

# LÓGICAS CULTURALES DE LA COMUNICACIÓN INDÍGENA EN AMÉRICA LATINA: UNA INTRODUCCIÓN

GEMMA OROBITG  
(*Universitat de Barcelona*)

Este libro investiga las prácticas indígenas en torno a las tecnologías de comunicación desde una perspectiva etnográfica y comparativa. El análisis de los sentidos y usos efectivos de los medios tecnológicos se realiza tomando en consideración las especificidades de cada entorno cultural. En otras palabras, cada uno de los capítulos surge de observar y analizar la realidad de la comunicación indígena en el marco de estudios etnográficos que los autores realizan desde hace tiempo en las áreas representadas en el libro. El conjunto de estas investigaciones recoge la diversidad indígena latinoamericana: Andes, Mesoamérica y tierras bajas sudamericanas. El libro implica pues, en primer lugar, un esfuerzo por mostrar la pluralidad de las experiencias de la comunicación indígena en América Latina, y, en segundo lugar, supone un ejercicio de conceptualización de ese abanico de formas de comunicación<sup>1</sup>.

El título del libro, *Medios indígenas*, refleja una orientación analítica centrada en los medios, que toma en consideración las propiedades físicas, sensoriales y tecnológicas, en particular, de la radio, el vídeo, las redes sociales y los *mass media*. Cada uno de los capítulos investiga las formas diversas en que estas tecnologías son incorporadas por

- 
1. Los capítulos forman parte de los resultados de un programa de estudios de larga duración que, con el título de “Medios indígenas”, reúne a investigadores de varias universidades españolas, así como de universidades latinoamericanas y europeas. Este programa de estudios se ha organizado principalmente alrededor de dos proyectos de investigación I+D correlativos, financiados por el Ministerio de Ciencia, Innovación e Universidades del Gobierno de España: “Pueblos indígenas, medios de comunicación y significados del conflicto en América Latina (2016-2018)”, “Comunicación indígena y patrimonio cultural en América Latina: conservación, revitalización, creatividad” (2019-2021).

las poblaciones indígenas atendiendo a las características del medio en términos de oralidad o visualidad. Esta materialidad de la comunicación resulta importante para entender los ámbitos culturales y sociales sobre los que los medios indígenas actúan eficazmente como mediaciones activas. En otras palabras, las características tecnológicas de los medios no son neutras. Cada medio impone unas particulares relaciones al cuerpo y a la percepción, al tiempo y al espacio (Ginsburg, Abu-Luhob y Larkin, 2020: 19; Williams, 1996). Por un lado, por el tipo de expresión que cada medio activa: oral, visual o una combinación de ellas. Por otro lado, porque las condiciones sociales de producción y de recepción influyen en los sentidos y alcance del mensaje, es decir, actúan —de acuerdo con Tsivian (1994) y como muestran otros estudios (Larkin, 2002; Spitulnik, 1999, 2002)— como “interferencia semiótica”.

El subtítulo del libro, *Teorías y experiencias de la comunicación indígena en América Latina*, se refiere al hecho de que los usos y sentidos de una misma tecnología de comunicación se transforman, a lo largo del tiempo, incluso en un mismo contexto (Williams, 1996). A partir de nuestro interés por esta heterogeneidad<sup>2</sup>, proponemos un

- 
2. A este respecto, ha resultado revelador el análisis comparativo que hemos avanzado sobre el desarrollo de la radiodifusión indígena en Guatemala, Bolivia, Argentina y México (Orobitg *et al.*, 2021). En Guatemala, por ejemplo, la radio, introducida en la década de 1960 por la Iglesia católica como instrumento de evangelización, deviene, en los ochenta, un medio para apoyar las actividades locales, para finalmente consolidarse, en el siguiente decenio, como una plataforma de lucha política. En el caso de Bolivia, el mapeo actual de las radios comunitarias indígenas refleja la historia política del país. En el norte, las radios mineras tienen su origen en el movimiento sindical de la década de 1950; en el sur, las radios, en quechua y en aymara, se implementan en los setenta, con el apoyo de la Iglesia católica, para responder a necesidades educativas locales y acabarán constituyéndose también como plataformas de formación de liderazgos políticos. En fin, el centenar de radios que conforman la Red Nacional de Pueblos Originarios de Bolivia, creada en el año 2006, son el resultado de la estrategia política de Evo Morales, que busca el apoyo de las organizaciones indígenas, campesinas y mineras, que son las propietarias de estos medios. En Argentina, en la Quebrada de Humahuaca, la actual radiodifusión indígena tiene también un elevado contenido político y reivindicativo, en este caso reforzando procesos de etnogénesis. A través de una práctica de la radiodifusión focalizada en las demandas políticas y culturales, se consigue crear una identidad indígena diferenciada de las comunidades campesinas, cuyas radios tienen como discurso central la consolidación de la comunidad local. Finalmente, en Chiapas, si bien la transferencia de la radio a las poblaciones indígenas por parte del Instituto Nacional Indigenista (1979) la situaba en la órbita

análisis de los medios indígenas en el que sus propiedades tecnológicas, sus usos sociales y las ideas culturales sobre la naturaleza de la comunicación se encuentran mutuamente implicadas.

Los casos etnográficos presentados en este libro muestran cómo las formas en que un determinado medio tecnológico es practicado lo acaban definiendo. Asimismo, estos estudios revelan el modo en que, en el mismo ejercicio mediático, se va definiendo de qué trata la comunicación y cuáles son sus objetivos. En esta perspectiva, constatamos que la radiodifusión es experimentada como un medio representativo de la cultura indígena. En contraste, la prensa, la televisión, incluso el vídeo, son considerados como tecnologías de comunicación ajenas a la cultura, eventualmente, empleadas como formas estratégicas de comunicación con el mundo no indígena. Efectivamente, el ejercicio indígena de la radiodifusión da cuenta de cómo una tecnología adquiere un estatuto de valor cultural. ¿Cómo entender esta singularización de cada medio a partir de su práctica? ¿Qué ideas culturales sobre la comunicación subyacen a las formas de practicar los medios tecnológicos? Y también, ¿cómo las tecnologías acaban constituyendo las nociones indígenas sobre la comunicación? ¿En qué medida los usos indígenas de las tecnologías transforman los sentidos de la comunicación?

En los siguientes apartados se presentan las prácticas indígenas de las tecnologías de comunicación incidiendo en aquellos medios que hemos identificado en el mapeo de los entornos mediáticos de cada uno de los contextos en los que estamos trabajando<sup>3</sup>. Estos entornos mediáticos se caracterizan, en general, por la coexistencia de distintos medios tecnológicos. A este respecto, las etnografías que se presentan en el libro desvelan, por un lado, que en cada contexto hay un medio predominante; es decir, que se identifica más claramente con la comunidad y con los objetivos de la comunicación. Mayoritariamente es la radio, aunque, en algunos casos, el vídeo y las redes sociales pueden ocupar este lugar. Esto depende, en parte, de las políticas de transferencia tecnológica, las leyes de comunicación, las posibilidades económicas y otros factores

---

del control político gubernamental, las emisoras indígenas que proliferan actualmente son muy locales e implicadas en la vida social y cultural de la comunidad, lo que no excluye que traten de tener una mayor difusión.

3. Para una mayor información sobre estos entornos mediáticos, se puede consultar, en la web del proyecto, <mediosindigenas.ub.edu>, el apartado “Medios indígenas en acción”.

políticos. Por otro lado, los estudios de caso reunidos en este libro descubren que los distintos medios coexisten dinamizando redes de relaciones que configuran nuevas comunidades, desde las más locales a las más planetarias. Como hemos podido desarrollar en otro texto, una de las características de la comunicación indígena, según exponen hoy sus comunicadores, es reforzar y transformar las comunidades, pero también ir más allá de sus fronteras para influir en el presente y el futuro del planeta a partir de las teorías indígenas sobre la organización y el funcionamiento del cosmos (Orobitg *et al.*, 2021). Esta comunicación, que es comunitaria pero cuyo objetivo es trascender la comunidad para conectarla con una diversidad de actores sociales y políticos, utiliza sobre todo dos lenguajes: la palabra y la imagen. En este sentido, la estructura de esta introducción toma en consideración la relación de cada medio con el uso de cada uno de estos lenguajes o su combinación: 1) medios orales, específicamente la radio, 2) medios audiovisuales, el vídeo, 3) medios híbridos, las redes sociales y, 4) la televisión. La televisión cierra la presentación porque el uso indígena de este medio no es proactivo. Hay interés por la televisión, pero en la medida en que representa una forma de acercarse al conocimiento de la moralidad y del funcionamiento del mundo no indígena. Con relación a los otros medios directamente practicados por los pueblos indígenas —específicamente, la radio, el vídeo y las redes sociales—, la oralidad se presenta invariablemente como la lógica que estructura toda la comunicación amerindia. Esto es, la lógica de la oralidad es la que orienta los usos indígenas de las tecnologías de comunicación. Analizar los medios indígenas sin reducirlos a nuestras ideas sobre la comunicación, pasa por tomar en consideración el valor y el estatuto de la palabra en estas culturas.

#### LA RADIO: RELACIONAR, ACCIONAR COMUNIDADES Y REINVENTAR LA SOCIEDAD CON LA PALABRA

De entre todas las tecnologías de comunicación, la radio, es el medio indígena por excelencia. Como ya ha sido señalado, la radiodifusión es reivindicada como la forma de comunicación más indígena en contraste con el vídeo indígena —a pesar de las recientes transformaciones en sus usos sociales (Gómez Ruiz, capítulo 6 e Izard, capítulo 7)—, que se considera una forma de comunicación más característica de los no

indígenas y, aún en mayor grado, la televisión (Tobar y Rodríguez, capítulo 12). En efecto, señalan Mònica Martínez Mauri y Anelio Merry López (capítulo 1), debido a su gran capacidad de mediación y a su plasticidad tecnológica que le ha permitido adaptarse a la era digital, la radio es el medio tecnológico más reivindicado por las organizaciones indígenas. ¿Cómo se explica esta percepción indígena de la radio como un medio tecnológico acorde con sus ideas sobre la comunicación? ¿Qué valor debemos dar, en el estudio de la comunicación indígena a circunstancias como las observadas en algunas comunidades de los Altos de Chiapas donde la inauguración de una radio se acompaña de un ritual religioso que involucra la participación de toda la comunidad en el medio? En este mismo contexto, ¿cómo se explica que las radios se disputen las frecuencias y que cada comunidad o facción busque tener su propia emisora? (Pitarch, capítulo 2). Igualmente, ¿qué revela sobre la comunicación indígena, el hecho de que, en Bolivia, el oficio de comunicador haya sido incorporado al sistema de cargos políticos? (Muñoz Morán, capítulo 3). Siguiendo en Bolivia, ¿cómo analizar el hecho de que sea a través de su desempeño como comunicadoras, que las mujeres se han incorporado al sistema de cargos políticos, hasta muy recientemente exclusivo de los hombres? (Pérez Galán, capítulo 4). O finalmente, recuperando un caso que hemos podido presentar en otra publicación, ¿qué consideración merece la observación de que, en Guatemala, la radio es percibida como un valor patrimonial que debe ser escuchado colectivamente? (Orobitg *et al.*, 2021).

Los capítulos del libro dedicados a la radio coinciden en situar en el centro del análisis el estatuto y el valor de la “palabra” en las culturas indígenas. En efecto, entre los gunas de la península de Gunayala en Panamá (Martínez Mauri y Merry López, capítulo 1), entre los pueblos mayas de los Altos de Chiapas en México (Pitarch, capítulo 2), o entre las comunidades campesinas quechuas del sur de Bolivia (Muñoz Morán, capítulo 3), la palabra —y por extensión, la voz y la oralidad— tiene una dimensión ontológica activa, es decir, posee un efecto social transformador de las comunidades involucradas en el medio. Se trata de una consideración que puede extenderse, en general, al análisis de la radiodifusión indígena. Cada capítulo del libro desarrolla esta idea de una manera particular.

La cuestión previa analizada en los capítulos consiste en definir cómo es esta “palabra” que es transmitida a través de la radio. En el

capítulo 1 (Martínez Mauri y Merry López), que habla sobre la radiodifusión entre los gunas, los autores afirman que las particularidades de la oralidad que se desarrolla en la radio le confieren, indiscutiblemente, una identidad indígena. En el caso de los gunas, como en las radios indígenas de los Altos de Chiapas (Pitarch, capítulo 2) o en las de Bolivia (Muñoz Morán, capítulo 3 y Pérez Galán, capítulo 4), la oralidad radiofónica incluye variados géneros verbales bien arraigados en la tradición indígena — mitos, historias, discursos políticos, cantos y también la música, especialmente la que expresa emociones que no se exteriorizan abiertamente en la cotidianidad como el amor, la tristeza, el despecho, etc.—. Igualmente, todas estas formas de oratoria radiofónicas reproducen una estética verbal indígena fácilmente identificable por los oyentes. Ambos, géneros y estéticas verbales, constituyen la base sobre la que se producen nuevos géneros de lenguaje vinculados a las nuevas comunidades que se constituyen a partir de las prácticas mediáticas. Se trata, como señalan algunos autores (Pitarch, capítulo 2; Bessier, 2012), de una palabra altamente moral, incluso moralizadora (Martínez Mauri y López, capítulo 1), y con un fuerte contenido emocional. Efectivamente, desde el punto de vista indígena, la radio es, en general, una nueva tecnología al servicio de las lógicas tradicionales del discurso y de la comunicación que, al mismo tiempo, aporta cambios importantes a la vida indígena (Martínez Mauri y Merry López, capítulo 1; Pitarch, capítulo 2; Muñoz Morán, capítulo 3).

Así pues, otra de las cuestiones tratadas en los capítulos, es cómo y en qué medida la radio reproduce las formas canónicas de la comunicación indígena. Es significativo el consenso de las aportaciones del libro en constatar que la tecnología radiofónica permite replicar los estilos tradicionales de interacción social, así como actualizar la normatividad, metafísica y protocolaria, que rige estas interacciones. Por un lado, la fórmula de la radio permite la participación de los oyentes, locales o externos, es decir, asegura un intercambio verbal dialógico, en el que cualquier individuo actúa, al mismo tiempo, como emisor y receptor. En este sentido, lo central es la comunidad que se constituye vinculada a la radio. Por otro lado, la radiodifusión ofrece la posibilidad tanto de seguir acontecimientos que suceden en lugares lejanos, como de expandir la “palabra” indígena más allá de las comunidades locales. Dicho de otro modo, la radio indígena permite un dialogismo que desafía las coordenadas de espacio y, en cierta medida, de tiempo.

Es en este sentido que puede hablarse de comunidades que se expanden o nuevas comunidades efectivas que emergen a partir de la práctica de la radiodifusión.

En efecto, en las etnografías que conforman este libro, la radiodifusión queda caracterizada como una eficaz estrategia de “puesta en relación” a distintos niveles —familiar, comunitario, nacional, internacional o planetario—. Estas relaciones accionadas por la radio conforman, y a menudo transforman, la sociabilidad indígena a estos distintos niveles. Las demandas indígenas frente a los Estados y a los organismos internacionales por el derecho a una “comunicación propia” se articulan entorno a esta idea de las tecnologías de comunicación como herramientas tanto para optimizar redes de interacción —desde el ámbito comunitario hasta un nivel planetario—, como para potenciar la reinención social que se vincula al ejercicio de la comunicación.

La etnografía sobre Radio ACLO (Muñoz Morán, capítulo 3), un grupo de emisoras dirigidas a la población campesina del sur de Bolivia, que emiten en lengua quechua, da cuenta de la imbricación entre la “palabra” radiofónica, la idea de la “puesta en relación” efectiva y de transformación social. En particular, los comunicadores populares, que deben elaborar y hacer llegar a la radio las noticias desde sus comunidades, son escogidos por el colectivo atendiendo a sus dotes de oratoria y a su capacidad de saber estar; es decir, a sus habilidades sociales para relacionar la comunidad con distintos actores sociales y políticos indígenas y no indígenas. Se trata de las mismas cualidades que se valoran para ejercer cualquier liderazgo político. No es extraño, descubre Óscar Muñoz Morán (capítulo 3), que ser comunicador se haya incorporado al sistema de cargos políticos, como primer escalafón para ocupar, posteriormente, responsabilidades políticas en el ámbito comunitario, municipal, regional o nacional.

Igualmente, siguiendo en Bolivia, Beatriz Pérez Galán (capítulo 4) presenta los testimonios de vida de dieciocho mujeres indígenas, comunicadoras profesionales y reporteras populares, que ponen también en relación la comunicación, simultáneamente, con la tradicional lógica de la oralidad y con las transformaciones sociales. Estas mujeres explican cómo a partir del ejercicio de la palabra a través de las ondas radiofónicas, han cambiado su vida personal, así como han podido influir sobre las inercias estructurales de desigualdad, sumisión y vio-

lencia que rigen las relaciones de género en sus comunidades. Las mismas comunicadoras explican que su interés por hablar en la radio no es económico — muchas tienen otra actividad que les permite subsistir, a ellas y a sus familias —, sino que tiene que ver con el prestigio que esto implica. Efectivamente, la mayoría no recibe remuneración — o es escasa y variable — para su desempeño como reporteras populares o comunicadoras profesionales, pero tienen el reconocimiento de sus comunidades. Si bien inicialmente mucha gente había visto con malos ojos su dedicación a la radio por lo que supone de cierto abandono de las actividades femeninas habituales de cuidado del entorno familiar; finalmente, a través de la comunicación, han entrado a formar parte del sistema de cargos políticos en el que tradicionalmente solo participan los hombres — aún sigue siendo así entre las poblaciones quechuas campesinas del sur de Bolivia (Muñoz Morán, capítulo 3) —. Para estas mujeres se trata de una ritualización y un reconocimiento comunitario de su labor como comunicadoras que es muy importante — el equipo de las reporteras populares formado por el chaleco, la credencial y la grabadora o el celular tiene este fuerte valor simbólico —. Como resultado de este reconocimiento público, reporteras populares y comunicadoras ven facilitado su acceso a los lugares y a las personas para las entrevistas y se sienten legitimadas en su labor frente a otros profesionales — no indígenas, hombres indígenas y locutoras cholas de los medios masivos —. Igualmente, su labor en la radio les ha permitido acceder a cargos políticos electos, restringidos al ámbito de liderazgos comunitarios para las reporteras populares, y de representación política regional, nacional e incluso internacional para las comunicadoras indígenas profesionales.

Por su parte, el capítulo sobre las radios indígenas en el noroeste argentino (Gil García, capítulo 5), el dedicado a la radiodifusión guna (Martínez y López, capítulo 1) y el que analiza la experiencia con la radio de las comunidades mayas de Chiapas (Pitarch, capítulo 2) discuten, entre otros aspectos, la naturaleza de la relacionalidad que caracteriza, en general, la comunicación indígena. Se trata de una particularidad, la “puesta en relación”, que en la radio encuentra su máxima expresión debido su inmediatez y ubicuidad. La idea subyacente en los capítulos del libro dedicados a la radio es que el amplio rango de relacionalidad que permite la radio, se compone estratégicamente a partir de unos intereses indígenas que se van concretando en



el mismo ejercicio de la comunicación. Esto podría explicar las variaciones históricas del alcance y los usos sociales de las radios indígenas en América Latina, de las inversiones en tecnologías por parte de las mismas comunidades y, en general, de la heterogeneidad de la comunicación amerindia. El panorama que dibujan los casos de estudio que se presentan en el libro, se caracteriza por un énfasis de la radiodifusión por activar y actualizar la relación con la alteridad más externa y conformar una comunidad de oyentes-oradores caracterizada por su diversidad. En algunos casos, como el que presentamos a continuación de algunas radios indígenas en Argentina, esta diversidad es abiertamente presentada por los comunicadores como la característica que identifica a la radio indígena.

De hecho, en el caso de las radios indígenas de las comunidades de la Quebrada de Humahuaca y la Puna de Jujuy, en el noroeste argentino, Francisco Miguel Gil García (capítulo 5) describe la forma en que la radio tiene un lugar central en la expresión de los conflictos entre las poblaciones indígenas y otras poblaciones locales que también tienen sus propias radios. En este entorno, radios indígenas y radios comunitarias —que la Ley argentina de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009 reúne bajo la misma categoría— buscan diferenciarse en su relato y en su forma de pensar la comunicación en relación con la comunidad, contrastándose, y manteniendo un conflicto abierto por las frecuencias y por el reconocimiento legal y social. En este contexto argentino, en donde, desde las últimas décadas del siglo xx, se han desarrollado procesos de etnogénesis comunitaria indígenas y no indígenas, la radio, explica Gil García, contribuye a crear narraciones contrapuestas a las hegemónicas, a imaginar realidades sociales alternativas, a inventar comunidades e incluso culturas. En particular, las radios indígenas, en contraste con las comunitarias que se autodefinen como muy locales, aspiran a ampliar sus redes de relaciones más allá de la comunidad local para dar a conocer sus intereses y sus demandas como pueblos indígenas. También porque la identidad indígena no es formulada, en este caso, en términos de cultura local, sino de experiencia histórica compartida de colonización y dominación con los pueblos amerindios todo el continente. Desbordar o expandir la comunidad es una característica de la comunicación indígena que descubrimos en todos los contextos en los que estamos trabajando, que define, al mismo tiempo, su lógica y su estrategia política.

Para los gunas, explican Mònica Martínez Mauri y Anelio Merry López (capítulo 1), la “palabra” es el medio por excelencia para comunicar y para actuar sobre el mundo, no solo el de los gunas, sino también, en general, el de los *wagas* (panameños hispanohablantes) e, incluso, más allá de las fronteras del país. Es quizás por ello que el Congreso General Guna y otras organizaciones del pueblo guna se aplican en conseguir espacios radiofónicos propios en medios públicos y en emisoras privadas nacionales de amplia difusión. Desde las últimas décadas del siglo xx, la comunicación guna ha ocupado estos espacios en los medios masivos, a los que ha invitado también a otros pueblos indígenas. Se trata, además, de una estrategia para desterritorializar la radio, para mantener los vínculos con la población guna migrante y quizás también para establecer vínculos —incluso desde la confrontación— con otros colectivos. Empero, hasta hoy, los gunas no han conseguido establecer una emisora propia, por razones legales, pero también porque no se ha alcanzado el suficiente consenso interno. Lo que se ha impuesto para favorecer una mayor gobernanza interna es la retransmisión en onda corta y en *streaming* de las reuniones del Congreso General de Gunayala. En resumen, la radio guna representa otro ejemplo original de la radiodifusión como práctica para ocupar nuevos espacios de influencia incorporando nuevas audiencias a la comunidad de la radio e igualmente, por descontado, para imponer un discurso propio de lo que significa ser indígena en el contexto del mundo globalizado.

Por su parte, en las lenguas mayas, el término *ko’p* significa “palabra”, pero cubre un campo semántico más amplio que incluye las ideas de discurso, situación, intercambio, conflicto y guerra. Esta continuidad de sentidos, explica Pedro Pitarch (capítulo 2), ayuda a entender el uso indígena de la radio como una actividad que implica simultáneamente el intercambio verbal y el conflicto abierto. Hasta el punto, afirma el autor, que puede afirmarse que comunicar es, al mismo tiempo, hablar y pelear. La constatada disputa de las radios por ocupar las frecuencias o el hecho de que cualquier iniciativa social y política desarrolle su propia radio debe entenderse dentro de esta lógica del funcionamiento público de la palabra cuyo objetivo es expandir la comunidad. En fin, la hipótesis es que la radio indígena produce nuevos tipos de comunidades basadas en un nuevo lenguaje emocional que identifica al colectivo emergente.

La radio permite reproducir, al mismo tiempo que desbordar, la lógica de la oralidad que está en el centro de las ideas indígenas sobre qué es la comunicación y cuáles son sus finalidades. La palabra —y así pues los medios basados en ella— no solo conecta a los sujetos —cercaños y distantes, conocidos y desconocidos—, sino que activa nuevas comunidades que refuerzan e incluso transforman la vida social —comunitaria y más allá de la comunidad—. Los capítulos del libro dedicados a la radio desarrollan con detalle estos argumentos. Las aportaciones sobre el vídeo indígena que presento a continuación abundan en la caracterización de esta lógica amerindia de la oralidad. Si, por un lado, los propios realizadores hablan del vídeo como de una tecnología importada que han incorporado para comunicar estratégicamente con el mundo no indígena, por otro, la experiencia del vídeo indígena, desde su producción a su visionado, aporta nuevos matices en lo referente al lugar de la oralidad y a su relación con la imagen.

#### EL VÍDEO INDÍGENA: ESCUCHAR PARA ACTUAR CON LA PALABRA Y FIJAR LA MEMORIA CON LA IMAGEN

Los capítulos dedicados al vídeo indígena tienen la originalidad de articular el análisis de las circunstancias de la formación de sus realizadores, así como los procesos de producción audiovisual y de sus contenidos, con el estudio de los circuitos de circulación y de recepción de las películas por parte de públicos tanto indígenas como no indígenas. Esta aproximación amplia al audiovisual indígena aporta pistas suplementarias para profundizar en el carácter experimental y en la heterogeneidad de la comunicación indígena. El segundo aspecto relevante de estas aportaciones sobre el vídeo es la demostración de que las producciones cinematográficas indígenas se rigen igualmente por la lógica de la oralidad que ha sido presentada al hablar de la radiodifusión. Sebastián Gómez Ruiz (capítulo 6), en su estudio sobre la realización y circulación de los audiovisuales producidos por los arhuacos de la Sierra Nevada de Santa Marta y sobre su relación con la imagen, plantea que la práctica indígena de los medios de comunicación, en particular el vídeo y otros “artefactos visuales” (por ejemplo, registros de reuniones y festivales, uso de programas de georreferenciación, etc.), se fundamentan en la lógica de la oralidad. Esto supone, concreta Gómez

Ruiz, una comunicación más directa que está basada en la palabra y en la escucha. Es decir, y reproduciendo las declaraciones y las explicaciones de algunos realizadores arhuacos, la producción del vídeo indígena tiene su origen en el interés por el otro no indígena —por el “hermanito menor”, según la expresión generalizada entre los arhuacos—. El punto de partida de las producciones arhuacas es escuchar desde donde se enuncia y producir una respuesta en el formato audiovisual y con el lenguaje más adecuado. La finalidad de esta producción es crear vínculos y lenguajes comunes para abrir espacios de diálogo. En este sentido, “ir escuchando” —traducción literal de la palabra arhuaca que se usa para hablar de la comunicación propia— permite, por un lado, apropiarse del lenguaje de los otros y, por otro, hacer circular las teorías indígenas sobre el cosmos y los conceptos propios para hablar sobre el mundo (por ejemplo, la idea del desarrollo a partir del decrecimiento, el buen vivir o los derechos de la naturaleza). En fin, los medios de comunicación indígena, en particular el vídeo, se han configurado como un campo a partir del cual se comparten —aunque de forma sintética y poco densa— las ontologías amerindias, caracterizadas por un enfoque relacional, es decir, por su focalización en la conexión entre los seres a partir de sus diferencias constitutivas.

En el capítulo dedicado a los festivales de cine indígena, Gabriel Izard (capítulo 7), presenta un análisis de caso de la primera edición de un festival de cine indígena organizado en una comunidad emberá en Panamá. Esta aportación muestra cómo es el consumo de cine indígena por parte de las comunidades indígenas. La *performance* del festival en la comunidad emberá, no solo en lo referente al contenido de las películas seleccionadas y a su visionado, sino también todo lo sucedido alrededor de la exhibición de las películas, constata la dimensión activista y comprometida de este cine. Hasta el punto, que los realizadores indígenas devienen actores sociales influyentes. La mayoría de ellos son jóvenes, que conforman una nueva generación a la que las comunidades reconocen, en mayor o menor medida, un rol representativo como activistas políticos. La participación de la comunidad y de las autoridades locales indígenas en el festival cine, como espectadores y como ponentes, avalan este reconocimiento. En relación con las películas y las distintas actividades del festival, Gabriel Izard describe, en primer lugar, la constante celebración y actualización de la identidad indígena. En segundo, da cuenta de las dinámi-

cas a partir de las cuales se crean consensos con relación a proyectos futuros de vida colectiva. Finalmente, presenta cómo a través de los festivales de cine, locales e internacionales, los indígenas aspiran a constituirse como interlocutores políticos válidos y reconocidos en el mundo globalizado. En el caso emberá, como sucede también entre los arhuacos (Gómez Ruiz, capítulo 6), el vídeo, por su circulación en festivales y en las redes sociales, implica un uso estratégico de las tecnologías a favor de los intereses locales. En particular, en ambos casos, a través de las películas se denuncian las usurpaciones del territorio indígena bajo la figura de concesiones a las empresas por parte de los Estados, así como los desastres ecológicos ligados al extractivismo, en particular, la contaminación de las aguas o su apropiación a partir del desvío del curso de los ríos. Igualmente, siguiendo con estos usos estratégicos del vídeo, un aspecto muy tratado en los audiovisuales tiene que ver con la explicación de lo que significa ser indígena hoy en el mundo de la globalización. A este respecto, pueden señalarse dos temáticas recurrentes en relación con los audiovisuales. En primer lugar, la obligación de perpetuar las enseñanzas de los antepasados sobre el funcionamiento del cosmos y sobre las costumbres ancestrales. En segundo, y derivada de la temática anterior, el compromiso de proteger y cuidar al territorio como cada uno hace con su cuerpo. Este activismo audiovisual hace constantes referencias a las teorías indígenas sobre el cosmos.

En resumen, los dos capítulos del libro dedicados al cine indígena muestran cómo, a través del vídeo y de otros artefactos audiovisuales, la estrategia indígena de comunicación, muy acorde con la lógica de la oralidad que la sustenta, tiene como objetivo desbordar y ampliar la comunidad, es decir, adicionar nuevos aliados en lo relativo a la defensa de los territorios, de los lugares sagrados —ríos, lagunas, montañas— y, en general, de la naturaleza. El uso sofisticado del vídeo y otros artefactos audiovisuales por parte de los realizadores indígenas, coinciden Gómez Ruiz (capítulo 6) e Izard (capítulo 7), está al servicio de forjarse un lugar distinto en el mundo, para pasar de colectivos colonizados e invisibilizados, a interlocutores válidos para pensar el futuro de la vida social y el porvenir del planeta en un mundo globalizado. Se trata, en fin, de llevar hasta sus últimas consecuencias esta lógica de la oralidad, transformando el mundo a través de la palabra. En este caso, la que queda fijada como memoria en la imagen.

## LAS REDES SOCIALES: LA ACELERACIÓN DE LA COPRESENCIA

Desde la primera década del siglo XXI, internet —a pesar de los problemas de conectividad en muchas regiones— empezó a ser utilizado por los jóvenes y las organizaciones políticas indígenas. Actualmente, el uso generalizado de teléfonos móviles ha implicado un acceso más amplio a las plataformas de comunicación digital por parte de las poblaciones indígenas. En realidad, se trata de unas tecnologías que permiten, simultáneamente, el uso de los distintos formatos comunicativos —audios, fotografías, vídeo, signos gráficos, texto—, y una variedad de lenguajes —oral, visual y textual—. En términos generales, se puede afirmar que el interés indígena por las redes sociales radica en su capacidad de cubrir, en un solo medio, los usos, lenguajes y funciones de la radiodifusión y del vídeo. Para contrastar estas ideas, en este apartado del libro, se incluyen dos capítulos sobre la red y las prácticas religiosas afroamericanas.

Los capítulos dedicados a las redes sociales abundan en la idea de que las características materiales y tecnológicas del medio determinan el mensaje transmitido y el contexto de recepción se presenta como “interferencia semiótica”. El análisis del uso de las distintas plataformas —principalmente, Vimeo, Facebook, WhatsApp, Twitter y Skype— por parte de los médiums y creyentes del culto a María Lionza en Venezuela y en su diáspora europea y latinoamericana (Canals, capítulo 8) o por los practicantes de las religiones afrocubanas en Barcelona (Pons Raga, capítulo 9) constatan que cada red social permite unas especializaciones comunicativas, es decir, tiene un determinado “capital mediático” adecuado para servir a particulares objetivos de comunicación. Además, en estos dos capítulos se demuestra cómo internet ha modificado la cotidianidad de los creyentes, los practicantes o los usuarios —hay un debate abierto en este sentido—, pero, a su vez, la práctica de los medios que se hace en estas religiones ha transformado los sentidos de la comunicación. Se trata de dos consideraciones que pueden también ser aplicadas al análisis de los usos indígenas de las redes sociales que se desarrollan en los otros dos capítulos del mismo apartado, uno de ellos sobre el uso de las plataformas de internet por parte de una asociación de tejedoras mayas en Guatemala (Celigueta, capítulo 10) y el otro sobre un proyecto de formación y de acompañamiento para el diseño de un sistema de comunicación para el pueblo xavante en Brasil (Coelho, capítulo 11).

Cada uno de los cuatro capítulos dedicados al análisis de los usos y sentidos de las redes sociales se basa en investigaciones de larga duración que combinan el trabajo sobre el terreno con la pesquisa *online*. Igualmente, todos los estudios de caso parten de la constatación de que se trata de dimensiones de la vida de los sujetos y las comunidades que se presentan completamente imbricadas a través de actos de comunicación. Ambas dimensiones, “física” y *online*, deben incorporarse a la etnografía indígena y afroamericana contemporánea. En efecto, lo usos indígenas y afroamericanos de las redes sociales dicen mucho de su relación con la modernidad. En particular, las aportaciones de los cuatro estudios reunidos en este apartado del libro permiten argumentar que las colectividades indígenas y afroamericanas modernizan internet cuando lo usan según unos “estilos” propios vinculados a las teorías indígenas y afroamericanas de la comunicación y a sus intereses en un mundo global del que, salvo algunas excepciones, no desean quedar al margen.

En este sentido, resulta central el descubrimiento de que existe una cierta afinidad entre la lógica de las redes sociales y la de religiones como el culto a María Lionza o la santería, así como entre estas lógicas digitales y la cultura de la oralidad indígena. Efectivamente, las redes sociales permiten optimizar el ejercicio de la relacionalidad entre diversos entes sociales. Por medio del uso de las redes sociales se potencian, más que con cualquier otra tecnología, situaciones de efectiva copresencialidad. En el caso de estas religiones, a través de las redes se produce el encuentro entre practicantes de distintos lugares del planeta, espíritus y antepasados, es decir, las tecnologías digitales facilitan, en este caso, el acceso a otros niveles de lo real. Por lo que se refiere a los usos indígena de internet, a través de las redes sociales se propicia la interacción, y muchas veces la confrontación, entre colectivos heterogéneos —en términos culturales, sociales y políticos— que desbordan efectivamente la comunidad local.

Estos estudios sobre redes sociales muestran el potencial transformador de las interacciones comunicativas a través de internet. En el caso de las religiones afroamericanas por intermedio de los espíritus que pueden actuar a través de las redes sociales. En cuanto a la comunicación indígena, estos cambios son accionados por la palabra que adopta nuevos géneros de lenguaje y pasa a ocupar espacios inéditos dentro y fuera de las comunidades. En general, las interacciones a tra-

vés de las redes desvanecen, entre otras, las distinciones establecidas entre emisor-receptor, público-privado, centro-periferia, real-virtual o entre dimensión física-dimensión espiritual. De nuevo, como en el caso de la radio y el vídeo, la mayoría de los estudios muestra cómo todas estas transformaciones activadas a través de internet se consolidan sobre la base de lógicas discursiva y relacionales preexistentes.

En su estudio sobre el culto a María Lionza, Roger Canals (capítulo 8) demuestra cómo las plataformas digitales son usadas por los creyentes —muchos de ellos emigrados de Venezuela a Europa o a otros países de América Latina— como dispositivos de acción ritual. La ritualidad *online*, afirma Canals, ha ampliado el campo de la experiencia religiosa. A este respecto, la etnografía descubre el desarrollo de procesos de verificación mediática que tienen como objetivo reforzar la confianza en el medio digital. Facebook, WhatsApp y Twitter son las plataformas más utilizadas por los creyentes de María Lionza en la medida en que favorecen, con especificidades distintas, las relaciones de copresencia. Las redes se usan con finalidades religiosas, al mismo tiempo que, a través de ellas lo religioso impregna la vida cotidiana. Por un lado, se difunden temas relacionados con la organización de la práctica del culto o como extensión de su ritualidad. Por ejemplo, en relación con la práctica adivinatoria de la lectura de los tabacos, los creyentes cuelgan en las redes fotografías de sus tabacos para que alguien experimentado pueda leerlos e interpretarlos. También, a través de WhatsApp o Twitter, los médiums ofrecen consultas rápidas las 24 horas del día; y los creyentes piden consejos para solventar determinadas cuestiones como el mal de ojo a través de los grupos de WhatsApp. Por otro lado, a través de estas redes sociales, incluyendo Facebook, se comparten informaciones prácticas relacionadas con la búsqueda de vivienda o de trabajo, así como consejos legales de diversa índole. En este sentido, las redes median en la actualización del culto y en la organización nuevas formas de sociabilidad. En este contexto, plantea Canals, mediar se define en términos de relacionar y conectar diferentes agentes sociales y espirituales. Efectivamente, en el culto a María Lionza —pero también en la santería *online* que analiza Marta Pons (capítulo 9)— los espíritus participan directamente en el ritual a través de las redes sociales. Esta espiritualización de las redes transforma, argumentan Canals y Pons, los sentidos de la comunicación.



Marta Pons (capítulo 9) demuestra cómo las redes sociales poseen una versatilidad que los usuarios de las religiones afrocubanas utilizan en función de sus intereses. En su análisis del uso de internet por parte de los usuarios de la santería en Barcelona, explica que estamos frente a comunidades de practicantes en constante recomposición. A través de WhatsApp y Facebook se forman y activan los grupos de practicante que conforman estas comunidades fluidas. Otra característica de estas religiones afrocubanas explica la autora, es la reinención constante de las categorías. Incluso un elemento tan específicamente asociado a estas religiones como el secreto es objeto de pugna y conflicto en las redes. En Barcelona, si los grupos de santeros más tradicionales apoyan el mantenimiento del secreto ritual, la nueva santería, por el contrario, plantea que este debe ser comunicado y difundido. Esta confrontación se materializa en las redes sociales. En el capítulo se destaca el capital mediático de cada plataforma digital puesta al servicio de la práctica religiosa, pero también cómo cada posición busca distinguirse por un uso diferenciado de las redes sociales. Por ejemplo, Skype se usa para la retransmisión y participación conjunta en los eventos rituales. A través de WhatsApp, en formato de grupos o de mensajes privados, se organizan las reuniones del culto manteniendo las jerarquías. Facebook, así como YouTube, es vista como una plataforma a partir de la cual se tiene conocimiento de las prácticas y teorías de otros grupos de santeros, pero también donde igualmente se pueden publicar los propios vídeos exponiendo ideas particulares sobre la santería o sobre la experiencia de la religión. Los blogs pueden también usarse con este mismo fin. Internet, concluye Pons Raga no solo transforma la práctica cotidiana de las religiones afrocubanas por la ampliación del dialogismo, también es el medio a través del cual se busca el reconocimiento externo. En este caso, argumenta la autora, no se puede hablar de un “activismo cultural” en el sentido en que lo definen Ginsburg, Abu-Lughob y Larkin (2002), pues no se trata de la búsqueda de un reconocimiento colectivo, sino de un interés por evidenciar y potenciar la esencial heterogeneidad y plasticidad de la santería.

Los dos capítulos dedicados a la incorporación de la comunicación digital en las comunidades indígenas insisten en cómo sus usos se organizan en torno a los mismos elementos definidores de la lógi-

ca de la oralidad que hemos constatado con relación a la radiodifusión y al vídeo indígena. En efecto, como plantea Gemma Celigueta (capítulo 10) en el capítulo sobre el activismo en torno a los textiles mayas en las redes sociales, las líderes indígenas y las asociaciones de tejedoras reconocen las potencialidades de mediación con la sociedad guatemalteca de las plataformas digitales. Frente a las dificultades para que en Guatemala se aprueben leyes que reconozcan los derechos de los pueblos indígenas, argumenta Celigueta, las redes sociales se han convertido en plataformas de visibilización y de debate de las demandas y propuestas indígenas. Desde la perspectiva de las organizaciones indígenas, lo interesante de Facebook, Twitter y WhatsApp —las aplicaciones más utilizadas en Guatemala— es su potencial para acoger y activar debates. A través de estas plataformas digitales las organizaciones de tejedoras mayas, explica la autora, identifican y denuncian el racismo que se esconde detrás de la folclorización de la indumentaria de las mujeres mayas en campañas publicitarias para el turismo o su apropiación por parte de empresas de moda, nacionales e internacionales. En las redes y ante los tribunales de justicia, estas tejedoras presentan denuncias y formulan propuestas. Sobre todo, en las redes sociales —que no pueden analizarse aisladamente de las noticias que circulan y de los otros medios de comunicación—, las tejedoras han experimentado el alto nivel de conflicto que puede generarse digitalmente. Sin embargo, no por ello han desistido en sus objetivos de visibilizarse, denunciar y debatir a través de dichas redes. Estamos frente a la misma idea de la comunicación que define Pitarch en su estudio de la radiodifusión en los grupos mayas de Chiapas (capítulo 2). Esto es, comunicar, según la lógica de la palabra en estas culturas mayas, significa hablar, pero también pelear. Este es el uso principal que hacen de las redes sociales las asociaciones de tejedoras mayas: hablar de ellas en estos medios globales y confrontar las prácticas discriminatorias y racistas hacia las poblaciones indígenas. Sin embargo, argumenta Celigueta, la etnografía de las redes sociales muestra lo lejos que estamos de lo que se formuló inicialmente como la “democracia tecnológica”. Por un lado, las desigualdades sociales se proyectan igualmente en las redes amplificando los discursos de odio. Por otro, internet introduce desigualdades en el interior de las comunidades indígenas entre quienes tienen y no tienen acceso a la red, así como entre quienes

poseen habilidades y quienes no las poseen para el manejo de las redes sociales. En este sentido, Celigueta ejemplifica y denuncia esta “brecha mediática” interna que los medios indígenas, en cierta medida, ya han identificado.

En el caso xavante, Rafael Franco Coelho (capítulo 11) presenta cómo el desarrollo de los medios se inicia, en la década de 1970, con el vídeo indígena que usa de forma estratégica la cultura en las luchas por el reconocimiento político frente al Estado y a las instituciones internacionales. La recuperación de las tierras indígenas es el objetivo principal que mueve, inicialmente, a los xavante para desarrollar medios de comunicación propios. Esta experiencia inicial con las tecnologías de comunicación a través del vídeo, plantea Coelho, lleva a los xavante a solicitar un proyecto de formación en comunicación digital: producción de blogs, vídeo documental, cortos de animación, grupos de Facebook, diseño de marcas, en fin, un conjunto de productos destinados a ser difundidos y compartidos por internet. Aldea Digital es el nombre del proyecto coordinado por Rafael Franco Coelho desde la Universidad de Goias (Brasil). El capítulo describe algunos momentos centrales de la organización y del desarrollo de los talleres de formación digital que dan cuenta también de un uso estratégico de los medios en términos de política interna. En general, argumenta Coelho, la participación en proyectos mediáticos otorga prestigio y estatus dentro de la comunidad. Las habilidades de mediación cultural y política con el mundo exterior — objetivo, como hemos visto, de estos medios —, son muy valoradas. Por ello, para muchos jóvenes, participar en los talleres de formación en comunicación ha sido el primer paso para ser reconocidos como líderes comunitarios. Esta identificación entre comunicación y liderazgo político está muy establecida entre los xavante. En el capítulo se describe cómo una facción de la aldea en decadencia, es decir, que había perdido su lugar de liderazgo, recupera prestigio e influencia política a partir de la participación de muchos de sus jóvenes en los talleres del proyecto que acaban controlando exclusivamente. Se trata de un nuevo ejemplo de la originalidad con que las tecnologías digitales son incorporadas, debido a su potencialidad relacional, a la cotidianidad indígena en función de intereses políticos internos y externos. También en este caso, como en la radiodifusión o en el vídeo, las habilidades relacionales, dentro y fuera de la comunidad, definen al buen comunicador y al líder político.

## LA TELEVISIÓN: EL CONOCIMIENTO MORAL DEL MUNDO NO INDÍGENA

La televisión no puede clasificarse como un medio indígena o, en otras palabras, cuya tecnología haya servido para producir productos de comunicación indígenas como hemos visto con la radio, el vídeo y las redes sociales. En realidad, la televisión no aparece en ninguno de los entornos mediáticos que hemos reconstruido para nuestra investigación. Los dos capítulos reunidos en el apartado del libro dedicado a los *mass media* —y algunas referencias que se hacen a los medios masivos en los otros capítulos del libro— estudian, por un lado, a los pueblos indígenas en su posición de consumidores y telespectadores creativos, por otro lado, analizan la representación de los pueblos indígenas en estos medios masivos como una extensión de los modos de dominación y colonización.

En el capítulo dedicado al consumo de medios no indígenas en dos comunidades emberá chami del valle del Cauca, Colombia, Carlos Tobar y Adriana Rodríguez (capítulo 12), destacan que la televisión y la telefonía móvil son las tecnologías más utilizadas. La introducción de estos medios está relacionada con la historia del desplazamiento territorial de este grupo, su convivencia cotidiana con las comunidades campesinas no indígenas y la ausencia de programas de transferencia tecnológica como los que se han desarrollado en otras regiones indígenas de Colombia, que igualmente habrían permitido a estas comunidades desarrollar sus propios medios de comunicación. En los testimonios recogidos por los autores del capítulo, los adultos emberá chami reconocen que la televisión es una influencia que han recibido de las vecinas comunidades campesinas. La televisión, insisten, tiene un gran impacto en las comunidades. Por un lado, la televisión, plantean Tobar y Rodríguez, se ha incrustado en la cotidianidad emberá chami marcando una nueva relación con el tiempo, en particular, en la separación entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio, tradicionalmente imbricados. Por otro lado, el interés por las telenovelas, según expresan los propios telespectadores indígenas, les permite acceder al conocimiento moral del otro no indígena. En este sentido, argumentan los autores del capítulo, estas ficciones televisivas pueden servir como dispositivos para imaginar la convivencia deseada o esperada con este mundo ajeno. En esta misma línea, en la etnografía sobre los gunas de la península de Gunayala en Panamá (Martínez Mauri y Merry López, capítulo 1) se plantea cómo a través de la televisión los indígenas se

convierten en espectadores atentos del mundo no indígena. De hecho, argumenta Roger Canals (capítulo 8) en el capítulo sobre el culto a María Lionza, el visionado de las telenovelas por parte de estas poblaciones activa procesos de reapropiación mediática de los contenidos que deben ser analizados como procesos creativos.

En cuanto a la telefonía móvil —cuyo uso está también muy extendido en las comunidades emberá chami—, tiene asignado el valor indígena de la inmediatez de la interacción y es utilizada para organizar a la comunidad frente a los sucesos que atentan contra sus derechos. El despliegue de la inmediatez y la expansión de las fronteras cotidianas, explican Tobar y Rodríguez (capítulo 12), recuerdan a las lógicas narrativas tradicionales que en este caso se solapan con las fórmulas mediáticas. En cierta medida, las redes sociales y algunos programas televisivos que se estructuran a partir de conexiones en directo a lugares distantes actúan en esta misma dirección y han tenido un papel fundamental en el aprendizaje emberá chami sobre los derechos que tienen como indígenas y también, como recoge un testimonio, como mujeres indígenas.

Adicionalmente, los dos capítulos de este apartado estudian también la materialización en los medios masivos de la marginación y del trato denigrante del que son objeto los pueblos indígenas en las sociedades latinoamericanas. Como televidentes, muestran Tobar y Rodríguez (capítulo 12), los indígenas observan cómo se reproducen imágenes distorsionadas de ellos y cómo se criminalizan o se invisibilizan sus luchas políticas. Es por ello, explican estos autores, que muchos grupos indígenas han utilizado las tecnologías de comunicación, sobre todo el audiovisual, como recurso para la lucha, la resistencia y la educación propia. Hablar ellos de sí mismos para los propios indígenas y para el mundo no indígena: se trata de una justificación de los medios indígenas que aparece también en otros capítulos del libro.

En fin, en el último capítulo del libro, Andreu Viola Recasens (capítulo 13) argumenta que la producción indígena de medios no ha logrado aún normalizar la imagen social de los pueblos amerindios en América Latina. Esto se debe en gran parte, según el autor, al fuerte impacto social, sobre todo, de los canales de televisión comerciales y del conjunto de medios masivos. En este capítulo, Andreu Viola Recasens analiza la invisibilización de las poblaciones indígenas en estos medios, así como el tratamiento discriminatorio del que son objeto en diversos géneros televisivos y radiofónicos. Por ejemplo, en los programas informativos,

destaca la criminalización de sus luchas y su representación como un lastre para el desarrollo económico del conjunto de América Latina. Concretamente, el capítulo se centra en analizar los programas de “humor racista” basados en la explotación humorística de los estereotipos raciales. En particular, examina la forma en que se utilizan y recrudecen los estereotipos raciales de las mujeres andinas en un programa de la televisión peruana, *La paisana Jacinta*. Este programa constituye, argumenta Viola, la constatación del recrudecimiento, durante las últimas décadas, del racismo hacia las poblaciones indígenas en Perú. Asimismo, el autor del capítulo llama la atención sobre el hecho de que el género de la comedia facilita la naturalización de la diferencia racial y del ejercicio del racismo. Hasta el punto de que las denuncias de la ONU y de algunas organizaciones indígenas contra el programa no han conseguido su eliminación de la parrilla de programación, siendo tachadas de exageradas. En fin, este capítulo con el que cerramos el libro actualiza las razones de las demandas indígenas por el derecho a una comunicación propia cuyos objetivos son, por un lado, subvertir los estereotipos y, por otro, mostrar a los indígenas como agentes activos y expertos en cuestiones claves para el futuro del planeta.

En fin, el conjunto de ejemplos etnográficos reunidos en el libro identifica la oralidad como el principio lógico de las tecnologías de comunicación. Es decir, el particular valor y el estatuto de la palabra en las culturas indígenas determina el desarrollo de su comunicación propia. La palabra radiofónica, la que queda fijada en las producciones de vídeo indígena o la que se comparte en diversos formatos en las redes sociales, actúa sobre el mundo, conectando a las personas en comunidades mediáticas socialmente heterogéneas que transforman la sociabilidad —y el mundo, en general— en el mismo ejercicio de la comunicación. Incluso como televidentes, los indígenas reproducen esta lógica de la palabra, a través de la cual la comunicación es experimentada como una práctica transformadora del mundo por el ejercicio de la palabra.

## BIBLIOGRAFÍA

- BESSIRE, Lucas/FISHER, Daniel (2012): *Radio Fields. Anthropology and Wireless Sound in the 21st Century*. New York/London: New York University Press.

- GINSBURG, Faye/ABU-LUGHOB, Lila/LARKIN, Brian (eds.) (2002): *Media Worlds. Anthropology on New Terrain*. Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press.
- LARKIN, Brian (2002): "The Materiality of Cinema Theaters in Northern Nigeria", en Faye Ginsburg, Lila Abu-Lughob y Brian Larkin (eds.), *Media Worlds. Anthropology on New Terrain*. Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press, pp. 319-336.
- OROBITG, Gemma *et al.* (2021): "La comunicación indígena en América Latina: usos, sentidos y cartografías de una experiencia plural". *Revista de Historia*, Universidad de Costa Rica, n° 83.
- SPITULNIK, Debra (1999): "Mediated Modernities: Encounters with Electronics in Zambia". *Visual Anthropology Review*, 14(2): 63-84.
- (2002): "Mobile Machine and Fluid Audiences: Rethinking Reception through Zambian Radio Audiences", en Faye Ginsburg, Lila Abu-Lughob y Brian Larkin (eds.), *Media Worlds. Anthropology on New Terrain*. Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press, pp. 337-354.
- TSIVIAN, Yuri (1994): *Early Cinema in Russia and Its Cultural Reception*. New York: Routledge.
- WILLIAMS, Raymond (1996) [1975]: "La tecnología y la sociedad". *Causas y Azares*, n° 4: 155-172.