

LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN y las identidades indígenas

Fecha de recepción: octubre 1 de 2008
Fecha de aprobación: Noviembre 7 de 2008

Por: Marcela Meza Centeno

*Directora y productora de cine y televisión
Magíster en Etnoliteratura.
Docente de comunicación social y periodismo.
Universidad Mariana
marcelameza12@hotmail.com*

RESUMEN

Los medios masivos de comunicación en las comunidades indígenas se introducen en los hogares y escuelas sin ser claros los usos y las diferentes prácticas que toman estas herramientas tecnológicas; la educación con respecto a las posibilidades que ofrecen estas herramientas es mínima, por esto se convirtieron en mensajeros de homogenización y globalización de formas de ser y de actuar.

Los medios masivos de comunicación, de manera utópica, tienen el compromiso de difundir y reconocer la pluralidad cultural del país, ampliar los espacios públicos para re-conocerse y hacer un diálogo que permita el intercambio de información.

Sobre la función social de los medios se habla actualmente, pero la influencia que hasta ahora tienen hace reflexionar sobre la identidad indígena; los medios dejan una huella importante en el transcurrir del tiempo, en los imaginarios y en los recuerdos.

En la actualidad la imagen o el sonido que se conecta al usuario, abre el espacio para interactuar, buscando maneras de participación a una nueva cultura política; los medios de comunicación hacen legítimos otros acercamientos e intercambios, nuevas formas del saber, re-identificando los espacios públicos para el encuentro; de esa manera los medios constituyen el discurso y la acción en buena parte de los campos sociales.

PALABRAS CLAVE

Medios de Comunicación, identidad indígena, nuevas tecnologías de la información, televisión comunitaria, cultura de masas.

ABSTRACT

The mass media in indigenous communities are put in homes and schools without being clear about the use and the different practices that these technological tools take; education with regard to the possibilities offered by these tools is minimal, for this they become messengers of globalization and homogenization, as well as ways of being and acting.

The mass media ideally have the compromise of spreading and recognizing the cultural plurality of the country, expanding the public spaces to re-meet and make a dialogue to enable the exchange of information.

Nowadays it is common to talk about the social function of the media, but the influence that they currently have makes us reflect on the indigenous identity; the mass media leave an important trace through the time in the imaginary and the memories.

At present the images or sound that connects the users open the space for interaction, looking for ways of participation in a new political culture; the media legitimate other approaches and exchanges, new ways of knowledge, re-identifying the public spaces to meet up; this way, the media constitute the discourse and action in many of the social fields.

KEY WORDS

Media, indigenous identity, new information technologies, community television, mass culture.

Desde principios de siglo, con el desarrollo tecnológico de los medios masivos de comunicación, se abrieron redes de información que constituyen un paso importante para establecer nuevos mecanismos de relación con “el otro”; si bien este progreso tecnológico fomentó la creación y evolución de muchas áreas del conocimiento y del entretenimiento, relegó costumbres ancestrales hacia un segundo o tercer plano.

En la actualidad el acceso a los medios es fácil para las comunidades indígenas; de esto resulta que los rituales, los modos de estar juntos cambian paulatinamente sus imaginarios y, significativamente, sus identidades; muchas veces sólo los diferencia la legislación que los cobija y de la que hacen parte.

Con el desarrollo del Internet y de las nuevas tecnologías de la información (e-tic, self-media) el hombre construye otra sociedad, donde la red y los dispositivos tecnológicos pueden abordar otras formas de relacionarnos y hacer comunidades intangibles o virtuales quebrantando las esferas sociales y transgrediendo fronteras.

La historia más reciente, y en cifras, desde la primera mitad del siglo XX gracias al desarrollo acelerado de las formas tecnológicas de comunicación [Francis Balle-citado por Manuel Vázquez Montalbán- habla de “*expansión brutal*” de los mass media en las primeras décadas del siglo XX: Prensa escrita: 1900 a 1930, 30 años; Cine: 1910 a 1940, 30 años; Radio: 1925 a 1935, 10 años; Televisión (USA): 1945 a 1955, 10 años; Televisión (Europa): 1955 a 1965, 10 años] se consolida definitivamente un nuevo signo de aquella cultura de masas emergente desde el siglo anterior, un rasgo que convierte a los medios de comunicación en las expresiones más modernas y acabadas de asimilación de la cultura en términos masivos y de asimilación mediadora de los campos culturales ilustrado/académico (“elitista”, siguiendo otra denominación) y el popular. “*Estamos afirmando que las modalidades de comunicación que en ellos y con ellos aparecen fueron posibles sólo en la medida en que la tecnología materializó cambios que desde la vida social daban sentido a nuevas relaciones y nuevos usos*”¹.

En Colombia hay más de 120 canales de televisión pública, y más de 1040 emisoras; sin embargo, la representación de las minorías sigue estando ausente de las pantallas y de la radio, condición que hace posible la incomunicación y el no reconocimiento de la diversidad cultural. Los procesos de comunicación son un paso primordial para la identificación de problemas y la posible solución de conflictos.

Si bien hay emisoras indígenas y televisiones comunitarias y locales, el estudio general de medios que se realiza semestralmente muestra un claro consumo por los medios privados; finalmente ellos son quienes imponen modos de ser, creando, manejando y mostrando la información para formar opinión.

Actualmente se habla sobre la función social de los medios en todas las dimensiones, pero la influencia que tuvieron durante más de 50 años hace reflexionar sobre la identidad indígena, sus costumbres y ancestralidad; los medios dejan una huella importante en el transcurrir del tiempo, en los imaginarios y recuerdos del humano. Jesús Martín Barbero dice: “ni las culturas indígenas pueden existir con la autonomía pretendida por ciertos antropólogos o folkloristas, ni son tampoco meros apéndices atípicos de un capitalismo que todo lo devora”²; el equilibrio en los usos de mecanismos de información y la consolidación de una identidad en constante desarrollo es la base del conocimiento interno (dentro de la comunidad) enmarcado en la aldea global.

Si bien los medios de comunicación forman imaginarios sociales globales o nacionales, la participación que tienen las culturas indígenas en la construcción de medios es mínima y casi siempre nula; por esta razón, sus imaginarios tienden a fusionarse con su cultura haciendo una hibridación entre lo global y lo local.

Las comunidades indígenas no han desarrollado políticas que fortalezcan sus propios medios de comunicación, en principio porque la prioridad siempre ha sido mejorar la calidad de vida, pero al dejar a un lado la política de medios se está abandonado el fortalecimiento de los discursos ancestrales y de las memorias vivas; las comunidades generalmente tienen registros fílmicos elaborados desde otras miradas, lo cual no constituye una fuente primaria de conocimiento; la elaboración de material audiovisual, entre otros productos mass mediáticos, desde la etnia, dará mayores

herramientas para el diálogo y la comprensión de mundos que tal vez son lejanos e incomprensibles para otros.

Cada cultura trae consigo lenguajes y variadas formas de comunicación de un tiempo determinado, una "in-subordinación de los signos", como diría Nelly Richard, en donde las cosas no están en donde nos dijeron que estaban o como decían que eran; las comunicaciones se encargaron de crear imaginarios que dividen épocas como cuando se habla de la televisión blanco y negro, la llegada del celular, de la Internet, etc. Hay un mapa cultural distinto tanto a nivel local, así como en lo regional y, qué decir con el ámbito mundial.

Esta época está en presencia de un territorio intangible, que si bien puede superar los problemas de comunicación también puede individualizar al máximo las relaciones sociales; la globalización de la cultura está determinando muchas de las formas y modos de vivir actualmente. *"Estamos ante una sociedad que puede llamarse con toda propiedad la sociedad red, caracterizada por la preeminencia de la morfología social sobre la acción social"*³.

De alguna manera es volver a los orígenes donde las fronteras eran difusas y donde el mundo era una aldea; de hecho las comunidades indígenas hablan de territorios como la parte vital de su existencia, y si lo comparamos con el discurso de un joven en la red, está hablando de un territorio intangible pero igual de vital para su actual comunicación.

Ahora vivimos en torno a las redes como tendencias históricas, lo cual hace que se re defina nuestra concepción social y cultural, otra sociedad y otra lógica de experiencia, poder y cultura.

*"Las relaciones entre las redes, facilitada por las tecnologías de la información que operan a la velocidad de la luz, configuran los procesos y funciones dominantes en nuestras sociedades."*⁴

Desconocer los procesos tecnológicos vendará la posibilidad de otros encuentros y de nuevas búsquedas, pero hay que ver las dos caras de la moneda; si bien es un espacio virtual de encuentro, la realidad y las relaciones físicas pierden importancia a la luz de la sociedad, muchas veces se pasa más tiempo con la tecnología que con el otro. El trabajo pierde su identidad

colectiva, individualiza cada vez más sus capacidades, sus condiciones laborales, sus intereses y proyectos.

Actualmente hay otros lugares para la concreción y disfrute de la cultura, teniendo en cuenta que las redes son ventanas que posibilitan realidades simbólicas, que muestran variedad de caminos con identidades múltiples; la televisión, como ejemplo, es el medio más medible en cuanto a la realización de imaginarios; hay cientos de canales con sus propias lógicas, con sus propios signos y virtudes, cada canal es un camino y cada programa una dirección; el canal como tal lleva donde quiere, impone y marca un estilo, todo esto es consumible, no existe un canal sin espectadores, la tecnología lleva mensajes a cada vez más usuarios y, como bien dice Walter Benjamin, desde el momento mismo en que en el proceso de producción cultural aparece, la posibilidad real de *"reproductibilidad técnica"* del producto cultural u obra de arte, según refiere el autor, estamos entonces en presencia de una relación distinta de la gente con el objeto cultural, así como también un paso o intercambio de los llamados valores del producto cultural. Enfatiza al respecto Benjamin:

"La época de su reproductibilidad técnica desligó al arte de su fundamento cultural: y el halo de su autonomía se extinguió para siempre. Se produjo entonces una modificación en la función artística que cayó fuera del campo de visión del siglo. E incluso se le ha escapado durante tiempo al siglo veinte, que es el que ha vivido el desarrollo del cine"(Benjamin, 1973:32).

La cultura de masas es la herramienta del gran proyecto emancipador y democratizador del que habla Néstor García Canclini; la unión de las clases y la globalización de todas las culturas, siempre desde lo local hacia lo universal, es lo que en esta investigación procurará entender; Jesús Martín Barbero y García Canclini son autores que parten de la modernidad, del ahora, que plantean un cruce de caminos y que redefinen la ciudadanía.

¿Cuál es el futuro de las comunidades indígenas y de las nuevas tribus urbanas? Seguramente los medios alternativos que son canales fragmentados, especializados en públicos objetivos. El desarrollo de este tipo de medios será tal vez la posibilidad de hacer diálogos que permitan no sólo la democratización de los medios sino también la ventana para reconocer la diversidad y riqueza de país.

BIBLIOGRAFÍA

1. MARTÍN BARBERO, Jesús. De los medios a las mediaciones. Bogotá: G.Gilli. 1987
2. MARTÍN BARBERO, Jesús. De los medios a las mediaciones. Bogotá: G.Gilli. 1987
3. CASTELL, Manuel. La era de la Información. Buenos Aires: Humánitas 1983. p 8
4. CASTELL, Manuel. La era de la Información. Buenos Aires: Humánitas 1983. p 8