





Las narrativas *colabor-activistas*: las identidades *otras* como innovación mediática

Omar Rincón

RESUMEN

Mientras la tecnología es nuestra nueva magia, lo significativo está en las culturas *otras*: Oriente, indígenas, afro, mujeres, medio ambiente, nuevas sexualidades, migrantes, indignados. La innovación social y de lo público no está en el *sí-mismo* tecnológico, sino cuando se narra y practica *desde esas identidades otras*. A partir de conceptos como *experiencia* (Baricco, 2008), *espacios in-between* (Bhabha, 2002), *mediaciones* (Martín-Barbero, 1987), *culturas híbridas* (García Canclini, 1989), *los radical media* (Downey, 2001), *medios ciudadanos* (Rodríguez, 2001) y *narrativas* (Rincón, 2006) se plantea que la innovación social y política no está ni en las tecnologías ni en los contenidos, sino en el activismo expresivo, en las formas narrativas de la identidad y en la producción colaborativa de la comunidad. En este artículo¹ se argumenta a favor de las narrativas *colabor-activistas*, como táctica para innovar las formas de la comunicación ciudadana: la idea es que cada comunidad se dé los medios y las estéticas que necesita.

Palabras clave: medios ciudadanos, tecnologías de la comunicación, identidades, indígenas, innovación cultural, narrativas entre-medios (*in-between*).

ABSTRACT

Technology is our new magic, but relevance lies in otherness cultures: Orientals, indigenous peoples, Africans, women, environment, new sexualities, migrants, the outraged. Social and public innovation does not reside in the technological self, but it appears in the form of narratives and practices from those otherness identities. By using such concepts as experience (Baricco, 2008), in-between spaces (Bhabha, 2002), mediations (Martín-Barbero, 1987), hybrid cultures (García Canclini, 1989), the radical media (Downey, 2001), citizen driven media (Rodríguez, 2001) and narratives (Rincón, 2006), it is shown that social and political innovation lies neither in technologies nor in contents but in the expressive activism, in the narrative forms of identity and in the communities collaborative productions. In this paper I argue in favour of the collaborative-activist narratives, as a tactic for innovation in citizen driven forms of communication: the idea is for each community to provide itself with the media and the aesthetics it needs.

Keywords: Citizen driven media, Communication technologies, Natives Identities, Cultural innovation, In-between narratives.

Omar Rincón::

Universidad de los Andes,
Colombia.

FESComunicación –
Fundación Friedrich Ebert.

orincon@uniandes.edu.co

Recepción: setiembre 2013.

Aceptación: noviembre
2013.

Foto: Luis Robayo, AFP, julio
2012. Cerro Berlín en Toribío,
Colombia.

Esta imagen integra una serie de
fotos por la que el fotógrafo Luis
Robayo ganó el premio periodístico
Simón Bolívar en 2013.

1::

Una versión de este texto fue
presentada en forma de ponencia
en IAMCR (International
Association for Media Research)
2013 Conference Dublin, 25-29 de
junio de 2013: Crises, 'Creative
Destruction' and the Global Power
and Communication Orders.

La vitalidad política de la comunicación está en localizar la enunciación pública en *los otros* y desde *los otros*, los más marginados y excluidos del banquete de la comunicación pública: indígenas, mujeres, afros, nuevas sexualidades. Al ser sistemática e históricamente excluidos, cuando ellos y ellas asumen la comunicación como proceso de producción de mensajes, práctica enunciativa, escenario político y lugar de lo público —y lo hacen desde y en sus códigos, necesidades, saberes y estéticas— se asume que la comunicación se torna automáticamente válida, políticamente activa, sociológicamente resistente, antropológicamente auténtica. Este modo de pensar surge porque se asigna poca verdad, débil validez, ninguna legitimidad a lo masivo y a su mismidad, ya que esta solo puede ser empobrecedora, banal y colonialista.

En este artículo no se quiere ser tan optimista en la pureza de *los otros* (los medios comunitarios) ni tan pesimista en las aberraciones de *los mismos* (medios masivos), no se cree en el virtuosismo automático de *los otros* ni en lo pecador maléfico de la *mismidad* masiva mediática. Por el contrario, se apuesta por el *in-between*, el espacio *entre-medios*, la *bastardización* problemática entre *lo mismo* (medios masivos) y *lo otro* (identidades no blancas, occidentales y masculinas).

El argumento que se va a desarrollar y documentar es que habitamos un problema de comunicación intercultural entre las lógicas de *los otros* y las lógicas de *lo mismo*. El asunto es de interculturalidad, por ello habría que practicar las escuchas: las escuchas del *mismo* por parte de las identidades *otras*,² las escuchas de las narrativas del *otro* por parte de la *mismidad* mediática. Lo político es, entonces, más que convencer o persuadir o dominar o imponer... un asunto de *ganarse la escucha* para las narrativas de cada identidad *otra*, pero sin negar la existencia de que *el mismo* existe y actúa en el gusto y narrar colectivo de la sociedad. Para desarrollar este argumento, realizaré tres movimientos: uno teórico, descreer del determinismo transparente de lo tecnológico para asumir la tensión y *bastardización* de lo cultural y lo

ciudadano como condiciones de la acción comunicativa; un segundo movimiento que reivindica historias de resistencia comunicativa inscritas en las identidades *otras* que documentan intervenciones potentes que niegan la lógica del *mismo* (medios); el tercero propone el *in-between*, entre estéticas dominantes y de resistencia, entre narrativas del *mismo* y del *otro*, como espacio donde se juegan de manera *colabor-activista* las nuevas formas de ciudadanía (*celebrities*), de acción política (contar-narrar) y de intervención cultural (estéticas).

La innovación tecno-política de la comunicación

Como sociedad estamos dejando de ser *audiencias* y *rating* para ser *productores-conectados-hipertextuales*. Pasamos del *homo masa* (prensa, radio, televisión) al *homo connected* (internet, redes, celular) (Bonilla et al., 2011). Estamos dejando de ser, poco a poco, *rating/estadística*, recepción/pasividad, consumo/mercado, sumisión/masa para pasar a ser las prácticas, los usos y las expresiones que hacemos de las pantallas y las redes (Foguel, 2007). Nace una *comunicación otra* que se rige por criterios de sociedad-comunicación-cultura libre, abierta, *open source*. Carlos Scolari (2008) ha dejado constancia de los acuerdos que existen en esta nueva ecología mediática: un sistema que se caracteriza por ser digital, en red, hipertextual, multimedia e interactivo.

Nace una *nueva comunicación* de agregación-conexiones-links-colaboración-*transmedia*. Y ahí los de abajo, los excluidos, los jóvenes, *los otros* son liberados y devienen productores de su lugar mediático en el mundo, y según los optimistas se convierten en *netizens* que resisten vía el activismo comunicativo. Surge así un *discurso académico* “determinista” tecnológico que cree que a más aparatos y conexión digital (automáticamente) mayor democracia, política y desarrollo.

Aquí se reconoce la condición de posibilidad del internet, el celular y las pantallas digitales, pero se propone, más que creer en el poder de las tecnologías para liberar subjetividades subyugadas y comunidades

2::

... y es que los medios son, también, un *otro* —aunque sean hechos de *mismidad*— con lógicas propias para enunciar, narrar, intervenir... que *los otros* localizados culturalmente deberían comprender para poder dialogar, intervenir, estallar: si no se comprenden las lógicas mediáticas, poco o nada de diálogo o intervención se podrá lograr.



oprimidas, comprender la *experiencia* (Baricco, 2008) cultural que acontece con las prácticas comunitarias de las tecnologías: los rituales comunicativos que se habitan, las intervenciones estéticas y narrativas que innovan esas pantallas, los goces culturales que se juegan en la comunicación (Rincón, 2009): no es en las tecnologías sino en las *experiencias* culturales donde se innova. La mayor innovación llega inscrita en *lo cultural localizado* y en las identidades *otras* y en ciudadanías *celebrities* o cómo cada sujeto de identidad y cada activista comunitario se convierte en la estrella de la vida pública. La comunicación deviene así, en cuanto dispositivo expresivo, en cancha privilegiada para la afirmación estética y narrativa del sujeto y de la comunidad. Y ahí se recupera a Clifford Geertz (Bhabha, 2002, p. 81) cuando dice que *la experiencia* de comprender otras culturas es un asunto

narrativo “como captar un proverbio, percibir una ilusión, entender una broma más que consumir una comunión”.

Si la clave está en la producción comunicativa de *la experiencia cultural*, hay que asumir que esta experiencia está *bastardizada*, ya que en sus juegos estéticos y narrativos la pureza no existe ni en los *otros* ni en los *mismos*. Néstor García Canclini (1989, p. 15) lo llama “hibridación” e invita a comprender “las mezclas interculturales” entre lo tradicional, lo culto y lo popular, lo cual lleva a hacerse cargo de “la *heterogeneidad multitemporal* de cada nación”. En este mismo sentido, Bhabha (2002, p. 59) invita a ir más allá del “exotismo del multiculturalismo o la *diversidad* de las culturas” para inscribirnos en “la *hibridez* de la cultura” donde habita “el derecho a

Foto: Luis Robayo, AFP, julio 2012. Cerro Berlin en Toribío, Colombia.

significar desde la periferia”, y crear “las condiciones políticas del presente”.

En este contexto, cabe reivindicar los “espacios *entre-medios [in-between]*” como “sitios innovadores de colaboración y cuestionamiento, en el acto de definir la idea misma de sociedad” (Bhabha, 2002, p. 18): un pensar impuro, *bastardizado* y zigzagueante de los espacios culturales del *in-between*, un “Tercer Espacio” para “eludir la política de la polaridad y emerger como los otros de nosotros mismos” y reivindicar “la naturaleza *performativa* de las identidades diferenciales” (Bhabha, 2002, p. 264). Se trata de ir más allá de los códigos binarios, dualistas y morales para comprender las ambigüedades sociales y culturales.

Esta hibridez de la cultura o estas mezclas interculturales en las que confluyen juegos diversos de flujos y tensiones pueden significar una “estetización” de la experiencia cultural mediática, y por eso es clave pensarlas desde lo político como lo inestable y conflictivo de lo social: “lo político tiene que ver con el cuestionamiento de hechos sociales, de aquello que parece ser natural e incuestionable desde el punto de vista de lo social” (Slater, 2001, p. 417). Respecto a lo político Jesús Martín-Barbero (1987) propone el concepto de *mediaciones* como una trama que *articula* la relación comunicación/cultura/política: la articulación entre prácticas de comunicación, experiencias culturales de lo popular, movimientos políticos y sociales. También John Downey (2001) con su propuesta de medios radicales que a través del activismo llevan a que el sujeto y las comunidades populares ganen visibilidad e intervengan hacia el cambio social, pero reconociendo que son los contextos culturales y las condiciones políticas las que determinan el potencial transformador de la comunicación. Por su parte, Clemencia Rodríguez (2008) indica de manera práctica cómo lo político está es en la capacidad de ganar poder para el ciudadano y la comunidad.

Así, nada es en sí mismo político y transformador, ni por el hecho de estar inscrito en una cultura virtuosa *otra* ni en identidades ancestrales y auténticas ni por

tener una organización comunitaria ni por asumirse ideológicamente como popular o socialista. La acción comunicativa se juega en ese *in-between*, en esas “mezclas interculturales”, en esa tensión entre las polaridades de poder/dominación y resistencia/lucha, en esa *bastardización* entre lo virtuoso-cultural y lo pecador-masivo. A continuación se documenta cómo esta bastardización se convierte en *experiencia* de innovación social, activismo comunicativo y producción cultural de la comunidad.

Historias para contar

La *bastardización* asume que el espacio intermedio, el *in-between*, se halla en lo narrativo, en lo estético, en lo *performativo* más que en los contenidos y los valores; ahí en las historias es donde contamos: contar relatos, dar cuenta de lo que somos, contar como identidad (Rincón, 2006). Ahí, en los modos de producir relato, los de abajo y *los otros* entran en las visibilidades públicas, y es en esas prácticas del contar y el gusto donde el influjo de la *mismidad* mediática es más potente. De historias, estéticas y modos de narrar están hechos *los otros*; ese es su valor de super-vivencia: las historias. He aquí algunas historias de las identidades *otras*: las de resistencia, las de tensión, las de *bastardización*.

Historias de resistencia comunicativa desde y en la identidad

Hay maneras *más propias* de asumir la comunicación, y son aquellas que la asumen como *acción política*, inscrita en la *identidad otra*, para ganar la lucha pública y negarse a la *bastardización* que significa convertirse a las estéticas y narrativas de la *mismidad* mediática. En estas experiencias las comunidades hacen la comunicación para hacer política, guardar memoria, luchar por el relato: un dispositivo de lucha, que no de negociación o integración. Y entre las comunidades *otras*, las más comprometidas con la comunicación como acción estratégica de lo político y la identidad son las comunidades indígenas.³ He aquí algunas experiencias de esta comunicación que innova desde y en las identidades indígenas (Rincón, 2009).

3::

Al respecto también se puede consultar los documentos de la Segunda Cumbre Continental de Comunicación Indígena, realizada en el territorio Ayuujk de Santa María Tlahuitoltepec, Mixe, Oaxaca, México, del 7 al 13 de octubre de 2013.



- En México las radios indígenas son usadas para tener la palabra, contar la palabra, *conversar la palabra* (www.c3fes.net/docs/radiocomunitaria_mex.pdf).

- También en México existe el Chiapas Media Project (www.chiapasmediaproject.org), que hace video cooperativo y transnacional para sobrevivir y resistir, *documentarse a sí mismos*, en su propia lengua y desde su estética, y como medio para comunicar sus propias verdades, historias y realidades al mundo exterior.

- En Chile, la comunidad Mapuche (www.mapucheration.org) hace activismo por la tierra y activismo de pantallas; por eso ha desarrollado sus formas particulares de comunicación contra las versiones

oficiales de los medios masivos/invasivos/privados. En esta comunidad hay un personaje que durante las reuniones, duren lo que duren (a veces hasta tres días), se sienta al ladito de los que coordinan y escucha. Es el que escucha, y una vez terminada la reunión, es el que cuenta en las comunidades. Su relato es el verdadero: *escuchar para contar*.

- En Brasil, la experiencia se llama *Índios on line* (www.indiosonline.org.br) y trabaja con la apropiación de los teléfonos móviles celulares como táctica para hacerse periodistas, fotógrafos, antropólogos, historiadores de sus propias realidades y mejorar el diálogo con la población que los discrimina. Alex Pankararu, coordinador de la red, explica: “En la era digital, para cazar nuestro

Foto: Aizar Raldes, AFP. La Paz, junio 2006.

sustento, ejercer nuestra ciudadanía y mantener nuestras tradiciones estamos valiéndonos de la tecnología de punta: teléfonos móviles e internet. Estos son nuestros aliados a la hora de luchar por nuestros derechos”⁴.

- En Colombia, el pueblo El Misak, Guambia (www.amcic.info), se comunica para ser ciudadanos, para luchar por los derechos de la tierra y tejer sentimientos/pensamientos, para *resistir* y *re-existir*. Asimismo en Colombia, el pueblo Nasa y la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca (www.nasaacin.org) crearon El Tejido de Comunicación para tener y hacer *medios apropiados*, ya que se acogen los medios tecnológicos pero la fuerza y la riqueza están en los saberes culturales y los sentidos comunitarios. El Tejido facilita la activación y la acción permanente de una red de comunicación compuesta por *nudos* (ubicación en el territorio), *hilos* (estrategias de enlace de los nudos) y *huecos* (la tarea de selección de prioridades y traducción, interpretación y priorización temática para el trabajo de la red). Se trata de conectar con otros pueblos porque “solos no podemos” y “*caminar la palabra*”.

Estas experiencias se niegan a la *bastardización* y se localizan en su identidad *otra* como lugar de enunciación dentro de un programa de lucha política por existir. Aquí se evidencia una conciencia en las comunidades indígenas por controlar su producción de imágenes y mensajes al luchar por la autonomía como pueblos frente a la ciudadanía occidentalizada. En consecuencia, la comunicación no busca conectarse con el *mismo*, sino reconocerse y valorarse en su *otredad*, y así hacer de la comunicación un acto de lucha política más que un acto narrativo o estético.

Lo paradójico está en que, aunque se reivindique ese carácter político y *contenidista* de la comunicación, se termina actuando en el escenario planteado por la *mismidad* mediática, moderna y occidental, a la cual se le quiere negar incidencia y valor. Esto es así porque las acciones comunicativas están orientadas a intervenir

el mensaje mediático masivo: se lucha por existir en lo mediático para desde ahí ganar lo político. Esto significa que la pureza comunicativa no es posible, que los modos de estar en la comunicación están marcados por la *mismidad* mediática y que las identidades *otras*, aunque logran molestar e intervenir las intencionalidades y los usos de lo mediático, terminan actuando en una cancha acotada: la de la *mismidad* mediática moderna, porque estos medios y estas tecnologías son hijos de la modernidad, con lo cual lo político es intervenirlos desde las identidades propias.

Historias de tensión intercultural

No existen las historias puras que niegan valor al *otro* (solo mediáticas, ya que todas reconocen los saberes de lo popular) ni las que niegan valor al *mismo* (solo de la identidad, que niegan toda narración o estética mediática): existe la mezcla, la hibridez, la *bastardización*, pero sobre todo la tensión/lucha de relatos.

En julio de 2012, los indígenas nasa del norte del departamento del Cauca, en Colombia, acosados por numerosos actos de violencia en contra de su pueblo, tomaron la decisión de desalojar a todos los actores armados (incluidas las fuerzas militares del Estado colombiano) que hasta ese momento utilizaban como lugar de operaciones y enfrentamientos los territorios pertenecientes a los resguardos de Tacueyó, Toribío y San Francisco. Los representantes de los cabildos indígenas fueron primero a buscar a la guerrilla para pedirle que desalojara sus territorios. Para los indígenas así quedó acordado, y creyeron que la guerrilla había retrocedido. Al mismo tiempo, denunciaron a la fuerza pública y la invitaron a abandonar su territorio; como el gobierno no los escuchó, fueron al cerro Berlín a desalojar a los militares.⁵

Este hecho se convirtió en noticia mundial, pero triunfó la versión oficial, la interpretación que fue asumida de manera mayoritaria por los medios masivos: los indígenas, aliados con la guerrilla, no quieren entender que hay que defender el orden, la democracia y la autoridad estatal. Un informe de

4::

Aportes de

sebastian.thydewas@gmail.com de

Rede Índios On-line -

www.indiosonline.org.br +

"celulares-indígenas", celulares-

indigenas@googlegroups.com

5::

La descripción y el análisis de este caso se basa en el trabajo de grado en Periodismo de Fabiola León

Posada, *Relatos incompletos:*

análisis del cubrimiento noticioso

del conflicto del Cauca, Bogotá,

Universidad de los Andes, 2012.

televisión decía: “los militares fueron arrastrados, cargados y hasta golpeados en zona montañosa de Toribío”. Mientras se mostraba la imagen del comandante llorando por ser desalojado de su lugar de defensa de la patria, el locutor afirmaba que esa imagen tenía “indignada a gran parte del país” y que “la situación fue aprovechada por la guerrilla” (caracol.tv, 16 de junio de 2012).

La otra versión y comprensión fue la de los medios indígenas, que informaron que sesenta soldados se retiraron del lugar, pero el sargento Rodrigo García y otros seis soldados desacataron la orden de su comandante de abandonar el sitio que custodiaban:

ante la negativa a cumplir la orden de la autoridad indígena, la Guardia indígena procedió a utilizar la fuerza legítima; a un sargento lo empezó a llevar cargado y empujó a los demás soldados para que desalojaran el área. En medio del forcejeo uno de los soldados amenazó con matar a los indígenas que estaban a su alrededor y disparó su fusil entre la comunidad desarmada, ante lo cual las personas indígenas respondieron lanzándole tierra para protegerse, y empujando con más fuerza; los otros soldados dispararon al aire tiros de fusil y lanzaron gases lacrimógenos, al parecer para asustar a la gente reunida, sin lograrlo. Un segundo soldado tomó una granada de fragmentación y amenazó con estallarla en medio de la gente, ante lo cual varios guardias indígenas desenfundaron sus machetes en un acto comprensible de legítima defensa; el sargento le ordenó a dicho soldado que guardara la granada y éste obedeció. Luego de esto, la Guardia y la comunidad terminó la evacuación de los soldados utilizando una mayor fuerza, pero sin acudir a golpes de ninguna especie (nasaacin.org, 18 de julio de 2012).

Se puede constatar aquí que cada actor asume su lugar cultural y su autoridad política como legítimo para la enunciación e interpretación. El gobierno y los medios

masivos asumen que todos los habitantes de Colombia son los mismos ciudadanos con los mismos derechos y los mismos deberes; el más importante: respetar a los militares y odiar a la guerrilla. Los indígenas asumen, por su parte, que ellos no son solo ciudadanos de Colombia, sino también pueblos con identidad y normas propias, por lo cual su autoridad también es ancestral, y en este conflicto ellos dejan de ser ciudadanos de Colombia para reclamar la autonomía de la identidad.

Aquí se presenta el real problema de la comunicación de *la mismidad* mediática sobre los *otros* y desde los *otros*: la incapacidad de los enunciadores mediáticos para producir un diálogo intercultural, ya que no se preguntan por la verdad de *los otros* ni entienden sus modos de pensar y actuar, pero también la incapacidad de los indígenas para comprender los modos de enunciar, narrar y producir sentido de *la mismidad* mediática. Por lo tanto, asistimos a una interrupción de sentidos interculturales, porque ambas partes niegan valor a la otra y cada parte quiere imponer como verdad la suya. Se niega la hibridez, no se reconoce que hay un espacio *in-between*, y cada uno se queda en su modo de narrar y en su modo de comprender. Esta negación hace que el diálogo intercultural sea imposible y que cada uno se repliegue a su verdad y a su narrativa.

Historias de *bastardización*

Entre marzo y junio del 2012, la *plurinacionalidad* de Bolivia se convirtió en escándalo político y mediático.⁶ El magistrado del Tribunal Constitucional Gualberto Cusi⁷ confesó que utilizaba el ritual de la hoja de coca para resolver algunos casos judiciales complicados. Esa declaración generó una polémica nacional y fue objeto de burlas y mofas de los *civilizados*; incluso fue llamado a la Asamblea Legislativa Plurinacional para explicarse. Allí, Cusi ratificó que la práctica milenaria de la lectura de la hoja lo ayuda a decidir en las sentencias judiciales. Defendió su derecho a usar la lectura de la hoja de coca como legal y constitucional, basándose en el artículo 21 de la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, que dice:

6:: Cusi ratifica respeto a la sabiduría milenaria de la hoja de coca, 13 de junio de 2012, recuperado de http://www.eldia.com.bo/index.php?c=&articulo=Cusi-ratifica-respeto-a-la-sabiduria-milenaria-de-la-hoja-de-coca&cat=360&pla=3&tid_articulo=93108, 24 de mayo de 2013.

7:: Gualberto Cusi llegó al cargo de Magistrado con el mayor apoyo ciudadano en las urnas en las elecciones judiciales de octubre de 2011.



Foto: Aizar Raldes, AFP. Eterazama, Bolivia, diciembre 2005.

Las bolivianas y los bolivianos tienen los siguientes derechos:

1. A la auto-identificación cultural. [...]
3. A la libertad de pensamiento, espiritualidad, religión y culto, expresados en forma individual o colectiva, tanto en público como en privado, con fines lícitos. [...]
5. A expresar y difundir libremente pensamientos u opiniones por cualquier medio de comunicación, de forma oral, escrita o visual, individual o colectiva.

8::

Un "lavado" ritual durante el cual se hace pasar el animal por el cuerpo del paciente para que absorba la enfermedad. Se le da al cuy una variedad de hierbas medicinales y, cuando el animal ha elegido una de ellas, esa misma se prescribe al enfermo. A continuación, el chamán sacrifica al cuy y examina sus entrañas para determinar no solamente la causa de la enfermedad y la prognosis, sino también la salud mental del paciente y la situación de su hogar y su familia.

Cusi concluyó: "Yo me autoidentifico como indígena originario campesino, específicamente como aymara; eso significa que soy parte de una cultura, y en mis penas y en mis pensamientos está la cultura ancestral y milenaria; entonces siendo parte de una cultura tengo derecho a expresar esa mi cultura". Pero además manifestó: "Soy de profesión abogado, no soy curaca, no soy sacerdote para hacer ritos".

En el mismo horizonte, otras dos historias breves. La primera sucede en Ecuador, en la comunidad de Otavalo. Una madre estaba haciendo una limpia, un ritual de purificación que tradicionalmente se hace con un animal llamado cuy,⁸ pero con un celular. Cuando se le preguntó por qué lo hacía con ese aparato, ella dijo que, como hablaba a través del celular con sus hijos migrantes, ese aparato ya contenía los espíritus de la tradición para hacer la limpieza. La segunda: en la India hay una serie de televisión sobre la vida Rama, *Vishnu Puran*, dirigida por B. R. Chopra (2003). Esta serie llegó a ser tan popular entre los devotos de Lord Shri Vishnu que cuando la veían adornaban con flores el televisor, convirtiéndolo en un altar de culto.

Estas tres historias documentan la experiencia de *bastardización* entre lo propio y lo auténtico de las identidades *otras* y las narrativas masivas de la *misimidad* mediática. No son una cosa o la otra, surgen en un *in-between*: tienen experiencias de ambas, se relatan en modo mediático, pero para reivindicar rituales, saberes, prácticas autóctonas de identidad. Y desde ambas lógicas (la de *lo otro* y la de *lo mismo*) se

cuestiona su verdad: *la mismidad* no reconoce valor en el ritual simbólico de la hoja de coca, pero el virtuosismo de *lo otro* tampoco reconoce verdad en el uso del celular o la televisión como prácticas de ritualidades de la identidad.

El asumir la experiencia cultural mediática de la *bastardización* lleva a comprender no solo que el asunto no es de ignorantes, atrasados e incultos, ni de abusivos, dominadores y mercaderes, sino que hay dos o más lógicas que se barbarizan, *virusean*, interceptan para significar: así, que el magistrado Cusi se inspire en sus simbologías y rituales culturales significa lo mismo que cuando el procurador Ordóñez en Colombia, por ejemplo, decide su justicia con base en Dios. Más interesante aún es que la hoja de coca surge como un relato, una manera de narrar, un modo de significar válido, lo cual implica que puede ser considerada una práctica comunicativa localizada en la identidad indígena boliviana. Esta *bastardización* se hace espiritual cuando una tecnología (el celular) puede asumir poderes ancestrales de la identidad, porque su función es desplazada hacia lo ritual: aquello que convierte a la identidad en un acto performativo, o cuando un aparato tecnológico (el televisor) pierde su función masiva para convertirse en símbolo ceremonial y altar.

Estas experiencias bárbaras documentan que no hay pureza comunicativa ni en las identidades *otras* ni en las tecnologías y narrativas de *lo mismo*; estas prácticas del *in-between*, estos rituales de *bastardización* de la identidad deben reivindicarse, entonces, como acciones de re-invencción y resistencia cultural desde y en las lógicas de la *mismidad* mediática.

Ganarse la escucha, para narrar con más potencia

En los tres tipos de historias presentadas (las de resistencia, las de tensión y las de *bastardización*) la comunicación aparece como cancha de disputa cultural, ya que es un escenario del espectáculo del duelo de relatos y de lógicas donde se juegan versiones del *mismo* y del *otro*. Estas historias documentan, a su vez, que las condiciones culturales y mediáticas son

híbridas y que habitamos en medio de luchas *interculturales* por el relato de la hegemonía, y que, por lo tanto, no hay un discurso ni práctica ni experiencia auténtica o verdadera. Y no existe lo auténtico o verdadero porque lo legítimo se establece en relación con el enunciador del relato: para mantener poder (los medios y el Estado) o por ganar poder (las identidades y *los otros*). Entonces, la radicalidad de lo político está localizada en si se gana poder y en si se resuelve superar el antagonismo de versiones para ganar reconocimiento social y cultural en la interrelación entre el *otro* y el *mismo*. Solo en *la escucha del otro* (indígena) y del *mismo* (los medios y los dominadores) se puede ganar poder, porque la lucha de lo político es por transformar escuchas, y por tanto modos de narrar y enunciar. El asunto central es, en simultáneo, la tensión entre poderes y decires narrativos, y la *bastardización* estética y enunciativa.

En este contexto podemos aseverar que el asunto no solo es de afirmación cultural o autonomía del sujeto o hegemonía mediática y del mercado, sino también de comunicación intercultural, donde la clave son las escuchas. El conocer las lógicas del *otro* y el *mismo* para comprender la *bastardización* cultural que se da en las lógicas políticas, los juegos del poder, los modos de narrar, las estéticas del disfrute. Si se asume una perspectiva intercultural, hay que *barbarizarse* y jugar en la medianía; ganar ese *in-between*, ese *tercer espacio* de Bhabha (2002); apropiarse de las *mediaciones* que nos habitan en nuestros modos de narrar y hacernos visibles, como propone Martín-Barbero (1987) al recuperar las articulaciones entre lo político con lo mediático y lo mediático con lo popular; comprender que la ciudadanía es ganar poder, y que ganar poder en lo mediático es intervenir sus modos de narrar desde su adentro estético como lo asume Clemencia Rodríguez (2008); reivindicar la radicalidad y el activismo mediático como una táctica de lucha cultural desde la identidad localizada (Downey, 2001).

En síntesis, asumir que las *narrativas colaborativas* y *activistas interculturales* entre *lo mismo* y *los otros*

significan ganarse al *otro* para el relato del *mismo* (lo cual implica participar de las narrativas y lógicas mediáticas) y ganarse al *mismo* para el relato de *los otros* (lo cual obliga a que lo mediático se abra a otras estéticas y modos de narrar, inscritos en las identidades *otras*).

¿Cómo se logra? A través de experiencias *bastardas*, pero significativas, narrativas gozosas y populares que *innoven* desde la expresión/narración *culturalmente localizadas*, convirtiendo la comunicación en *experiencias* que produzcan ciudadanía *celebrities* o que conviertan al ciudadano en la estrella de la vida pública: no por sus contenidos, sino por su afirmación popular, estética y narrativa; *experiencias* que habiten “el derecho a significar desde la periferia”, como práctica de “innovación, colaboración y cuestionamiento en el acto de definir la idea misma de sociedad” (Bhabha, 2002, p. 18); *experiencias* de un comunicar bastardo, impuro, ambiguo, sucio, que ejerce el activismo expresivo y comunitario: colaborativo y activista.

Las ciudadanía *celebrities* se pueden constatar en *experiencias* populares, como la muestra audiovisual indígena en territorios indígenas de Colombia,⁹ que encontró que quienes veían lo indígena en pantalla gozaban con ellos mismos siendo los protagonistas, reían al ver los chivos y al verse a ellos mismos, gozaban por ser ellos mismos las estrellas. “Los chivos aparecían tanto en pantalla como alrededor del escenario [...], apreciamos risas genuinas, de quien se identifica con lo que ve en la pantalla, que es su lengua y la cultura propia”.¹⁰ La comunicación deja de valer por su contenido y gana sentido en sí misma en cuanto táctica para verse y reconocerse, para ejercer el derecho a la propia imagen y al propio entretenimiento.

Otra historia de esa *bastardización* impura en lo político, lo cultural y lo narrativo está en Belén de los

Andaquies, un pueblo de la selva colombiana donde se creó la Escuela Audiovisual Infantil, que tiene blog (<http://escuelaaudiovisualinfantil.blogspot.com>) y más de cien videos en You Tube. Esta experiencia hace comunicación siguiendo un manual de estilo simple: sin historia no hay cámara; todo video debe producir alegría para alejar los miedos de la guerra; se cuenta desde la estética local; se narra siguiendo la estrategia del chisme (historia con moraleja); se respetan los gustos populares en aficiones, música y estilo. Después de ir a la escuela formal, los niños que tengan historia van a esta escuela audiovisual y cuentan sus relatos. Sus padres pueden ver los trabajos de sus hijos en la plaza del pueblo y se sienten orgullosos de ellos. Su vitalidad narrativa no depende de la tecnología, ni de seguir las pautas mediáticas, ni de las culturas, ni de las ONG. Tienen ganas de contar, no le regalan el tiempo libre al odio y no le tienen miedo a la *bastardización*. La pasan bien, se divierten y alejan la guerra.

Estas *experiencias* no tienen la fuerza de la resistencia, tampoco de la lucha política por la identidad, porque juegan a mitad de camino entre las estéticas y narrativas dominantes y los deseos y expresiones de lo propio. Juegan a la comunicación bastarda para existir, al entretenimiento como posibilidad desde abajo, a los protagonismos locales para hacerse estrellas: no se quedan en la seducción tecnológica y mediática (*la mismidad*), tampoco en la autenticidad política virtuosa de *lo otro*; buscan ser de otro modo: existir contando. Su innovación social aparece cuando se narra desde esas estéticas y narrativas bastardas.

A este modo *bastardizado* de comunicación lo denominó *colabor-activista*: colaborativo y activista. Aparece cuando cada comunidad se da los medios, las estéticas y las narrativas que necesita. Comunicación radical para ganar poder, porque esta estética, casi de juego, y esta política, casi de pasión, habitan el ser mensaje sin pedir permiso: desde la propia identidad pero en hibridez narrativa con la *mismidad*.

9::

Daupará 2012 - Territorio Wayuu -
20 al 22 de noviembre de 2012 -
“Pütchi eiyatülu akuaipaa”
 (“Imágenes y palabras para contar y
construir”), una propuesta conjunta
de Daupará y Fuerza de Mujeres
Wayuu para fortalecer a los
colectivos y procesos de
comunicación indígena en el
territorio wayuu.

10::

Referencia contada al autor por
Rosaura Villanueva - Cineminga -
rosaura@cineminga.org

Hacer la comunicación, producir los medios, contar las culturas es una lucha por existir en el mundo. La tecnología liberó la máquina, la política liberó la mente, las culturas liberan los imaginarios, ahora todos podemos re-inventar. La clave está en intentar otras estéticas, otros formatos, otras expresividades mediáticas, pero sin negar que también somos hijos de una narrativa *mainstream* que es estadounidense (Martel, 2012). Somos hijos *bastardizados* de dos culturas: la gringa y la nuestra, y así sabemos existir en el mundo.

La innovación está en re-inventarse en las múltiples formas de otros, en estética *colabor-activista*, en mirada cercana, en versión de *nuevas sensibilidades* colectivas llamadas mujeres, indígenas, afros, medioambientalistas, sexualidades otras, calle, ciudad, joven, niños... Hay mucha sensibilidad no contada en busca de su propia forma. No todo es contenido; lo vital y potente de la comunicación está en las culturas emocionales, estéticas y narrativas: es más un asunto de re-conocimiento (cultura) que de conocimiento (saberes). Comunicación para contar, dar cuenta, ser tenido en cuenta y rendir cuentas. Comunicación para existir en el mundo de las pantallas. ■■

Referencias bibliográficas

- Bhabha, Homi K. (2002). *El lugar de la cultura*. Buenos Aires, Manantial.
- Baricco, Alessandro (2008). *Los bárbaros: ensayos sobre la mutación*. Barcelona, Anagrama.
- Bonilla, Cataño, Rincón, Zuluaga (2011). *De las audiencias contemplativas a los productos contemplativos*. Cali, Universidad Javeriana.
- Downey, John (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. Londres, Sage.
- García-Canclini, Néstor (1989). *Culturas híbridas*. México, Grijalbo.
- Fogel, Jean François (2007). "Veinte apuntes sobre el ciberLeviatán", *Letras Libres*, julio de 2007 (versión electrónica <http://www.letraslibres.com/revista/convivio/veinte-apuntes-sobre-el-ciberleviatan>).

- León, Fabiola (2012). *Relatos incompletos: análisis del cubrimiento noticioso del conflicto del Cauca* (tesis de maestría en Periodismo). Bogotá, Universidad de los Andes.
- Martel, Frédéric (2011). *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. Madrid, Taurus.
- Martín-Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, Gustavo Gili.
- Rincón, Omar (2009). "estos/medios/apropiados: cuentos indígenas de la paciencia, la identidad y la política", *folios 21 y 22*, 2009, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia, pp. 181-196.
- Rincón, Omar (2011), "Estos medios: estéticas activistas y narrativas de uno", en J. Pereira y A. Cadavid (comps.). *Comunicación, desarrollo y cambio social*. Bogotá, Editorial Javeriana, pp. 289-298.
- Rodríguez, Clemencia (ed.) (2008). *Lo que le vamos quitando a la guerra (medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia)*. Bogotá, C3-FES.
- Slater, David (2001). "Repensar la espacialidad de los movimientos sociales: fronteras, cultura y política en la era global", en Arturo Escobar, Sonia Álvarez y Evelina Dagnino (eds.), *Política cultural y cultura política: Una nueva mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos*. Bogotá, Taurus.
- Scolari, Carlos (2008). *Hipermediaciones*. Barcelona, Gedisa.

Bibliografía complementaria

- Halkin, Alexandra (2006). "Outside the Indigenous Lens: Zapatistas and Autonomous Video-making", *Revista Chilena de Antropología Visual* 7, junio, pp. 71-92.
- Jenkins, Henry (2009). *Fans, bloggers y videojuegos: la cultura de la colaboración*. Barcelona, Paidós.
- Rancière, Jacques (2005). *Sobre políticas estéticas*. Barcelona, Libres de recerca.
- Rincón, Omar (2005). "Comunicar entre lo tecno y lo retro: activismo y estéticas en experimento", *Signo y Pensamiento* XXIV(47), julio-diciembre.
- Rincón, Omar (2006), *Narrativas mediáticas o cómo cuenta la sociedad del entretenimiento*, Barcelona, Gedisa.
- Rodríguez, Clemencia, y Janine El'gazi (2007), "Poética de la radio indígena en Colombia", en *Ya no es posible el silencio*, Bogotá, C3-FES.