problemas que enfrenta la difusión del *video indígena* en nuestra sociedad y me pregunto: ¿Cómo el *video indígena* puede impulsar una forma de comunicación participativa que vaya más allá de un consumo “pasivo”, que propicie el diálogo con el público? ¿Puede el *video indígena* articular desde lo local hasta lo nacional? ¿Y qué retos se les presentan a los video-productores indígenas cuando incursionan en la producción televisiva tanto pública como comunitaria?

VIDEO INDÍGENA Y COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Mi premisa base es que el *video indígena* es intrínsecamente parte de un movimiento que busca la pluralización de los espacios mediáticos y sociales, así como el fomento

de medios de *comunicación participativa* a favor del cambio social. En ese movimiento se enfatizan varias estrategias comunicativas clave: incorporar la voz y la perspectiva de los sujetos-actores involucrados; reconocer e integrar la diversidad cultural y compartir los saberes y la información generados por ella; ampliar el diálogo y el debate público para fomentar procesos políticos más abiertos, participativos e inclusivos; luchar por una legislación que apoye la creación de espacios plurales de comunicación donde tengan voz las organizaciones sociales y la sociedad civil (cfr. Feek, 2006).

Antes de entrar en las cuestiones señaladas arriba, quiero aclarar lo que entiendo por *video indígena*. Para mí está claro que el llamado *video indígena* surge de una necesidad primaria de comunicarse y de representar experiencias particulares, tanto en el mismo ámbito indígena, sea rural o urbano, como fuera de este ámbito en la sociedad más amplia. En mi opinión la característica más relevante del *video indígena*, no sólo en México sino en general, es que surge del contacto y del trabajo intercultural; es decir, tanto el medio y la tecnología que lo posibilitan (me refiero a las cámaras, las reproductoras, las computadoras, los programas de edición) y todo el conocimiento necesario para poder manipularlos, así como los productores y el público al cual se dirigen, no pertenecen a una sola cultura. Las máquinas de la tecnología videográfica siguen siendo desarrolladas y fabricadas en el primer mundo para el mercado mundial, sin embargo, sus usuarios siempre están inmersos en contextos locales, aunque no en una sola cultura, y el público que finalmente consume los videos, se puede encontrar en cualquier parte del mundo.

Los *videos indígenas* son producto de las redes que se tejen entre activistas indígenas y no indígenas y retoman formas de expresión y representación desarrolladas en los medios hegemónicos, principalmente en la televisión y el formato del documental, adaptándolas a sus necesidades y objetivos. Del mismo modo juegan con las convenciones establecidas en ellas y las llenan de contenidos culturales y étnicos propios. Estos contenidos, muchas veces, los comunican en su lengua materna (que no es la hegemónica) mientras que experimentan con estilos distintos de representación basándose en formas tradicionales de la cultura oral, del contar chistes, cantar canciones y tocar música.

En fin, los *videos indígenas* están creando una identidad cultural videográfica que se nutre tanto de lo propio y lo tradicional como de los formatos y estilos ya establecidos en el medio hegemónico, al experimentar con la autorrepresentación de manera innovadora. El *video indígena* propone antes que nada reciprocidad en la comunicación y no se limita a producir su propia imagen sino exige mínimamente una recepción activa de lo que se presenta e incluso propone la participación del espectador. Esta participación puede partir de una reflexión sobre las condiciones de vida contemporánea de la población indígena comparándolas con las de otros segmentos de la población

—indígena y no indígena— y llega a pedir explícitamente una respuesta visual del receptor como pasa con el formato de la video carta.³

Los video-productores indígenas tienen argumentos, posiciones y puntos de vista distintos a los de los activistas no indígenas que colaboran con ellos, ya que provienen de las propias comunidades que representan y con quienes, muchas veces, trabajan en relación estrecha. Los video-productores indígenas, por lo general, están preocupados tanto por crear una visión propia de sus culturas desde adentro como por satisfacer la demanda de información y comunicación de un público primeramente indígena. Por estas razones, sus visiones son visiones alternativas que surgen en la experimentación con nuevas formas de autorrepresentación e intentan descentrar y complementar las visiones que se producen en la sociedad dominante. La visión de los productores indígenas contrasta con las miradas de “fuera”, sean de europeos, norteamericanos o de ladinos y mestizos, pero dicha visión no se construye en el aislamiento cultural sino en el diálogo intercultural que se manifiesta tanto en la colaboración como en la apropiación creativa de nuevos medios de comunicación. Se puede decir que los videos y videoclips indígenas constituyen parte de un proyecto vital de comunicación en construcción permanente, a la vez que son creaciones colectivas (aún cuando son hechas también por individuos concretos) de primera necesidad, social y comunicativa. Es decir, tienen el objetivo de revitalizar o reconstruir las formas sociales y culturales indígenas que se han transformado profundamente con los encuentros coloniales, poscoloniales y descolonizadores.

1. PENSAR LA DIFUSIÓN INDÍGENA “EN GRANDE”: ¿VALE LA PENA LLEGAR A LA TELEVISIÓN?

Los pueblos originarios en general y no solamente del continente americano, se han quejado de que los medios masivos no tienen una programación hecha para ellos y mucho menos con su participación o bajo su control. En general podemos decir que en los lugares donde hay televisión, la programación que se recibe está hecha desde la perspectiva de la cultura hegemónica y es producida por profesionales de la industria cultural dominante. Así por ejemplo, cuando lanzaron los primeros satélites de comunicación en América del Norte, Canadá y Australia en la década de 1980, las comunidades indígenas rurales se volvieron destinatarias de la televisión igual que el resto de la población que habitaba los grandes centros urbanos. Daba lo mismo que los receptores fuesen blancos, descendientes de colonizadores o inmigrantes recientes. Para varios indígenas politizados y con una perspectiva crítica, lo transmitido por esas televisoras en lenguas coloniales (el inglés o el francés) era una forma de “invadirlos”

con valores culturales de la sociedad colonizadora. Los indígenas acusaron entonces a la televisión, junto con otras instituciones “blancas” como la escuela y la iglesia, de invadir sus propios espacios de cultura, al imponer la lengua nacional en detrimento de las lenguas autóctonas y promover la asimilación a la cultura hegemónica consumista en perjuicio de sus propios valores culturales y sociales.⁴

Veamos un ejemplo de intentar cambiar esa situación. A finales de los años 80, la Asociación de Medios Indígenas de Australia Central (*Central Australian Aboriginal Media Association*, CAAMA) logró obtener la franquicia de difusión televisiva por satélite para Australia Central, no sin dificultades y dicho sea de paso, con el apoyo de activistas blancos profesionales de la comunicación. La compañía comercial privada que fundaron los propios indígenas australianos para gestionar la nueva estación de TV satelital se llama *Imparja Television*. En la lengua arrernte *Imparja* significa “huellas” (*footprints*). Desde sus inicios dicha compañía estuvo bajo la presión de difundir para un público multiétnico y multicultural compuesto de alrededor de 430 mil personas.⁵ Según Faye Ginsburg (1991: 100), a inicios de los años 90 los grupos indígenas hablantes de diferentes lenguas representaban menos de 40% de su público, y los australianos no-indígenas hablantes de inglés eran más de 60%. Hasta cierto punto, *Imparja* estaba satisfecha de mantener una programación para un público indígena en seis lenguas con subtítulos en inglés, pero dicha producción representaba sólo entre 3 y 5 % de su programación total (*Ibid.*: 100-101). Otro reto que tuvo la compañía *Imparja* fue elevar el número del personal indígena trabajando en ella, pues en ese momento sólo eran 10% por falta de indígenas técnicamente capacitados.⁶

Los retos para mantener una estación de televisión comercial en manos indígenas son múltiples: obtener los recursos financieros necesarios es uno de ellos, pero también hay que trabajar diariamente para contrarrestar la amenaza que representa la televisión comercial masiva para las culturas indígenas, e intentar convertir este medio en una herramienta capaz de apoyar la vitalidad y el bienestar de dichas culturas en vez de socavarlas. Otro asunto importante para el mundo indígena es poder reclamar exitosamente el derecho a controlar sus propias imágenes en el espacio público mediático, por lo general controlado por no indígenas.⁷ La circulación de imágenes indígenas producidas por los mismos indígenas ciertamente ha contribuido a darle un giro a la tradicional y hegemónica forma en que se presenta al indígena en el imaginario nacional.

Y respecto a dicha integración, el antropólogo James Faris (1992: 176) afirma que los indígenas no pueden entrar al mundo de los medios masivos de comunicación en condiciones de igualdad, más bien lo hacen ya situados por las fuerzas hegemónicas y eso les da poco margen de maniobra. Según Faris, la única manera de no entrar en este juego es, o bien no utilizar las tecnologías controladas por otros, o producir sus

propias imágenes exclusivamente para el autoconsumo. Me parece que esta solución radical y excluyente no es realista, dado el creciente interés de muchos indígenas de varias partes del mundo en participar activamente en la esfera pública. Participación que pretende demostrar su presencia en ella, fomentar revisiones de su propia historia y reclamar sus derechos como ciudadanos iguales en la diferencia. En otras palabras, para seguir construyendo sus identidades contemporáneas así como para ser vistos, escuchados y respetados en sus propios términos.

El *video indígena* enfrenta un problema de comunicación y reconocimiento grave en cuanto a las audiencias “grandes”. Eso es principalmente debido a las reglas del mercado capitalista de consumo cultural, es decir los estándares aceptados por el público general, tanto respecto a los formatos cinematográficos y televisivos establecidos como a los altos valores de producción. Con muy pocas excepciones no existe un mercado comercial para documentales, —el formato casi de rigor para la mayoría de los *videos indígenas* producidos—. Además esos documentales indígenas tampoco se ajustan al esquema clásico de un guión narrativo con la exposición de un conflicto al inicio del filme, el desarrollo dramático de dicho problema incluyendo al menos dos puntos de trama con giros sorprendentes y una crisis, terminando con la resolución del conflicto, el *desenlace* o climax de la trama.

Comenta Walter Mignolo (2006: 27) acerca de una proyección de *videos indígenas* realizada en la Universidad de Duke en Carolina del Norte (E.U.A.), que el público no pudo ver los videos en sus propios términos estéticos y narrativos sino que se llevó a cabo “la clásica traducción de la narrativa en los videos a categorías estéticas occidentales. La audiencia en Duke actuó de manera un tanto semejante a las narraciones de los misioneros cuando se enfrentaron a los pobladores indígenas y empezaron por traducir lo desconocido a lo conocido, silenciando lo desconocido”. Vale agregar que Mignolo está hablando de un público supuestamente “sensible” a narrativas y estéticas diferentes (no occidentales) y con un interés activo y abierto para conocerlas.

Otra reacción que muestra una similar incapacidad de “ver” y re-conocer en sus propios términos lo que se presenta videográficamente, es la que nos narra el austriaco Thomas Waibel, miembro de *Kinoki*, un colectivo europeo de profesionales en los medios de comunicación alternativa. Thomas Waibel impulsó desde 1995 un proyecto denominado *Kinoki-lumal*⁸ para capacitar a indígenas de comunidades rurales de Ocosingo y Oxchuc (municipios localizados en Chiapas, México) así como de comunidades de Guatemala. *Kinoki-lumal* tenía como objetivo crear y apoyar proyectos alternativos de cine y video indígenas autogestivos y autosustentables. En una gira que efectuó en Austria a finales de los años 90 para recaudar fondos para el proyecto, Waibel mostró varias de las producciones logradas y comenta que le sorprendió la reacción del público que se mostró

contento con las producciones iniciales. El público aceptó que esos primeros videos eran producciones “propiamente indígenas” porque correspondían a un estereotipo del “primitivo” que se apropia de una nueva tecnología y la maneja de una manera poco profesional. Sin embargo, un video producido más adelante colectivamente en Guatemala, en colaboración con Waibel, encontró una reacción de rechazo en el sentido que la gente se negó a aceptar que ese video era un *video indígena*. En la discusión con el público, surgieron serias dudas de si este video sobre el culto a Maximón⁹ era hecho por indígenas. Varios miembros del público insistieron en que Waibel había dirigido y producido el video con “la ayuda” de actores indígenas (comunicación personal de Thomas Waibel). Podríamos decir que dicho video tenía una narrativa más elaborada, incluía elementos de ficción y un trabajo de cámara y edición más profesional; en fin, reflejaba sin duda mejores condiciones de producción y el trabajo que Thomas Waibel había invertido en la capacitación técnica de los indígenas co-productores.

Estos ejemplos de recepción nos demuestran la dificultad que están encontrando los indígenas para ser vistos, escuchados y respetados en sus propios términos a través de sus producciones videográficas. En un reciente encuentro de comunicadores indígenas de todo el continente americano, el representante de una ONG internacional expresó en una plática informal que los videos producidos por indígenas de Chiapas no tenían la calidad técnica esperada para que un público amplio los pudiera disfrutar, eso debido a su “pobre” calidad de producción y estética, sus narrativas poco atractivas y sus contenidos que no corresponden a las exigencias de un público acostumbrado a la televisión comercial y a producciones cinematográficas de alto presupuesto.¹⁰ En opiniones como la mencionada podemos destacar cómo una recepción más amplia del *video indígena* está condicionada por las propias reglas del mercado capitalista consumista.

Ahora bien para retomar la segunda parte del título del apartado 1, es decir, la pregunta de ¿cómo llegar a la televisión? y ¿si vale la pena hacerlo?, quiero traer a la discusión dos proyectos televisivos con participación indígena que se han dado en América Latina.

1.1. TELEVISIÓN INDÍGENA DESDE ARRIBA: EL CASO DE GUATEMALA

En Guatemala, los canales 5^o y 9, ambos de frecuencia abierta VHF del país, fueron entregados en el año 2004 a la Academia de Lenguas Mayas de Guatemala (ALMG)¹² y al Congreso de la República respectivamente. Hasta 2008, ninguna de las dos instituciones había logrado hacerle funcionar, debido a la inversión que ello requería, pero tampoco quisieron renunciar a la concesión recibida.¹³ Al contrario, considerando que ya había transcurrido casi la mitad del periodo por el cual les fueron otorgados —ocho y diez años respectivamente—, a finales del 2008 se propuso en el Congreso guatemalteco la iniciativa de ley para que esos canales, y dos más —el 4 y el 12—, pasen mediante

decreto a ser propiedad de las instituciones referidas ya que originalmente les fueron cedidos solamente los derechos de usufructo.

Aun como propiedad institucional, para dichos canales seguirá siendo un problema la recaudación de fondos, pues la iniciativa de ley contempla que ninguno de ellos puede ser comercial, por lo que no estarán autorizados para vender tiempo y generar así ingresos propios.¹⁴ La ALMG, cuyo presupuesto se compone de donaciones y asignaciones, recibió del gobierno en el año 2008 una asignación de 15 millones de quetzales para el canal 5, TV Maya, y el proyecto de presupuesto para el 2009 tiene un techo de 26 millones de quetzales. Presupuesto que todavía no ha sido aprobado por el Congreso (Reynoso, 2008).

Bajo esas circunstancias, una vez que el Presidente de Guatemala había finalmente inaugurado las instalaciones del Canal 5, el 23 de abril del 2008, las transmisiones iniciaron únicamente en la capital del país y con solamente treinta minutos por día. Está previsto que dicha programación sea difundida en, al menos, trece lenguas mayas con subtítulos en español y se espera que en diciembre 2008 las emisiones puedan extenderse y transmitir tres horas diarias y a nivel nacional.

Lo que podemos concluir de esta experiencia es que proveer el espacio televisivo virtual desde el Estado, es decir desde arriba, no es la solución más acertada para promover una representación más equitativa de los pueblos originarios y su participación en los medios. Más que grandes gestos de buena voluntad del gobierno se requiere generar las condiciones materiales y constitucionales para que una sociedad indígena y civil fuerte y bien organizada produzca televisión como parte de un proyecto social, político y cultural incluyente y participativo.

1.2. TELEVISIÓN INDÍGENA DESDE ABAJO: EL EJEMPLO DE BOLIVIA

Otro camino han seguido para construir un sistema de radio y televisión que represente a los pueblos y nacionalidades indígenas a nivel nacional, las cinco grandes confederaciones indígenas de Bolivia¹⁵ junto con dos organizaciones, una de base, la Coordinadora Audiovisual Indígena Originaria de Bolivia (CAIB) y otra más integrada por activistas de cine y comunicación, el Centro de Formación y Realización Cinematográfica (CEFREC).¹⁶ En 1995, el CEFREC, en convenio con las citadas confederaciones indígenas, empezó a promover una iniciativa llamada *Plan Nacional Indígena Originario de Comunicación Audiovisual*. El *Plan Nacional* se desarrolló de forma independiente del Estado y del gobierno boliviano y sigue siendo apoyado principalmente por Mugarik Gabe, una ONG vasca que trabaja proyectos de comunicación social con recursos que provienen del gobierno vasco.

El *Plan Nacional* se implementó desde 1997 con el propósito de que los pueblos y nacionalidades indígenas bolivianos accedieran a las tecnologías audiovisuales y pudieran construir a partir de ellas mecanismos y estrategias de comunicación para sus propios fines, sobre todo para superar, a través de la comunicación, las divisiones existentes entre los pueblos originarios y la sociedad mayor así como para unir a los primeros más allá de sus diferencias étnicas, lingüísticas, regionales, culturales y económicas. Los dos enfoques principales del *Plan Nacional* son los derechos indígenas para una comunicación para el desarrollo y la comunicación participativa para el cambio social (cfr. CIDOB *et al.*, s/f).

Desde 2002 en Bolivia se ha desarrollado un proceso destinado a impulsar la reflexión sobre los derechos humanos y los derechos indígenas desde una perspectiva de comunicación y estratégica. Para avanzar en este frente se decidió promover la unidad y la concertación entre las distintas organizaciones y se estableció una estrategia de comunicación propia, dirigida tanto hacia los pueblos como a la sociedad boliviana en general (Sanjinés, 2004).

De acuerdo con el *Plan Nacional* se llevan a cabo desde 1997 actividades orientadas a la formación integral de comunicadores, no sólo en términos técnicos, sino particularmente en aspectos referidos a los derechos de los pueblos indígenas. Se entiende a la comunicación como aliada estratégica fundamental para el desarrollo humano y comunitario integral que sólo es posible en un marco de acciones transformadoras de las estructuras de injusticia, exclusión y marginación. En el año 2002 también se ha creado una línea de formación de líderes jóvenes denominada “la estrategia” que igualmente tiene un fuerte énfasis en la cuestión de derechos indígenas y en el componente comunicacional (Guzmán y Lonkopan, 2008).

El *Plan Nacional* en términos de producción y divulgación, está enfocado a la realización audiovisual colectiva, tanto de documentales como de obras de ficción. Éste busca la participación activa de las comunidades involucradas, en muchos casos como resultado de talleres o seminarios de capacitación en los que se definen colectivamente los temas a tratar y las formas de hacerlo.¹⁷ Además se procura una divulgación responsable, ética y comprometida de los materiales producidos (Sanjinés, 2004; Schiwy, 2006). Para este fin se creó el Archivo Audiovisual de los Pueblos Indígenas que representa un espacio dinámico de resguardo, centralización, sistematización, consulta y difusión y que está destinado prioritariamente hacia las comunidades y organizaciones indígenas originarias de Bolivia a través de la Red Nacional Indígena de Comunicación e Intercambio Audiovisual. De 1997 a 2003, dicho archivo había logrado recopilar más de 500 títulos de producciones audiovisuales de Bolivia y toda América. El acceso al material para fines de consulta, información o difusión tiene siempre un carácter no lucrativo y de divulgación no masiva (Saavedra, 2003).

A partir de la necesidad de (re)construir el discurso de la historia propia, de fomentar una representación ética y estéticamente digna de los pueblos indígenas y de visibilizar sus realidades y temáticas en la esfera pública, la CAIB y el CEFREC lograron establecer un convenio con el canal estatal de televisión boliviana, Canal 7, para obtener un espacio de una hora semanal en donde transmiten desde 2003 todos los domingos a las 19:00 horas “Entre Culturas”, el único programa televisivo nacional producido por comunicadores indígenas. La programación y producción de “Entre Culturas” está a cargo de comunicadores de la CAIB y cuenta con el apoyo del CEFREC; incluye noticias, reportes sobre temas indígenas de importancia nacional, programas educativos, documentales y piezas de ficción de la propia producción de CAIB-CEFREC. Las transmisiones están en castellano pues pretenden dirigirse a un público nacional amplio y fomentar una mayor y novedosa comunicación entre los pueblos bolivianos que se basa en el respeto a su diversidad y el derecho a ser diferente, sin excluir a nadie.

Los temas del programa “Entre Culturas” y la forma de abordarlos surgen de la base, en el seno de las cinco grandes confederaciones indígenas. Así el programa se centra en temas como tierra y territorio, derechos de los pueblos indígenas y su participación política, económica y social en la sociedad nacional. La autodeterminación, los recursos naturales, la equidad de género, la educación y la salud, son otros temas desarrollados. Como comenta Marcelino Pinto (miembro de la CAIB) al respecto: “La Asamblea Constituyente es el marco de trabajo para nosotros, nos da los temas a tratar”.¹⁸ Y añade Marcelina Cárdenas (miembro también de la CAIB) que lo “importante ahora para nosotros son las miradas desde las comunidades y las formas en que las presentamos en nuestro programa”.

Actualmente, con 14 años de experiencia de producción indígena comunitaria en el marco del *Plan Nacional Indígena Originario de Comunicación Audiovisual*, las confederaciones indígenas junto con la CAIB y el CEFREC están planificando llegar a un *Sistema Nacional de Comunicación Indígena*, es decir, a un sistema integrado de radio y televisión comunitarios de alcance nacional. Para ello han desarrollado la llamada *Estrategia Nacional de Comunicación. Derechos Indígenas Originarios y Asamblea Constituyente* para seguir fortaleciendo el proclamado derecho a la comunicación en la práctica. Siguiendo las estrategias del *Plan Nacional*, la *Estrategia Nacional* consiste en la formación de comunicadores, líderes facilitadores, dirigentes y asambleístas indígenas y la producción de materiales audiovisuales y radiofónicos para la difusión y sensibilización en temas de importancia nacional, para así reafirmar a los pueblos indígenas y a los sectores populares como activos protagonistas de la sociedad nacional.

La comunicación intercultural es particularmente significativa en la coyuntura política actual con la Asamblea Constituyente de Bolivia y con las propuestas hechas

por parte de las confederaciones indígenas, la CAIB y el CEFREC, para la nueva Constitución Política del Estado que se someterá a referéndum el 25 de enero del 2009 y que pretende refundar a Bolivia como “Estado unitario social de derecho plurinacional comunitario” (Asamblea Constituyente de Bolivia, 2008: preámbulo), es decir como una nación que reconoce su carácter compuesto e incluye explícitamente a sus pueblos originarios en un papel protagónico.¹⁹

Lo que nos demuestra el ejemplo boliviano es la importancia del trabajo de base (comunitario) realizado dentro de una estructura organizativa eficiente, lo que en conjunto ha llevado a una creciente consciencia política y práctica participativa en materia de comunicación intercultural. En este contexto, el acceso a la comunicación y su ejercicio libre no son solamente un derecho. O sea, la práctica comunicativa es entendida como un servicio a la sociedad para promover el desarrollo y la transformación social, concepto anatema para la televisión privada cuya función y objetivos parecen agotarse simple y sencillamente en lo comercial. Por el contrario, desde la concepción de los pueblos indígenas originarios, la comunicación es un bien, es comunicación para la vida, para “el buen vivir”, para “la plenitud” como expresan en sus categorías propias los pueblos mesoamericanos y afrodescendientes así como las nacionalidades indígenas andinas. Ese bien incluye la recuperación de los valores y conocimientos indígenas originarios y, en la coyuntura política actual, un objetivo supremo es lograr la autodeterminación en los Estados multiétnicos y plurinacionales.

2. PENSAR EN UNA DIFUSIÓN ÍNTIMA: LA TELEVISIÓN COMUNITARIA

La comunicación sin el pueblo no tiene razón de ser

Lema de TV Tamix, Oaxaca, México

El trabajo indígena con video no solamente tiene el objetivo de autorrepresentarse ante la sociedad más amplia y corregir o complementar la imagen que proyecta la sociedad de sí misma y de los “Otros”, también compensa un vacío de información y comunicación local y fortalece la identidad y la cultura comunitaria. En particular este último objetivo se logra a través de la televisión comunitaria.

Una inspiración para las estaciones de televisión comunitaria existentes han sido las muchas experiencias en radio comunitaria, donde encontramos las mismas pretensiones en cuanto a la comunicación como instrumento para fortalecer la identidad cultural propia, la organización y el desarrollo comunitario. Las radios comunitarias también comparten el mismo espíritu de independencia, pertinencia cultural y compromiso social con el video y la televisión comunitaria. No obstante, vale destacar que el video permite mucha movilidad y agilidad porque puede funcionar con un equipo

mínimo de cámara y computadora portátil, mientras que la televisión impone otras reglas del juego y requiere una infraestructura más extensa de producción y transmisión, además implica responsabilidades en cuanto a horario y calendario, en cuanto a la planificación de programas y a una mínima estructura técnica y administrativa fija. Considerando lo anterior, me parecen sugerentes las cinco condiciones que Gumucio (2007a) identifica para que la televisión sea realmente comunitaria:

- 1.- Ninguna televisión comunitaria puede ser una imposición y debe ser el resultado de una necesidad común sentida. A través de sus líderes o representantes, la comunidad tiene que ser partícipe en todo el proceso de gestación, instalación y gestión para que la televisión pueda cumplir con su mandato de convertirse en portavoz de la comunidad y sus expresiones democráticas.
- 2.- En marcado contraste con la televisión comercial, la televisión comunitaria se concentra en contenidos locales, educativos y formativos a la medida de su audiencia. Rescata expresiones locales de la vida cotidiana como son la música, las fiestas y tradiciones, la producción cultural y artística, la memoria de los ancianos y los juegos de los niños.
- 3.- El gran reto de la televisión comunitaria es desarrollar una propuesta estético-televisiva que se convierta en uno de los principales sustentos de su legitimidad en el seno de la comunidad, que satisfaga los deseos y expectativas de su audiencia y la comprometa con el medio. Por ello, esta propuesta tiene que nutrirse de la cultura local y afirmar una identidad propia, identidad que no se encuentra representada en los medios masivos. La coherencia cultural en las transmisiones está íntimamente ligada al uso de la lengua de la comunidad, pero también se manifiesta en la vestimenta y el lenguaje de los presentadores, la decoración del estudio y los logotipos y formatos de los programas.
- 4.- Para el buen funcionamiento de la televisión comunitaria es muy importante el uso de una tecnología apropiada cuya relación costo-beneficio sea razonable, cuyo manejo esté al alcance de los técnicos y cuya gestión pueda ser asumida por los miembros de la comunidad.
- 5.- El éxito de la televisión comunitaria, su sobrevivencia y permanencia depende también de su capacidad de conformar redes con organizaciones que tienen objetivos parecidos tales como organismos no gubernamentales, escuelas y bibliotecas públicas así como grupos de acción comunitaria.

Un verdadero movimiento de la televisión comunitaria se ha gestionado en los Estados Unidos de América desde finales de la década de 1960, principalmente a través

de la televisión por cable.²⁰ Este movimiento es conocido como de “acceso público” (“*public access*”) porque sus protagonistas enfatizaron, desde el inicio, la importancia del acceso a la esfera pública y la necesidad de crear medios participativos de interés público. Al movimiento se le ha criticado por tener una visión inicial bastante utópica, sobre todo en relación con la sobre-valoración de las virtudes de la nueva tecnología del video, al que se le veía como liberador y transformador por antonomasia. Algunos activistas creían que por ser el medio tan accesible para todos, esta tecnología llevaría automáticamente al empoderamiento de un público que “carecía de poder”; que llevaría, en otras palabras, a la liberación del control corporativo e institucional y por ende a una auténtica democratización de la sociedad.²¹

Al movimiento de “acceso público” también se le criticó por tener una concepción convencional del pluralismo y por reducir una verdadera pluralidad política a la libertad de expresión (“*free speech*”). Pareciera —reza esta crítica— que en el llamado “mercado de las ideas” cuenta más la cantidad de ideas en circulación que su calidad. Además se señaló que la garantía de la libre expresión por sí sola no puede cambiar las injusticias sociales.

Proyectos de televisión comunitaria hay pocos en México, en parte por las condiciones de inconstitucionalidad en la que tienen que operar debido al marco legal vigente.²² Una experiencia relevante ha sido la de TV Tamix, quizá la primera estación de televisión comunitaria indígena en México (Rojas, 2000).²³ En 1992, un grupo de comunicadores comunitarios, participantes del proyecto Transferencia de Medios Audiovisuales a Comunidades y Organizaciones Indígenas del entonces Instituto Nacional Indigenista, formó la organización Radio y Video Tamix en el municipio rural mixe de Tamazulapam Espíritu Santo, Oaxaca. En noviembre del mismo año aprovecharon la existencia de un transmisor abandonado en su comunidad por IMEVISIÓN —de 10 watts de potencia y con un radio de transmisión de máximo 5 kilómetros— para salir al aire los sábados a las cuatro de la tarde, interrumpiendo la señal de TV Azteca.²⁴

Los comunicadores indígenas de TV Tamix en su primer folleto de divulgación así como en las presentaciones iniciales que identificaron a sus transmisiones, ubicaron la estación firmemente dentro de la comunidad, pues declararon que su “máxima autoridad [era] la asamblea general de los comuneros o de los propietarios” (TV Tamix, 1992, citado por Wortham, 2005: 41). En el mismo folleto evocaron al tequio, un servicio gratuito de carácter obligatorio que se presta a la comunidad,²⁵ para identificar y legitimar su trabajo de comunicación con el cumplimiento de una necesidad colectiva. Además adoptaron el término “espacio sagrado” para referirse a la estación y la comunicación comunitaria. De esta manera unieron fuertes valores simbólicos mixes y señalaron que las formas comunitarias del video, de la televisión y de la comunicación

son tan sagradas como el tequio. Audiovisualmente esta asociación de valores se reforzó al combinar imágenes del tequio que acompañaban la transmisión del himno nacional mexicano, con imágenes del trabajo en el estudio de TV Tamix mientras que se escuchaba el himno mixe (*Ibíd.*: 40-41).

En su análisis de la ideología y la práctica así como de las tensiones y contradicciones del proyecto, Wortham (2005: 40) apunta cierta tendencia hacia una utopía tecnológica, pues “el trabajo social que describe el folleto de [TV] Tamix se alcanza con la tecnología misma: viéndose en el espejo electrónico²⁶ hace que nazca la conciencia de identidad como un aspecto de lucha social”. La autora identifica en la propuesta que sostiene al video indígena y al proyecto de TV Tamix, más que un lenguaje visual particular una característica postura política que se basa en la idea de que al mostrar la cultura en video, se refuerza la identidad cultural y, por lo tanto, se le puede defender mejor (*Ibíd.*: 38). Esta postura activista, con la que TV Tamix irrumpe en un espacio televisivo del cual la gente indígena había sido previamente excluida, no está exenta de problemas. La creencia de que el medio mismo hace el trabajo del activista social, lleva fácilmente a opacar el proceso de producción o, como lo resume Wortham: “[TV] Tamix hace la cultura visible en video, pero la producción misma del video permanece invisible” (*Ibíd.*: 45). Tal postura ayuda además a mistificar el poder real del videoasta indígena en la representación de su comunidad para dentro y para fuera, y a mistificar el control que éste tiene sobre la selección de temas, sujetos, contenidos y formas de la comunicación audiovisual.

Fue finalmente una combinación de factores lo que llevó a los protagonistas del canal a un conflicto con las autoridades de la comunidad, quienes se vieron amenazadas por el poder político de los comunicadores. En la opinión de Wortham, éstos últimos no siguieron los pasos necesarios para articular el proyecto dentro de la dinámica social y las estructuras de poder de la misma comunidad (*Ibíd.*: 39). El equipo de TV Tamix estaba formado por unas quince personas, cuyo corazón eran dos hermanos y un primo. Según Wortham, este grupo no incluyó la participación activa de mujeres o ancianos en la gestión de la estación, aunque sus emisiones conectaban claramente con estos grupos sociales de la comunidad (*Ibíd.*: 42). Para la producción de sus programas el equipo reclutó, más bien, a niños y jóvenes que mostraron interés en el trabajo de comunicación, pues uno de los fundadores del grupo fue un maestro de la escuela del municipio.

En 1996, cuando Radio y Video Tamix ganó dos becas,²⁷ estalló el primer conflicto. Con la entrada de esos recursos económicos, miembros de la comunidad acusaron a TV Tamix de corrupción y evasión fiscal y el equipo fue expulsado del palacio municipal donde tenían su estudio.²⁸ En 1997, TV Tamix tuvo que suspender sus transmi-

siones y aprovechar las becas que le habían otorgado para arreglar un nuevo local y retomar el proyecto en 1998. En 2000, los recursos externos se volvieron nuevamente la manzana de la discordia. Esta vez el presidente municipal pidió que se cerrara la emisora con el argumento de que los comunicadores estaban lucrando con la estación. En respuesta, los comunicadores que estaban invirtiendo todos los recursos en la infraestructura sin cobrar nada por su labor comunicativa, propusieron la entrega de un informe financiero. Sin embargo, la asamblea comunitaria que contaba con alrededor de 800 personas suspendió la estación temporalmente y exigió que se llevara a cabo otra investigación sobre los equipos y los materiales producidos (Rojas, 2000).

El problema que enfrentaron los comunicadores de TV Tamix no era solamente convencer a las autoridades y a la asamblea de la importancia de su trabajo sino definir bien la función social de la televisión comunitaria y aclarar la situación jurídica de la misma. Como lo señala Genaro Rojas (2000), miembro y fundador de dicha televisora:

Nosotros no tenemos permiso legal por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, sino que nosotros le pedimos permiso al pueblo. [...] Fue la asamblea que dijo que transmitiéramos. [...] Pero la producción, ¿de quién es? Tú haces una producción y ¿quién tiene el derecho de exhibirla, quién tiene el derecho de poder ofrecer este servicio? Tenemos que volver a hacer una especie de estatuto comunal sobre la materia de radio y televisión, porque en México desgraciadamente la ley que existe es una ley muy obsoleta. No tenía y no tiene considerado las iniciativas de las comunidades, las iniciativas de los pueblos. Es uno de los problemas que estamos enfrentando como estación de radio y televisión.

Otro reto que enfrentaban era cómo mantener un medio independiente de las instituciones patrocinadoras y cómo brindar un servicio a la comunidad sin servir a intereses políticos particulares.²⁹ Desde la perspectiva del comunicador comunitario Genaro Rojas, el hecho de buscar la participación de la gente de la comunidad y fomentar la pluralidad de voces locales, creó tensiones con las autoridades. Al inicio se entrevistó a las autoridades, a los líderes y a los profesionistas de la comunidad, pero poco a poco se dio el micrófono y la palabra a los que nunca se les escuchaba hablar en la asamblea (*Ídem.*). Aparentemente este desafío a las estructuras establecidas de poder en la asamblea no recibió el beneplácito de las personas influyentes en ella.

Para cerrar esta discusión sobre la televisión comunitaria y de acceso público, quiero hacer hincapié en lo que resulta relevante de experiencias como la de TV Tamix: el papel central que tiene el proceso participativo y no así las ganancias, los valores de producción, los programas o el tamaño de la audiencia. Más participación significa la

posibilidad de lograr más emancipación mediática tanto para los productores como los participantes, en el sentido de una paulatina “alfabetización mediática” (*“medialiteracy”*) y una demistificación de los medios y su funcionamiento. Esto puede llevar a un empoderamiento a través de la creciente reflexión y consciencia de sí mismo, de los “Otros”, de la colectividad comunitaria y de la sociedad en general. A su vez la participación en proyectos de televisión comunitaria y la reflexión acerca de las relaciones de poder dentro y fuera de la comunidad, tiende a fomentar la amplia participación en las políticas de base.

CONCLUSIONES

Hemos revisado diferentes formas de difusión televisiva que los productores del video indígena están manejando o a las que aspiran acceder. Estas formas de difusión, de la más amplia a la más circunscrita, tienen sus ventajas y desventajas. Se dirigen a la anonimidad de audiencias nacionales en el caso de la televisión pública o buscan la comunicación con audiencias muy específicas, incluso conocidas personalmente, en el caso de la televisión comunitaria. El público objetivo de las producciones determina de cierta manera sus contenidos y también el formato, la lengua, el lenguaje y la estética que los productores-comunicadores utilizan para transmitirlos. El desear que una producción sea difundida en la televisión obliga además a pensar en los marcos legales e institucionales que esa difusión implica. Para algunos analistas (cfr. Faris, 1992), tal ajuste a formatos televisivos significa el riesgo de firmar un “contrato faustiano” (cfr. la discusión en Ginsburg, 1991), es decir equivale a la cooptación por el sistema capitalista y, para los pueblos indígenas específicamente, la renuncia a formas propias de comunicación.

Con la comparación que he hecho de los casos de Guatemala y Bolivia en términos de indígenas que aspiran a manejar canales de televisión pública, no quiero que se me mal interprete pues para nada he querido afirmar que, en Guatemala, no hay un trabajo de base comunitario importante. Por el contrario, el Movimiento Maya o si quieren mejor decir, los mayas en movimiento, son un actor importantísimo en el escenario político y social guatemalteco, pero por desgracia no son ellos los que están definiendo y controlando, hoy por hoy, el canal indígena de televisión que se está promoviendo.

Con la comparación realizada simplemente quise destacar que, en Bolivia, más de dos décadas³⁰ de trabajo concertado en comunicación audiovisual participativa han permitido a las organizaciones sociales de base indígena crear una infraestructura técnica y una red nacional de comunicadores capaces de incursionar en la gestión de un sistema de radio y televisión indígena. Tal sistema representará la culminación de un proceso colectivo de base en el momento que el gobierno del presidente aymara

Evo Morales finalmente está dispuesto a proveer el espacio, las concesiones legales requeridas y el financiamiento necesario para echar a andar dicho sistema.³¹

Existen múltiples arenas de difusión del video indígena. En este artículo hemos revisado solamente la televisión como una arena específica. Hemos visto cómo el video indígena tiene formas participativas de producción, narrativas poco canónicas y formatos no masivos. Entendido como práctica social, el video indígena forma parte de un movimiento político-cultural para la pluralización de los espacios mediáticos y sociales, y en pro del fomento de medios de comunicación participativa para el cambio social y político. Las aspiraciones que tienen sus protagonistas de promover con dicha herramienta (el video, la televisión) la pluralidad y la democratización abarcan desde los espacios comunitarios hasta los ámbitos nacionales. A nivel local dicho proceso puede estimular la pluralidad y la equidad participativa en la asamblea del pueblo, mientras que a nivel nacional está pugnando por el reconocimiento de la ciudadanía diferenciada, por prácticas más horizontales e interculturales y por la constitución de un Estado social de derecho plurinacional.

NOTAS

- ¹ En el caso de la defensa de los derechos humanos el video se vuelve parte de un trabajo más amplio de concientización en esta materia, por ejemplo: ¿cuáles son mis derechos? ¿cómo los reivindico y antes cuáles instancias? ¿cómo se defienden otras personas en situaciones parecidas, etcétera? El potencial del video para apoyar este trabajo educativo y documental es evidente.
- ² En algunos países todavía existen canales de televisión universitaria que ofrecen programación educativa y cultural.
- ³ Una de las video-cartas más difundidas en América Latina fue producida en la década de 1990 por TV Serrana, proyecto de video comunitario en la Sierra Maestra de Cuba. Niños de 8 a 12 años de edad la enviaron desde su municipio rural de Buey Arriba expresamente para los niños de Guatemala (Gumucio, 2001: 209-211). Quizá TV Serrana inventó el formato que es “una especie de reportaje que captura la realidad y los sueños de la gente, en sus propias palabras; la edición se estructura guiada en cierto modo por las reacciones frente a la cámara” (*Ibid.*: 213). La Asociación para la Comunicación, el Arte y la Cultura (Comunicarte) de Guatemala, que produce video independiente para el rescate de la memoria histórica y la documentación del movimiento popular desde la década de 1990, también realizó una serie de siete video-cartas con niñas y niños de diferentes comunidades mayas.
- ⁴ “Por cuatro mil años la gente en Igloolik [Baffin Island, ártico canadiense] aprendió a través de los cuentos y sin una lengua escrita quiénes somos y de dónde venimos. Luego los mi-

sioneros extranjeros empezaron a enseñar en nuestra lengua inuktitut las Epístolas de San Pablo a mis padres, diciéndoles: '¡Dejan sus antiguas formas de vivir!' En los tiempos actuales el porcentaje de suicidios entre los jóvenes de Igloolik es tremendo. ¿Cuatro mil años de historia oral silenciados en cincuenta años de sacerdotes, escuelas y televisión por cable? Esta muerte de la historia está sucediendo en mi vida, frente a mis ojos. [...] Se me antoja escribir al obispo y pedirle: '¡Deja que mi gente se vaya!'" (Kunuk, s/f). ["*People in Igloolik learned through storytelling who we were and where we came from for 4000 years without a written language. Then foreign missionaries preached Paul's Epistles to my parents in Inuktitut saying, 'Turn away from your old way of life.' These days Igloolik young people are suiciding at a terrible rate. 4000 years of oral history silenced by fifty years of priests, schools and cable TV? This death of history is happening in my lifetime. [...] Lately I want to write to the Bishop and say 'Let my people go!'*"]

- ⁵ Inicialmente, en 1988, *Imparja Television* llegó a un público de 62,000 personas. En 1993, el radio de su audiencia había doblado, pues era de 125,000 personas, lo que significaba también un aumento de patrocinio gubernamental. En 2001, el área de cobertura había crecido hasta incluir más de 430,000 personas receptoras. El lema de la estación que señala de cierta manera su pretensión incluyente, es "Tenemos todo" ("Got It All") (<http://www.imparja.com>).
- ⁶ La sede de la compañía y la estación de donde emite su programación sigue ubicada en Alice Springs, la segunda ciudad más grande del Territorio del Norte de Australia. Emplean ahora más de 50 personas de tiempo completo, en su mayoría gente local (<http://www.imparja.com>).
- ⁷ Según su página web, la filosofía de *Imparja Television* es "promover de manera positiva la cultura y los valores indígenas". La compañía "privada y completamente comercial" se encuentra "totalmente controlada por accionistas indígenas del Territorio del Norte y del Sur de Australia" quienes hasta ahora "nunca han reclamado sus dividendos porque han preferido reinvertir todas las ganancias para el desarrollo de la compañía" (<http://www.imparja.com>, traducción mía). La programación diaria actual empieza a las 5:00 am y termina a la 1:00 am del día siguiente. Estas veinte horas de emisión incluyen tres programas de noticias, uno de tres horas de duración a las 5:30 am que presenta también "entretenimiento, moda, salud, deporte y estilo de vida (*lifestyle*)", y tres de media hora que proporcionan respectivamente noticias locales e internacionales a las 11:00 am, noticias nacionales a las 6:00 pm y noticias nacionales e internacionales a las 12:30 pm. Actualmente hay dos programas dirigidos a un público indígena, cada uno de media hora de duración: el primero para niños a las 8:30 am el cual es presentado por una mujer indígena y Yamba, un títere que representa una hormiga de miel (*honeyant*). El segundo es una serie llamada *Nganampa Anwerenkehne*, que actualmente presenta a "Cheeky Dog" o "El Perro Pícaro", a las 9:00 pm. El resto de la programación de 14.5 horas es principalmente entretenimiento: hay varias series de televisión y *talk shows*, dos programas de cocina o gastronomía y otro programa para niños. También se ofrece un programa de actualidades y un *reality show* sobre médicos en acción en remotas áreas rurales de

- Australia, además de una hora de consejos personalizados para la salud y una vida sana con el “Dr. Phil”. La gran mayoría de la programación sigue estando enfocada hacia un público amplio, anglófono, no especialmente indígena. Las producciones mayoritariamente se realizan en Australia, E.U.A. y Gran Bretaña y la compañía las compra para retransmitirlas.
- ⁸ *Kinoki-lumal*, término compuesto de la palabra rusa *kinoki*, “cine-ojo”, concepto teórico sobre la percepción humana de las imágenes en movimiento creado a inicios del siglo pasado por el documentalista Denis Arkad’evic Kaufman, mejor conocido bajo su pseudónimo, Dziga Vertov, y de la palabra tseltal *lumal*, que significa tierra-territorio-madre, tierra-poblado.
- ⁹ El culto a Maximón parece ser el resultado de un proceso de mestizaje intercultural integrando elementos de la religión católica con una herencia maya (cfr. Pédrón-Colombani, 2001).
- ¹⁰ Al respecto nos dice de manera acertada el comunicólogo boliviano Alfonso Gumucio (2002): “Cuando se acusa a los medios comunitarios de ser aburridos o tediosos se está criticando sobre todo el formato (larguísimas entrevistas, mucha improvisación y poca creatividad), no tanto la naturaleza de los contenidos (salud, educación, promoción de la mujer, derechos humanos, etc). Paradójicamente esos mismos críticos no acusan a los medios comerciales de ser pura forma, pura publicidad y totalmente carentes de contenidos que sirvan a la audiencia. Sobre el papel adormecedor y alienante de los medios masivos ya se ha escrito desde hace 30 años. La paradoja es que ahora cuando esos medios logran con mayor eficacia sus objetivos, los análisis críticos hayan disminuido. ¿Será que la percepción de los medios como legítimos instrumentos comerciales ya se estableció como norma, y que a nadie extraña ahora su posición dominante?”.
- ¹¹ De 1979 a 1998, el canal 5 estuvo a cargo del ejército guatemalteco y luego pasó a ser propiedad de la Presidencia de la República.
- ¹² La Academia de Lenguas Mayas de Guatemala (ALMG) es una organización del Estado que regula el uso, la escritura y la promoción de las lenguas mayenses que existen en dicho país. Otro objetivo de la Academia es promover la cultura maya guatemalteca. La ALMG fue creada legalmente el 18 de octubre de 1990 por el Congreso de Guatemala a través del Decreto N° 65-90: Ley de la Academia de Lenguas Mayas de Guatemala. A ella están incorporadas las siguientes comunidades lingüísticas mayas: Achi’, Akateko, Awakateko, Ch’orti’, Chuj, Itza’, Ixil, Jakalteko, Kaqkchikel, K’iche’, Mam, Mopan, Poqomam, Poqomchi’, Q’anjob’al, Q’eqchi’, Saka-pulteko, Sipakapense, Tektiteko, Tz’utujil, Uspanteko. (página consultada el 20/10/2008)
http://es.wikipedia.org/wiki/Academia_de_Lenguas_Mayas_de_Guatemala
- ¹³ Los directivos de la ALMG aseguran que en 2007, a tres años y medio de preparación para poner en marcha el proyecto cultural y educativo del Canal 5, TV Maya, ellos ya habían invertido cerca de cuatro millones de quetzales solamente en la compra de equipo (González Arrecis, 2007).
- ¹⁴ Según la iniciativa de ley, se les prohibirá a los canales hacer propaganda partidaria, de empresas lucrativas y anunciantes, con finalidades o no de lucro. Además se propone impedirles

ceder espacio o tiempo de aire directamente o a intermediarios (Reynoso, 2008). La paradoja en este caso es la percepción de este canal que tienen los distintos actores involucrados en su posible funcionamiento: como televisión pública en términos de sus contenidos educativos y culturales, como televisión privada en cuanto a su estatus propietario y como televisión comunitaria en términos de la legislación restrictiva que rige su funcionamiento.

¹⁵ Estas son la Confederación de Pueblos Indígenas del Oriente Boliviano (CIDOB) –organización de los pueblos amazónicos (chiquitano, ayoreo, guarayo, guaraní); la Confederación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de Bolivia (CSUTCB) –organización de los aymaras; la Confederación Sindical de Colonizadores de Bolivia (CSCB) –organización de migrantes internos de Bolivia; la Federación Nacional de Mujeres Campesinas, Indígenas Originarias – Bartolina Sisa (F.N.M.C.I.O.B.B.S.) y el Consejo Nacional de Ayllus y Markas del Qollasuyo (CONAMAQ) –organización quechua.

¹⁶ CEFREC nació en 1989 a raíz de la inquietud de un grupo de cineastas y comunicadores bolivianos de producir materiales audiovisuales que representaran la realidad de los pueblos indígenas originarios. Conscientes de las necesidades comunicativas de las comunidades indígenas y comprometidos con la transformación social, el pleno reconocimiento y la vigencia de los derechos de los pueblos indígenas, los integrantes del CEFREC se dedican a la par a la producción audiovisual y a la capacitación de comunicadores comunitarios. El objetivo principal de CEFREC es fomentar la producción propia de los pueblos indígenas originarios, producción que se basa en sus cosmovisiones, culturas y perspectivas. CEFREC es una asociación sin fines de lucro y se entiende como una institución de servicio que pone énfasis en el componente comunicacional de experiencias y espacios organizativos, educativos y culturales que otras instituciones de acción social no cubren, (Saavedra, 2003; CEFREC), en http://plandecomunicacionindigena.org/Portal/index.php?option=com_content&task=view&id=6&Itemid=27, página consultada el 10/10/2008.

En los años 90, cuando CEFREC estaba todavía en búsqueda de una metodología apropiada, varios videoastas mexicanos apoyaron el proceso de capacitación, algunos de ellos formados en el proyecto *Transferencia de Medios Audiovisuales a Comunidades y Organizaciones Indígenas* que echó a andar el Instituto Nacional Indigenista en 1989 (ver Anaya, 1990).

En 1996, comunicadores audiovisuales indígenas originarios de Bolivia fundaron su propia organización de base, la CAIB, para aglutinar a todos los comunicadores que realizan trabajos audiovisuales en acompañamiento a sus pueblos y para responder de manera sistemática y coherente a las necesidades comunicacionales de los pueblos indígenas y originarios del país. La CAIB pretende abrir un espacio de coordinación para fomentar las relaciones interculturales en beneficio del diálogo y trabajo organizativo entre comunicadores/as indígenas originarios/as y en la perspectiva de transformación social y política de Bolivia.

- ¹⁷ Véase Schiwy (2005; 2006) para una discusión de los métodos de producción audiovisual colectiva en el contexto boliviano y el giro hacia la descolonialidad del saber que esas formas de producción socializadas están generando.
- ¹⁸ Palabras expresadas en la mesa “Experiencias de Radio y TV Indígena” que se llevó a cabo en la Paz, Bolivia, el 18 de septiembre del 2008 como parte del programa del VI Encuentro Internacional de Cine y Comunicación de los Pueblos Indígenas, realizado en el marco del IX Festival Internacional de Cine y Video de los Pueblos Indígenas.
- ¹⁹ Para una evaluación crítica del proceso de la Asamblea Constituyente en Bolivia y, particularmente, la elaboración del texto constitucional a ser considerado en un referéndum por todos los bolivianos, véase Paz (2008).
- ²⁰ En los EUA en los años 90 aproximadamente 2.000 comunidades recibieron la señal de canales de acceso público para los cuales se producían más de 20.000 horas de programación original cada semana (Higgins, 1999: 626).
- ²¹ Véase, por ejemplo, la perspectiva de la “guerrilla television” de Michael Shamberg y Raindance Corporation (1971) que Boyle (1997: 30) califica de “tecno radicalismo notorio por la ausencia de análisis político”.
- ²² La Reforma Constitucional de 2001, propone en el Punto VI que para “abatir las carencias y rezagos que afectan a los pueblos y comunidades indígenas, dichas autoridades [federales, estatales y municipales] tienen la obligación de: [...] Extender la red de comunicaciones que permita la integración de las comunidades, mediante la construcción y ampliación de vías de comunicación y telecomunicación. Establecer condiciones para que los pueblos y las comunidades indígenas puedan adquirir, operar y administrar medios de comunicación, en los términos que las leyes de la materia determinen”. Sabemos que se refiere aquí, entre otras, a la Ley Federal de Radio y Televisión que data de 1960 y que hoy diversos sectores de la sociedad siguen presionando para que se modifique después del intento fallido de una reforma que resultó en la llamada “Ley Televisa”. La demanda es “generar un nuevo esquema de posesión de los medios, un modelo social que englobe a los llamados medios populares y comunitarios, que existen o han existido en México y que no se ubican en ninguno de los esquemas de propiedad establecidos por la legislación” (Melgoza, 2005: 4). Eso expresa claramente la reciente Declaración del II Congreso de Comunicación Indígena, formulada el 13 de noviembre del 2008 en la ciudad de México: “Que somos mexicanos y que como tales han sido violentados nuestros derechos a la comunicación e información porque el poder legislativo de México no ha atendido la declaratoria de inconstitucionalidad de varios artículos de la Ley de Radio, Televisión y Telecomunicaciones hecha por la Suprema Corte de Justicia de la Nación para garantizar el derecho a la comunicación e información de los pueblos indígenas de México”.
- ²³ La otra estación de radio y televisión comunitaria que nace en los mismos tiempos y reclama ser la primera estación indígena es la de Guelatao, también en Oaxaca (Rojas, 2000).

- ²⁴ IMEVISIÓN, un proyecto del Estado, iba a crear una red de retransmisión rural. En 1980 fue privatizado y comprado por TV Azteca, una de las dos redes televisivas comerciales más grandes de México. Por ello la frecuencia del transmisor se encuentra fijada en la del Canal 12 de TV Azteca (Rojas, 2000; Wortham, 2005: 40).
- ²⁵ “Desde 1998, el *tequio* es, además, reconocido legalmente por la constitución del Estado de Oaxaca. Un comunero que no asiste al *tequio* es multado o se le encierra un día en la cárcel local” (Wortham, 2005: 44). El problema era que mientras la gente daba su *tequio* de trabajo pesado, por ejemplo, en la construcción de mojoneras en la frontera con otro municipio, los comunicadores sólo documentaban el proceso en video. Por eso no se aceptó que el trabajo de comunicación era también *tequio*. Se comentó: “¡No pues, estos no trabajaron, nada más estuvieron grabando!” (Rojas, 2000).
- ²⁶ “El espejo electrónico se refiere al video como una tecnología que representa o reproduce la realidad al igual que un espejo en la mano o sobre un muro, de manera inmediata y transparente. [...] La realidad que refleja es opuesta al mundo de mentiras representadas en los medios de comunicación masiva comercial, un mundo donde la gente indígena no se ve reflejada” (Wortham, 2005: 38). Para una discusión crítica de este concepto, ver Wortham (2005: 35-39, 45).
- ²⁷ Una beca la otorgó el Fondo Estatal para la Cultura y las Artes (FOESCA) y otra las fundaciones MacArthur y Rockefeller.
- ²⁸ Genaro Rojas, uno de los fundadores de TV Tamix, tiene una explicación más allá del problema con los recursos y recalca la necesidad de hacer un trabajo comunicativo independiente: “No podíamos trabajar con tanta libertad, o sea, más bien que parecíamos como un vocero del municipio. Entonces la gente se confundía, preguntándose ¿por fin, en donde están ellos? O sea, como medio, ¿éramos integrantes del municipio o cuál era nuestra función? Vimos que por el simple hecho de estar ocupando las instalaciones del municipio, la gente empezaba a ver mal este proyecto” (Rojas, 2000).
- ²⁹ “Como el INI nos ha dado equipos y financiamientos, la gente piensa que nosotros estamos sirviendo al INI o que somos una institución a beneficio de alguien, que lo que estamos haciendo no es para la comunidad sino para una institución” (Rojas, 2000).
- ³⁰ De las experiencias previas en comunicación cuyos resultados han dejado huella en el *Plan Nacional Indígena Originario de Comunicación Audiovisual* y luego en la *Estrategia Nacional de Comunicación* cabe mencionar las radios educativas populares que nacieron en Colombia y Bolivia en la década de 1940. En una primera etapa se conocieron como “escuelas radiofónicas”, pues el medio se usaba como una herramienta de difusión de contenidos educativos a distancia para adultos, específicamente para alfabetización. El modelo tuvo éxito y a finales de los años 60 había más de 500 radio escuelas latinoamericanas (Melgoza, 2005: 88-89). Otra experiencia popular y participativa que no ha contado con apoyos gubernamentales es la de las radios mineras de Bolivia las cuales surgieron hace 60 años y se encuentran quizá entre las

más antiguas del mundo (véase Gumucio, 2001: 47-52). “Las radios mineras [...] han escrito páginas importantes en la historia de las luchas contra las dictaduras, y han sido un ejemplo paradigmático de participación popular” (Gumucio, 2007b).

³¹ Una propuesta para recaudar fondos para la producción boliviana es cobrar impuestos a todos los productos mediáticos extranjeros que hasta ahora ingresan al país totalmente libres de impuestos. Se calcula que de esta manera se podrían recaudar hasta US \$12 millones por año. Dicha propuesta fue expuesta por Milton Guzmán (CEFREC y Movimiento de Nuevo Cine y Video Boliviano-MNCVB) en la mesa “La legislación y el audiovisual en Bolivia” que se llevó a cabo en La Paz, Bolivia, el 19 de septiembre del 2008 como parte del programa del VI Encuentro Internacional de Cine y Comunicación de los Pueblos Indígenas, celebrado en el marco del IX Festival Internacional de Cine y Video de los Pueblos Indígenas.

BIBLIOGRAFÍA

- Anaya, Graciela, (ed.), 1990, *Hacia un video indio*, INI Cuadernos, núm. 2, Archivo etnográfico audiovisual, Instituto Nacional Indigenista, México.
- Asamblea Constituyente de Bolivia, 2008, *Nueva Constitución Política del Estado Boliviano*, Congreso Nacional, Bolivia.
- Boyle, Deirdre, 1997, *Subject to change: Guerrilla television revisited*, Oxford University Press, Nueva York.
- CIDOB, CSUTCB, CSCB, CONAMAQ, F.N.M.C.I.O.B.B.S, CEFREC y CAIB, S/f, *Bolivia. Plan Nacional Indígena Originario de Comunicación Audiovisual*, Documento Powerpoint.
- Faris, James C., 1992, “Anthropological Transparency: Film, Representation and Politics”, en: Peter Ian Crawford y David Turton (eds.) *Film as Ethnography*, University of Manchester Press, Manchester, pp. 171-182.
- Feek, Warren, 2006, *The Communication and Media for Development Manifesto*, The Communication Initiative: The Drum Beat 363 http://www.comminit.com/drum_beat_363.html, página consultada el 08/09/2006).
- Ginsburg, Faye, 1991, “Indigenous Media: Faustian Contract or Global Village?” en *Cultural Anthropology* 6 (1), pp. 92-112.
- González Arrecis, Francisco, 2007, “Canales 5 y 9, la TV perdida”, en *Prensa Libre*, 23 de julio del 2007, Ciudad de Guatemala. <http://www.prensalibre.com/pl/2007/julio/23/177863.html>, página consultada el 05/08/2008).
- Gumucio Dagron, Alfonso, 2001, *Haciendo Olas: Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social*, The Rockefeller Foundation, Nueva York.
- Gumucio Dagron, Alfonso, 2002, “El iceberg de la comunicación: la experiencia escondida”, Ponencia dada en el Congreso Internacional de Promoción y Comunicación en Salud, cele-

- brado del 4 al 6 de diciembre en Medellín, Colombia. <http://www.infoamerica.org/articulos/textospropios/gumucio4.htm>, página consultada el 20/08/2008.
- Gumucio Dagron, Alfonso, 2007a, "Televisión Comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: palpito". <http://www.infoamerica.org/articulos/textospropios/gumucio3.htm>, página consultada el 01/08/2008.
- Gumucio Dagron, Alfonso. 2007b, "Bolivia en el proceso de cambio social. Participación y comunicación: pilares de la democracia", ALAI, América Latina en *Movimiento*, núm. 421, <http://alainet.org/active/18021&lang=es>, página consultada el 19/08/2008.
- Guzmán Girona, Milton y Manuel Lonkopan, 2008, "Entrevista a cineasta boliviano Milton Guzmán Girona del CEFREC", realizada por Manuel Lonkopan el 13 de agosto del 2008 en el Chaco, Argentina. <http://argentina.indymedia.org/news/2008/08/620438.php>, página consultada el 05/10/2008).
- Higgins, John W., 1999, "Community television and the vision of media literacy, social action, and empowerment", en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, núm. 43 (4), Washington, pp. 624-644.
- Kunuk, Zacharias, S/f, "The Art of Inuit Storytelling". http://www.isuma.ca/about_us/isuma/our_style/kunuk.htm, página consultada el 22/01/2004.
- Melgoza García, Verónica, 2005, *Comunicación Indígena en Chiapas. Del Congreso Indígena de 1974 a los comunicadores de Melel Xojobal de 2004, Un estudio de caso*, Tesis de Maestría en Antropología Social, CIESAS-Sureste, Chiapas, México.
- Mignolo, Walter D. 2006, "La colonialidad del ser y del saber", en Walter D. Mignolo, Freya Schiwy & Nelson Maldonado Torres, *Cuadernillo núm. 1, (Des)Colonialidad del ser y del saber (videos indígenas y los límites coloniales de la izquierda) en Bolivia*, Ediciones del Signo, Buenos Aires, pp. 25-30.
- Paz Patiño, Sarela, 2008, "Una mirada retrospectiva sobre la Asamblea Constituyente en Bolivia". <http://constituyentesoberana.org/3/destacados/oct2007/mirada-retropectiva-ac-sarela-paz.pdf>, página consultada el 12/11/2008.
- Pédron-Colombani, Sylvie, 2001, "Pentecôtisme et diversification religieuse au Guatemala", en *Socio-Anthropologie*, núm. 10, *Religiosités contemporaines*. <http://socioanthropologie.revues.org/document156.html>, página consultada el 15/07/2008.
- Reforma constitucional sobre derechos y cultura indígena, Aprobada por el Congreso de la Unión el 26 de abril de 2001, LVIII Legislatura, <http://www.cddhcu.gob.mx/servddd>, página consultada el 29/03/2003.
- Reynoso, Conié, 2008, "Alerta sobre iniciativa que lesiona proyectos mayas", en *Prensa Libre*, 16 de octubre del 2008, ciudad de Guatemala. <http://www.prensalibre.com.gt/pl/2008/octubre/16/270201.html>, página consultada el 17/10/2008.
- Rojas Ramírez, Genaro, 2000, "TV Tamix - Televisión Comunitaria Indígena en Oaxaca", Cátedra impartida el 17 de noviembre del 2000 en el Diplomado en Antropología Visual, Cine

- y Medios de Comunicación, convocado por el CIESAS-Sureste y el CESMECA-UNICA-CH, San Cristóbal de Las Casas, Chiapas.
- Saavedra Montaña, Wara J., 2003, "Presentación Experiencia Proyecto Educativo: Centro de Formación y Realización Cinematográfica – CEFREC", Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, 7 páginas. kane.uab.es/mediacom/html/Laboratorio_ideas/ExpWara.doc, página consultada el 20/10/2008.
- Sanjinés Saavedra, Iván, 2004, "Medios de comunicación, espacios de reflexión y acción", en *Pueblos. Revista de Información y Debate*, España. <http://www.revistapueblos.org/spip.php?article1215>, página consultada el 20/10/2008.
- Schiwy, Freya, 2005, "La otra mirada. Video indígena y descolonización". <http://www.miradas.eictv.co.cu>, página consultada el 04/12/2005.
- Schiwy, Freya, 2006, "Descolonizando el encuadre: Video indígena en los Andes", en: Walter D. Mignolo, Freya Schiwy & Nelson Maldonado Torres, *(Des)Colonialidad del ser y del saber (videos indígenas y los límites coloniales de la izquierda) en Bolivia, Cuadernillo núm.1*, Ediciones del Signo, Buenos Aires, pp. 31-61.
- II Congreso de Comunicación Indígena, 2008, *Declaración del II Congreso de Comunicación Indígena*, 12 y 13 de Noviembre, México, D.F.
- Shamberg, Michael & Raindance Corporation, 1971, *Guerrilla television*, Holt, Rinehart & Winston, Nueva York.
- Wortham, Erica Cusi, 2005, "Más allá de la hibridad: Los medios televisivos y la producción de identidades indígenas en Oaxaca, México", en *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, año 3, vol. 3 (2), pp. 34-47.