

MEDIOS INDÍGENAS

PROYECTO MEDIOS

Los pueblos indígenas y los medios de comunicación en América Latina



mediosindigenas.ub.edu



Philipps



Universität
Marburg



University of Essex



ACTUALIDAD DE LA COMUNICACIÓN INDÍGENA

INTRODUCCIÓN

Desde fines del siglo XX, los pueblos indígenas han tenido un papel destacado en la redefinición de numerosos Estados y sociedades latinoamericanas. En este período, han proliferado formas y medios de comunicación indígenas, principalmente radios, pero también productoras de video indígena, agencias digitales de noticias, algunas televisiones así como una presencia indígena muy activa en las llamadas redes sociales. En la ONU y en otros foros, los pueblos indígenas reclaman su derecho a la comunicación: el respeto a la diversidad lingüística y cultural, el acceso asequible a las frecuencias de radio y televisión, el apoyo a la formación de comunicadores indígenas y su protección durante el desarrollo de su labor. Los medios indígenas representan hoy una de las principales formas de redefinición social y política de la pluralidad latinoamericana.



ENFOQUE

Los medios indígenas son plataformas activadoras de agendas políticas y de nuevos modos de movilización social.

Se presentan, además, como ámbitos en los que se generan espacios de discusión sobre la diversidad cultural, desde donde producir *Cultura*, retar la imposición de identidades y de modelos de organización social.



PUEBLOS INDIGENAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

OBJETIVOS



ME



DI



OS



@

1

Comprender la relación entre las minorías indígenas y los medios de comunicación en América Latina

2

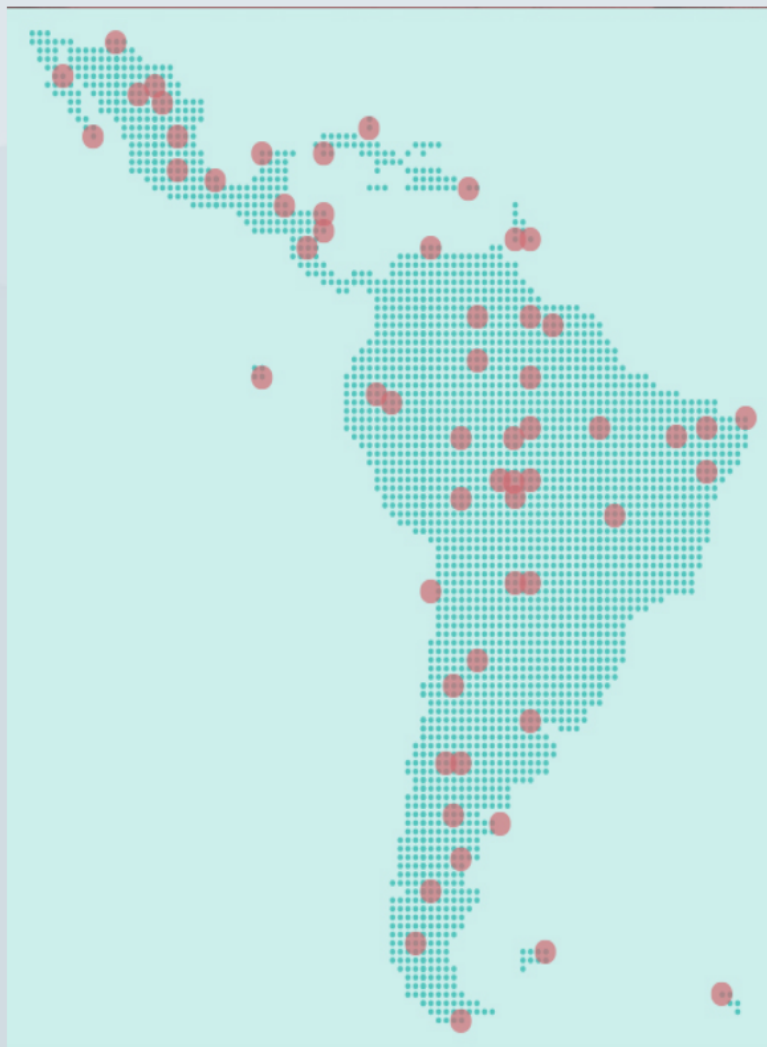
Mapear el conjunto y la diversidad de los medios de comunicación indígena

3

Realizar una serie de estudios etnográficos para conocer los usos efectivos de los medios de comunicación indígena, sus significados y sus efectos sociales

4

Descubrir las especificidades de lo que podría denominarse las *"Teorías Indígena de la Comunicación"*



Etnografías comparadas

Se han realizado 12 estudios etnográficos de caso sobre los usos, significados y el efecto social de los medios indígenas, que cubren la diversidad cultural indígena latinoamericana (Andes, Mesoamérica y Tierras Bajas) y afroamericana.



Mapa de los Medios Indígenas

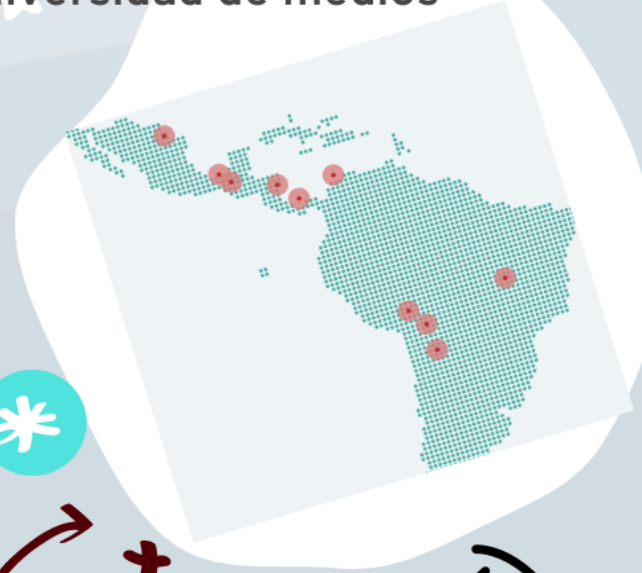
Para visibilizar el alcance de la comunicación indígena se ha elaborado un mapa de los entorno mediáticos de grupos o colectivos indígenas. De cada punto del mapa emerge una ficha explicativa de los medios con sus links de acceso.



Creación de un medio de comunicación propio

Para difundir el mapa de medios indígenas y los avances de la investigación se ha elaborado la web MEDIOS INDIGENAS, que funciona como herramienta colaborativa con colectivos indígenas para que participen en la elaboración de contenidos.

1 Descripción detallada, a nivel continental, de las experiencias de comunicación indígena con distintos protagonistas y una diversidad de medios



METODOLOGÍA
ETNOGRAFÍA Y
COMPROMISO

Apoyar con la ETNOGRAFÍA la comunicación indígena

¿De qué manera?...

¿Cómo los medios son practicados por los comunicadores y por sus audiencias?



2 Descubrir cómo la CI es eficaz al incorporar aspectos centrales del "ser indígena" (i.e. ideas sobre la persona, la comunicación y la cosmología, valores morales e ideológicos, etc..)

3 Profundizar en las temáticas que desarrolla la CI: lengua, comunicación propia, medio ambiente, territorio, gobernabilidad, patrimonio cultura, urbanización, participación de la mujer, etc...



DEFINIR LA COMUNICACIÓN INDÍGENA...

ANÁLISIS

1

Comunicar = Relacionar

Los medios indígenas tienen por objetivo producir redes de relaciones en distintos planos: dentro/entre las sociedades indígenas y con sectores de la sociedad nacional y global así como accionar estas relaciones.

2

Pensar lo social

Los medios indígenas además de plataformas de socialización, ofrecen modelos para significar el mundo y transformar la sociedad: se proporcionan modelos de funcionamiento también al nivel global.

3

Patrimonio cultural

La comunicación indígena es un medio de: 1) *preservación* de la cultura material e inmaterial, 2) *revitalización* de la cultura local y las formas tradicionales, 3) *creatividad y experimentación* cultural y política.

A través de los medios se refuerza la *patrimonialización* como argumento político.

4

Valor de la palabra

El dominio de la palabra, es decir la capacidad de escucha y de oratoria, es inherente a las ideas indígenas sobre el poder. La palabra es acción: abre espacios de poder que están en disputa.



LA COMUNICACIÓN INDÍGENA UNA PRÁCTICA DESCOLONIZADORA...

PROPUESTA

ANCESTRAL

La CI (i.e rituales, sueño, señales de la naturaleza, etc.) es anterior a las tecnologías de comunicación

La CI se apropia de las tecnologías incorporando valores y sentidos culturales.

1

CONTRA-HEGEMÓNICA

La CI surge de agendas de resistencia y lucha contra la discriminación étnica, lingüística, social, política y económica, de oposición, entre otras, a las concesiones estatales de mega-proyectos extractivos.

2

ESTRATÉGICA

La CI establece redes locales, nacionales e internacionales con otros medios indígenas y no-indígenas que les permiten situarse como interlocutores válidos para proponer, desde su visión del mundo, modelos alternativos de gobernabilidad, protección ambiental, convivencia para la paz, etc...

3

CRITICA

La CI en sus propios debates sobre cómo debe ser la comunicación desvela modelos (i.e. discriminación de género, el propio lenguaje de los medios, etc...) que reproducen estructuras de poder. i.e. a través del ejercicio de la comunicación mujeres y jóvenes consiguen espacios de igualdad, reconocimiento y poder.

4

FORTALECEDORA de las lenguas indígenas

En las radios pero sobre todo, a través de Internet, de las redes sociales (i.e. Facebook, Whastapp, etc.) se fortalece la lengua no sólo porque la utilizan para comunicarse sino por distintas iniciativas digitales que han surgido para impulsar las lenguas indígenas

5

