

ESTUDIOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN IDIOMAS MINORITARIOS Y LA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL: DIÁLOGO ENTRE EUROPA Y AMÉRICA LATINA*

Minority Language Media Studies and
Communication for Social Change: Dialogue
between Europe and Latin America

Enrique Uribe-Jongbloed

Universidad de la Sabana, Colombia

ENRIQUE URIBE-JONGBLOED

PROFESOR ASISTENTE, FACULTAD DE COMUNICACIÓN, UNIVERSIDAD DE LA SABANA. CANDIDATO A PhD, ADRAN ASTUDIAETHAU THEATR, FFILM A THELEDU, PRIFYSGOL ABERYSTWYTH UNIVERSITY, CYMRU, UK.

CORRESPONDENCIA: Km. 7. AUTONORTE, PUENTE DEL COMÚN, CHÍA, 25-00-01, COLOMBIA. enrique.uribe@unisabana.edu.co

SUBVENCIONES Y APOYOS: COMISIÓN DE ESTUDIOS EXTRAORDINARIA, UNIVERSIDAD DE LA SABANA. BECA ORSAS (OVERSEAS RESEARCH SCHOLARSHIP), ABERYSTWYTH UNIVERSITY MERCATOR NETWORK.

* ESTE TRABAJO NO PODRÍA HABER SIDO REALIZADO SIN EL APOYO DE MI COLEGA Y AMIGA, LA PROFESORA MARÍA FERNANDA PEÑA, DE LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA, QUIEN TUVO A BIEN REVISAR, CORREGIR Y COMENTAR ESTE TRABAJO ANTES DE SU PUBLICACIÓN.

RESUMEN

Este artículo surge de un interés personal de expandir los estudios de medios en idiomas minoritarios al contexto de América Latina. Al mismo tiempo, surge de un deseo de presentar algunos de los logros de la Comunicación para el Cambio Social en América Latina a la comunidad académica de estudios mediáticos en Europa, que no los conocen a fondo. Para lograr esto, este artículo presenta los elementos comunes entre las dos áreas de estudio. Llama la atención sobre el hecho de que el idioma es tan sólo uno de los varios aspectos culturales bajo los cuales las comunidades indígenas y étnicas son marginadas tanto del acceso a los medios de comunicación principales, como a través de los contenidos de estos. El artículo instiga a que la investigación sobre medios en idiomas minoritarios en América Latina opte por una aproximación contextual que estudie los procesos de negociación de identidad y la capacidad participativa, definidas bajo los conceptos de hibridación y convergencia. También exige que en las investigaciones exista un incremento en la participación de los sujetos de éstas. Por último, ambos aspectos son presentados como el diálogo fundamental para extender a América Latina los estudios de medios en idiomas minoritarios y proveer así de retroalimentación para su continuo desarrollo en Europa.

PALABRAS CLAVE: Medios de comunicación; idiomas minoritarios; convergencia; hibridación.

ABSTRACT

This contribution stems from a personal interest in expanding Minority Language Media research into the Latin American context. It also arises from a desire to present some of the achievements of Communication for Social Change in Latin America to a European media studies community not acquainted with them. In order to do this, the paper begins by presenting the common ground between the two areas of studies. It draws attention to the fact that language is but one of many cultural aspects under which indigenous and ethnic communities are marginalised from and by the main media outlets in Latin America. Because of this, research into Latin American Minority Language Media needs to have a contextual approach that studies the processes of identity negotiation and participatory agency defined under the concepts of hybridity and convergence. It also demands for research to increase participation of its subjects of inquiry, as consistently requested by practitioners of Communication for Social Change. Finally, both of these aspects, a contextual approach of hybridity and convergence, and the encouragement for more participatory research, are presented as the fundamental dialogue to expand Minority Language Media studies to Latin America and to provide feedback for its further advances in Europe

KEYWORDS: *Media; minority language; convergence; hybridity.*

INTRODUCCIÓN

La rápida desaparición de idiomas se ha convertido en una preocupación mundial por las implicaciones que puede tener esa pérdida, no sólo en términos lingüísticos, sino también en detrimento del patrimonio cultural de la humanidad (Uribe-Jongbloed, 2007). Al mismo tiempo que entidades internacionales buscan la protección de idiomas en peligro de extinción (ver UNESCO, 2009a; Wintermans, 2008), surgen en el mundo mayor cantidad de expresiones mediáticas producto de una cultura global participativa (Deuze, 2006), entre las cuales se encuentran algunas que buscan el cuidado de estos idiomas.

Esta aparición de idiomas en peligro de extinción, también llamados minoritarios, en los medios de comunicación, se ha convertido en un área de estudio en sí misma (Cormack, 2004). Aunque su surgimiento como área de estudio se dio en Europa, la relación entre idiomas minoritarios y medios de comunicación es un asunto global. En América Latina, particularmente, el interés en idiomas minoritarios ha sido parte de una variedad de estrategias en proyectos de desarrollo y mejora de la calidad de vida de comunidades vulnerables. La Comunicación para el Cambio Social, un campo de estudio y trabajo práctico que involucra participantes de diversas disciplinas, ha comprendido el valor que tiene la comunicación en procesos de desarrollo local y ha promulgado la importancia de la participación de las comunidades en sus proyectos de desarrollo, incluyendo el uso de su propio idioma dentro de estos.

De este modo, estos dos campos del saber tienen puntos comunes que vale la pena resaltar, y cuya interrelación puede ser fructífera para su mutuo desarrollo.

El artículo propone dos debates: Por un lado, busca clarificar los conceptos de hibridación y convergencia de modo que representen categorías evaluables, para así evitar que sean términos vacíos y ambiguos. Por otro lado, propone la participación como eje fundamental de los procesos investigativos, exhortando a que

la academia adquiriera un compromiso ético con las comunidades que estudia, y no se limite a la recolección de datos para su beneficio propio.

Finalmente, este artículo plantea algunas posibilidades a través de las cuales estas dos áreas del saber pueden nutrirse mutuamente y colaborar en la producción de nuevo conocimiento.

DESARROLLANDO EL ÁREA DE ESTUDIO DE MEDIOS EN IDIOMAS MINORITARIOS EN AMÉRICA LATINA

Los estudios sobre Medios en Idiomas Minoritarios (MIM) han adquirido prominencia en Europa recientemente (Cormack, 2004; Guyot, 2006; Cox, 2010; Cormack & Hourigan, 2007), aunque generalmente se refieren más a los idiomas tradicionales que a los idiomas de inmigrantes (Hourigan, 2007; Extra & Gorter, 2008). Cormack (2000, 2004) privilegia la diversidad lingüística, sobre la diversidad étnica o cultural, a la hora de definir el foco del área de estudio. Así, la delimitación a Europa Occidental a través de la cual Cormack (1998, 2004, 2007a) enmarca el área de estudio específico de MIM, reduce la visión global propuesta originalmente por Riggins (1992b) y extendida por Browne (1996, 2005, 2007).

Esto parece autoevidente en el caso de Europa, donde las diferencias étnicas parecen haber sido borradas de la memoria colectiva, y la nación se concibe como configurada a través de otros parámetros culturales,¹ y el idioma se convierte en la característica saliente que justifica la búsqueda de espacios mediáticos separados. Mientras tanto, en otras latitudes, las discusiones sobre etnicidad siguen siendo muy relevantes y contemporáneas (Espinosa Arango, 2007; Gómez Suárez, 2005).

Igual que en el caso de las luchas de los aborígenes en Australia (Meadows & Molnar, 2002), las luchas étnicas e indígenas en América Latina han exigido espacios mediáticos para expresar

1 Por ejemplo, así lo presenta Castells (1997) para el caso de Cataluña.

su propia perspectiva, no sólo para los miembros de sus grupos, sino para la sociedad nacional entera (Rodríguez & El Gazi, 2007; Murillo, 2008; Alia, 2010). Esto debido a que no sólo es su idioma, sino todos los aspectos de su cultura lo que permanece ausente del discurso hegemónico del Estado nación. Las identidades, originalmente marginadas de, y mediante, los medios de comunicación nacionales, buscan forjarse en identidades opositoras que “se presentan contestando la etiqueta de marginación que se les impone, forzando los márgenes de la normalidad legal y la estima social” (Sampedro Blanco, 2004, 140).

Los asuntos de grupos marginados en América Latina han sido fundamentales para la Comunicación para el Cambio Social (CCS). La CCS es una propuesta desarrollada por académicos y activistas que se interesan por generar cambios en las comunidades a partir del empoderamiento, haciendo hincapié en que los individuos sean protagonistas de su propio desarrollo y se capaciten en el uso de herramientas de comunicación para generar auto-representación, y promover desarrollo desde una perspectiva de base (Gumucio-Dagron, 2007; Gumucio-Dagron & Tufte, 2008a; Servaes, 1996b). Entre las herramientas que promueve la CCS se encuentra la promoción de participación y creación de medios de comunicación para modificar imágenes colectivas, lo cual es evidentemente fundamental si asumimos que “el poder en la sociedad de las redes es el poder de la comunicación” (Castells, 2009, p. 53).

El interés de cambiar esas imágenes negativas y dar cabida a un mayor espacio en los medios no siempre es tolerado por las estructuras ya existentes². Estas estructuras permiten la aparición de estos espacios alternos siempre y cuando tengan un área de efecto reducida, debido a que “cuando [las transmisiones indígenas] cre-

2 Es muy dicente que una publicación oficial del Ministerio de Cultura Colombiano admita esto con respecto al surgimiento en Colombia de las radios comunitarias:

Este proceso [el surgimiento de emisoras en diferentes municipios del país] se desarrollaba no sin poca molestia de los intereses privados de los grandes monopolios y una fuerte persecución a los radialistas y el cierre de estaciones, decomiso de equipos, entre otras acciones emprendidas. (Ministerio de Cultura, 2010, pp. 44-45)

cen tanto como para requerir recursos considerables, las presiones hegemónicas golpean más fuertemente” (Evans, 2002, p. 324).

Fuera de eso, aunque el uso del idioma de la comunidad marginada dentro de sus instituciones sociales las hace libres de influencia hegemónica (Nichols, 2006), también les restringe la posibilidad de presentar su lucha ante otros grupos poblacionales. quienes pueden estar también bajo la misma visión hegemónica³.

IDENTIDADES EN CONFLICTO

Riggins (1992a) señala que la asimilación hacia la cultura mayoritaria aumenta cuando los medios de minorías étnicas buscan alcanzar audiencias más amplias usando el idioma mayoritario. No obstante, la estrategia opuesta, evitar el idioma mayoritario para preservar la cohesión lingüística, puede llevar a la pérdida de otra audiencia cuya identidad étnica o indígena sigue siendo fuerte, pero que ha abandonado el uso de la lengua ancestral.

Esto muestra el contraste entre la observación de Browne (1996) sobre el idioma como un aspecto fundamental que lleva al establecimiento de medios de comunicación para minorías étnicas, y aquella de O’Reilly’s (2001, p. 15), quien sentencia que “existen aspectos no lingüísticos de la identidad étnica, como un sentido de parentesco y territorio, los cuales son considerados muchas veces como más relevantes que el idioma”⁴. Por esto, Browne (1996, p. 223) admite que “aunque revivir o revitalizar la

3 Un ejemplo de esto es la estación radial Payu’mat que no obstante haber sido equipada a través de un programa del Gobierno Nacional Colombiano, del cual la minoría indígena Nasa fue beneficiaria, mantiene un perfil anti-hegemónico, crítico de las políticas gubernamentales (Murillo, 2008). Sin embargo, se mantiene marginal frente a los conglomerados mediáticos que representan la perspectiva hegemónica nacional, ejerciendo una influencia mínima sobre la visión predominante de la sociedad. Pero, de manera contradictoria, al ser su interés el ejercer algún tipo de impacto sobre la visión hegemónica, recurren al uso del idioma mayoritario, lo cual puede tener un efecto negativo para el mantenimiento de su propia lengua.

4 Este es un aspecto común a varios grupos indígenas en América Latina (Favre, 2006), ya que algunos usuarios de “lenguas indígenas se identifican no como miembros de un grupo étnico si no como *campesinos* o como personas de una comunidad o región específica” (Smith, 2008, p. 187).

lengua ha sido una razón principal para establecer las estaciones de transmisión indígenas, pocas de ellas transmiten exclusivamente en idiomas indígenas y la mayoría de ellos transmite en el idioma de la mayoría cultural”, indiferentemente de la centralidad del idioma en su identidad⁵.

De todos modos, no se puede negar que los medios de comunicación producidos, definidos y establecidos por los grupos indígenas sirven como espacios para expresar sus propias voces y su propia visión de mundo (Communication for Sustainable Development Initiative, 2010; Wilson & Stewart, 2008).

Aunque la tecnología moderna y el discurso político de la modernización no sean exactamente lo mismo, “en la realidad las dos cosas están siempre entrelazadas” (Sparks, 2007, p. 195), y por ello la apropiación y resignificación de las tecnologías exigen un proceso de negociación entre los elementos culturales imbuidos en la tecnología y el interés cultural de las comunidades (Ginsburg, 2008). Estas negociaciones pueden ser descritas como incluidas en dos categorías que son difíciles de desentramar una de la otra: hibridación y convergencia.

HIBRIDACIÓN O CONVERGENCIA: ¿DOS CARAS DE LA MISMA MONEDA?

La hibridación se fundamenta en el discurso post-colonialista (Kraidy, 2010) y hace referencia a la apropiación, modificación y adaptación —o deculturización, aculturización y reculturización (Wang & Yeh, 2005)— de los productos mediáticos (v.g. programas de televisión) y las influencias culturales. Las presiones mediática externas no sólo se reciben y se adaptan, se reconstruyen, y sus significados se elaboran de nuevo en una relación de

5 Esto se aplica en el caso de varios grupos étnicos e indígenas en Colombia, cuya identidad no se ha perdido, aunque su lenguaje ancestral se haya extinguido, como en el caso de los Quillacingas o Pastos, y subraya el hecho de que la lengua tradicional puede tener una importancia simbólica más que instrumental (Uribe-Jongbloed & Peña Sarmiento, 2008).

negociación entre la modernización y las visiones tradicionales (García Canclini, 2000).

Este proceso involucra una negociación que se lleva a cabo en ejes inequitativos, y puede conducir a “bruscas adaptaciones de las culturas locales hacia los paradigmas culturales hegemónicos y transnacionales” (Roveda Hoyos, 2008, p. 62). Esto ocurre porque los productos culturales importados traen consigo una supuesta definición de calidad o superioridad otorgada por las ventajas económicas y estructurales hegemónicas de las industrias culturales en las que se produjeron. No obstante, surgen nuevas propuestas y formas de integrarse con los medios, desde simples adaptaciones hasta fulgurantes resistencias y re-apropiación de espacios mediáticos como lugares para redefinir los límites culturales⁶.

Otro término utilizado recientemente para describir un proceso similar es el de convergencia (Deuze, 2006, 2010; Jenkins, 2006) que se puede resumir como “normas emergentes contemporáneas, valores y patrones de actividades que desdibujan las fronteras entre la producción mediática y su consumo” (Deuze, 2006, p. 268). Vale la pena cerciorarse de que esta definición no se limite a una variable tecnológica, con la que usualmente la asociamos, sino que se refiera a la capacidad que posee la audiencia para proveer aportes para sus productos culturales. Aunque esta participación del público en los medios de comunicación no es novedosa, la cantidad de esta, y la directa omnipresencia que tiene en la Internet la hace más claramente visible en el presente (Deuze, 2010), porque los consumidores son al

6 Las adaptaciones audiovisuales de un mercado a otro son ejemplo de estas negociaciones que pueden ser de varios tipos: hegemónicas o del eje hacia la periferia, en el caso de la ubicuidad del cine de Hollywood y su referente como canon de la actividad filmica (Fu & Govindaraju, 2010), y la masificación de productos televisuales del norte global; anti-hegemónicas o de la periferia hacia el eje, como en el caso de la telenovela colombiana *Yo soy Betty, La fea* y su versión Estadounidense *Ugly Betty* (Rivera-Betancur & Uribe-Jongbloed, 2011; Miller, 2010; Esposito, 2009); e incluso alternativas o de la periferia hacia la periferia, como los videos amateurs indígenas, con su propio canal de difusión y sus propias propuestas poéticas por fuera de los mercados hegemónicos (Salazar & Cordova, 2008).

mismo tiempo productores –prosumidores– definiendo la extensión y la forma de la sociedad mediante la manipulación de la tecnología de comunicación disponible (Islas-Carmona, 2008). Por esto, la infraestructura y disponibilidad tecnológica, y sus competencias respectivas, son los obstáculos principales para alcanzar la convergencia (Jenkins, 2006), pues las diferencias de acceso a los mismos canales de participación segmentan a la sociedad, y continúan siendo la brecha que evidencia que la *era digital* es una falacia (Ginsburg, 2008).⁷ Además, las tecnologías que permiten la participación no siempre llevan a que se utilicen para modificar las disparidades comunicativas y falsas representaciones mediáticas. La expansión de las redes sociales, por ejemplo, parecen limitarse a expandir “los ‘medios fáticos’ en los cuales la comunicación sin contenido ha tomado precedencia” (Miller, 2008, p. 398), y donde mantener una presencia virtual se convierte en un fin en sí mismo. Por esto, la convergencia como participación activa no se puede limitar conceptualmente al acceso a nuevas tecnologías.

Ambos conceptos parecen señalar debates similares, pero vistos desde distintos ángulos. Por una parte, la hibridación se interesa en la negociación de espacios de significación cultural en los productos mediáticos desde la perspectiva de las instituciones de producción cultural. Estas tratan de abordar cómo la *cultura* entera se enfrenta a las formas prevalentes de representación cultural y construcción de identidad a través de los medios, y cómo se negocian esas identidades contra un paradigma hegemónico imperialista que promueve representaciones contrarias o incompletas. Por otra parte, la convergencia se enfoca en el aumento de

7 Por ello, es generalmente más útil expandir el uso y participación de medios de comunicación ya existentes, en vez de buscar reemplazarlos con nuevas tecnologías.

Aunque los beneficios de la Internet son muchos, su dependencia en una infraestructura de telecomunicaciones indica que sólo están disponibles para unos pocos. La radio, por otra parte, es un medio de comunicación mucho más perdurable, accesible, y asequible para la mayor parte de la gente. Trayendo los dos medios a confluir, podría ser una forma ideal para asegurar que los beneficios de la Internet tengan un alcance más amplio. (The Communication Initiative, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) & The World Bank, 2007, p. 217).

la participación de consumidores *individuales* de productos culturales o grupos de base, usualmente por medio de sistemas colaborativos incorporados en los medios de comunicación a su alcance, pero no necesariamente sólo a través de ellos, y cómo este aumento en participación pone en tela de juicio las estructuras jerárquicas pretéritas en la construcción de productos mediáticos y canales de información.

HIBRIDACIÓN Y CONVERGENCIA COMO NEGOCIACIÓN Y PARTICIPACIÓN

El interés en la hibridación en América Latina ha sido también vinculado a un interés creciente en participación. Desde los años ochenta, un paradigma participativo en la comunicación para el desarrollo fue formulado, proponiendo que cada comunidad debería ser considerada como encargada de definir sus propias necesidades, articulando los medios a su acomodo para satisfacerlas, y ser a su vez los promotores fundamentales del uso mediático, porque la “participación es el ejercicio efectivo del derecho a emitir mensajes” (Beltrán Salmón, 2008, p. 272). Este proceso participativo se vio como un modelo de comunicación *horizontal*, en el cual el diálogo, el acceso y la participación eran elementos básicos para permitir la democratización de la comunicación (Beltrán Salmón, 2005, 2008). Parte de esta perspectiva participativa se oponía a imposiciones externas sobre los conceptos culturales de desarrollo, porque “la relación desigual entre la cultura dominante y la cultura local impide que ocurra un verdadero diálogo entre culturas” (Gumucio-Dagron & Tufte, 2008b, p. 24).

Este paradigma participativo se convirtió en el elemento base en los programas de desarrollo, incluyendo su variante radical que abogaba por la modificación de las estructuras del poder social, a través del empoderamiento de los oprimidos y la acción

de movimientos sociales (Sparks, 2007).⁸ Por eso la CCS “busca fortalecer la identidad cultural, la confianza, el compromiso, la apropiación de la voz y, en general, el empoderamiento de la comunidad” (Gumucio Dagron & Tufte, 2008b, p. 24). Esta aproximación acerca los productores mediáticos a sus audiencias y acopla simultáneamente las ideas de convergencia e hibridación, en cuanto promueve la participación de distintos actores dentro de su producción y la negociación de conceptualizaciones culturales en su uso de los medios⁹.

Sin embargo, tanto en términos de hibridación como de convergencia, el diálogo no implica necesariamente acuerdos. Distintos contextos pueden llevar a diferentes resultados en términos de incorporaciones culturales y apropiaciones, como también distintas rutas de participación y puesta en común de información. Comúnmente estos dos aspectos son simultáneos y se influyen mutuamente, puesto que las negociaciones culturales incluyen formas y patrones de participación aceptables, y el aporte participativo trae consigo el bagaje cultural del participante, que depende de la exposición que haya tenido a otros paradigmas creativos.

En el caso de los MIM este asunto también es evidente cuando los intereses de mantenimiento y promoción de los idio-

8 Esta característica de la propuesta de la CCS no es muy distante de la situación que se dio en Europa durante las campañas para el establecimiento de medios de comunicación en idiomas minoritarios (Cormack, 1998; Hourigan, 2004).

9 Esto lo podemos ver en varios casos en el mundo. Por una parte, en el libro *Lo que le vamos quitando a la guerra*, Rodríguez (2008) presenta tres casos en Colombia, en los cuales la participación activa de la comunidad en sus propios productos mediáticos (radio, cine-clubes, video) ha servido para enfrentar los actos de violencia de grupos criminales, y poder “apropiarse de formas de producir signos, códigos, imágenes y sonidos para contar su realidad en sus propios términos” (Rodríguez, 2008, pp. 13-14).

Por otro lado, una investigación reciente de audiencias étnicas e indígenas en Australia ilustra también este punto cuando asegura que “la relación íntima entre los productores de medios indígenas y sus audiencias es claro desde el comentario ofrecido por los radioescuchas y espectadores a través de una amplia variedad de ubicaciones geográficas y culturales” (Forde, Foxwell & Meadows, 2009, p. 97), mencionándola como un elemento clave en su éxito.

mas pueden recibir oposición de parte de los intereses creativos, las identificaciones regionales, y otras identidades individuales o profesionales. En los medios de comunicación de minorías étnicas, el hecho de que la etnicidad es evidente y latente, incluso necesariamente activa, puede ejercer una influencia sobre el concepto mismo de la práctica profesional, ya que cada creador mediático étnico tiene apego a códigos éticos profesionales, al mismo tiempo que tiene compromisos adquiridos con el grupo étnico que representa (Husband, 2005).

Debido a esto algunas minorías privilegian el contenido lingüístico sobre la cohesión étnica¹⁰. En otros casos se escoge entre la dicotomía de usar el idioma minoritario y así ayudar a mantenerlo, o usar el idioma mayoritario y aprovechar el mayor acceso que este permite a la esfera pública nacional¹¹. Estas diferentes aproximaciones evidencian las negociaciones que se llevan a cabo en medios de comunicación indígenas, étnicos y de minorías lingüísticas en lo que se refiere a definir los propósitos y la extensión de su uso mediático. Del mismo modo, el interés comunitario en proyectos mediáticos locales no es garantía absoluta de una convergencia participativa más amplia¹².

Para conceptualizar la hibridación de manera instrumental más allá de la descripción de la globalización actual y la transnacionalización de los productos culturales, es necesario considerar

10 Esto se da en televisión, por ejemplo, cuando la imposición de una normalización lingüística ficticia del Catalán en dramas audiovisuales aplaca el deseo de realismo bilingüe de guionistas creativos (Castelló, 2007; 2010).

11 Una comparación ilustrativa se puede observar entre los periodistas de la Radio Sami en el norte de Escandinavia que privilegian el uso de su idioma en aras de mantenerlo, no obstante la pérdida de audiencia que esto implica (Pietikäinen, 2008a, 2008b), y las estaciones radiales de la comunidad Nasa en Colombia, que privilegian el idioma mayoritario para poder tener una mayor audiencia y una influencia política más fuerte (Uribe-Jongbloed & Peña Sarmiento, 2008).

12 La situación del programa radial *Kansaypura Yachanakushun* en la región de Saraguro, en Ecuador, es un caso que refleja esta ambigüedad. El interés comunitario asegura la participación balanceada entre actores indígenas y no-indígenas en este programa bilingüe, pero no logra evitar un exceso de participación de representantes del gobierno, ni logra atacar la ausencia de mujeres en los programas (Martínez, Paladines G. & Yaguache Q., 2008).

los aspectos intercontextuales que muestran cómo los conceptos culturales y de identidad han sido negociados, y cómo sus resultados reflejan las luchas de poder y las posiciones culturales de las distintas comunidades (Kraidy, 2010). Paralelamente, la convergencia debe ser separada de su percepción sesgada a favor de la tecnología de los últimos desarrollos de la Internet. Puede ser explorada como el aporte participativo de individuos, dentro de las restricciones tecnológicas de los medios que ellos utilizan, y la extensión o distancia que toman ellos de los procesos de producción¹³.

PARTICIPACIÓN E INVESTIGACIÓN EN MIM Y CCS

Los estudios de MIM y la CCS han abarcado aspectos similares sobre la relación entre los medios de comunicación, las culturas y sus idiomas. A pesar de las diferencias epistemológicas, y su enfoque geográfico específico, ellas coinciden en la importancia que dan a la hibridación y la convergencia como aspectos fundamentales de esas interrelaciones.

Para ambos la investigación debe enfocarse en las situaciones de contexto específicas de cada comunidad y en su relación con los medios de comunicación. Para lograrlo, es prioritario conocer más sobre las provisiones mediáticas ya existentes. Esto es importante porque las negociaciones de identidad que toman lugar determinan la producción de material cultural y lingüístico a través de los medios. Asimismo, existe una necesidad de mayor número de estudios sobre las audiencias, para recoger sus intereses y requisitos, y su posible aporte participativo. Este es un aspecto acerca de los medios de minorías étnicas que ha sido consistentemente presentado como incompleto y que requiere

13 Aquí conviven desde las cintas electromagnéticas utilizadas para registrar, recopilar y revitalizar la tradición oral a través de la radio (Leguy, 2007), hasta los videos con cámaras de video caseras sobre las marchas indígenas, divulgados mediante copias artesanales fuera del mercado comercial, e incluso el creciente uso de los teléfonos celulares para registrar violaciones de los derechos humanos y utilizando las redes sociales para difundir estos mensajes.

mayor investigación empírica (Browne, 2005; Meadows, 2009; Alia, 2010).

Evidentemente, la investigación que combine conceptos de MIM con aquellos de CCS debe ser participativa desde su concepción y desarrollo, y debe permitir que exista un diálogo entre el investigador y aquellos que son sujetos de investigación (Arnst, 1996; Servaes, 1996a; The Communication Initiative, et al., 2007; Meadows, 2009, 2010). Esto puede ser considerablemente difícil, especialmente en los casos en que existe menor proximidad cultural. Pero es necesario, pues asegura que la participación se vea como una forma de permear la construcción de conocimiento y la influencia en las esferas sociales.

Aceptar una aproximación participativa también admite que cualquier suposición sobre los medios y sobre su rol a favor de los idiomas puede ser completamente diferente de aquello que el investigador quiera e incluso desee, y “necesariamente involucra una reflexión sobre nuestras propias posiciones de poder asumidas –bien sea inocente o deliberadamente– como representantes de instituciones académicas estructuradas profundamente en epistemologías occidentales” (Meadows, 2010, p. 317).

Esto implica entender la investigación como un proceso con resultados abiertos, porque “predeterminar cómo debería ocurrir el desarrollo [del proceso] no sólo es contraproducente, sino que es comúnmente la antítesis de la participación genuina” (Servaes, 1996a, p. 23). De la misma manera que la convergencia implica permitir a las audiencias asumir el rol opuesto de productores, la investigación académica necesita abrirse a los aportes y permitir la participación dentro del proceso investigativo (Arnst, 1996). Esto es especialmente relevante, puesto que la construcción de conocimiento de las comunidades puede no ser traducible sistemáticamente a las estructuras comúnmente utilizadas por el Estado y las agencias de desarrollo (Wallack & Srinivasan, 2009; Lee, 2009), o incluso a aquellas de la academia (Meadows, 2010).

A través de estos procesos de investigación, las relaciones de hibridación y convergencia se pueden cartografiar y ayudarnos a comprender asuntos como la aparición o ausencia de ciertos idiomas en los medios.

Se requiere un mayor número investigaciones prácticas que se concentre en aumentar la convergencia en medios, en especial en la radio. La radio ha sido escogida como el mejor medio comunitario en el mundo entero ya que tiene un costo de producción relativamente bajo y permite distribución amplia y acceso abierto, lo que la convierte en la herramienta ideal de comunicación local (Browne, 2005; Peissl & Tremetzberger, 2008; Unidad de Radio, 2002; Leguy, 2007). Aparte de eso, debido al amplio número de idiomas con bajo número de usuarios, lo que es una situación común en muchos países del Tercer Mundo, las provisiones nacionales en todas las tecnologías mediáticas superiores para cada uno de los idiomas minoritarios son una imposibilidad económica.

Abordar la investigación de este modo parece satisfacer los requisitos que Cormack (2007b) menciona respecto a cómo los medios pueden ser usados para causar un efecto positivo sobre el mantenimiento de los idiomas. Así se involucran las estructuras conceptuales que definen los medios y sus propósitos, desde la perspectiva de los productores, y el efecto y respuesta que generan sobre sus audiencias.

CONCLUSIÓN

Los estudios de MIM han mostrado la importancia del idioma en los debates sobre políticas culturales en Europa (Cormack, 2004; Guyot, 2006; Cox, 2010). Fuera de esto, los recientes desarrollos en Europa y aquellos provenientes de las resoluciones de la Unesco y otras instituciones internacionales en pro de fortalecer y proteger los idiomas en peligro de extinción (UNESCO, 2003, 2005, 2009a, 2009b; UN, 2008; Wintermans, 2008), así como los cambios políticos en América Latina a favor de los indígenas, y

otras poblaciones minoritarias, y sus idiomas, muestran cómo los estudios en MIM podrán ser un área importante de investigación para los estudios de comunicación latinoamericanos. Las minorías indígenas y étnicas que han recibido relevancia en las recientes constituciones políticas de países de América Latina (v.g. Bolivia, 2008; Colombia, 1991; Venezuela, 1999; ver también Escudé, 2009) también exigen un mayor espacio para mostrar sus propias miradas y exigen participación más inclusiva en los medios de comunicación. La Comunicación para el Cambio Social ha estado conectada históricamente con estos procesos de empoderamiento mediático y sus lecciones son útiles para futuras investigaciones y activismo en favor de la aparición de Medios en Idiomas Minoritarios en América Latina.

De este modo es útil involucrarse en el estudio de MIM en América Latina respondiendo a las preguntas sobre los procesos de hibridación y convergencia en los medios indígenas y étnicos. En términos de hibridación, se deben estudiar las negociaciones de identidad en la producción mediática, mientras que desde la convergencia, los estudios de audiencias ayudarán a entender qué tan inclusiva es la participación en esos medios.

Igualmente, los estudios en MIM en Europa podrían también sacar provecho de usar aproximaciones más participativas en sus investigaciones. Ellas ponen en tela de juicio las bases epistemológicas de la investigación, colaboran a comprender la construcción de conocimiento como un proceso colectivo de negociación, y pueden ser muy relevantes para estudiar MIM como productos de comunicación destinada al cambio social.

Por todo esto es innegable que la CCS y los estudios de MIM pueden nutrirse de los avances y experiencias mutuas, estableciendo de este modo un diálogo entre Europa y América Latina. Como se mostró anteriormente, la investigación en el campo de la comunicación en América Latina tiene mucho que ofrecer, en particular en lo concerniente a la CCS. Sus experiencias y adelantos teóricos deben difundirse más ampliamente en los círculos

académicos europeos para superar los sesgos de eurocentrismo en la investigación académica, porque

Si el proyecto de des-occidentalizar las ciencias de la comunicación se deja a la buena voluntad y aparente rectitud del centro oligopólico, la velocidad del cambio será muy lenta (Gunnaratne, 2010, p. 487).

REFERENCIAS

- Alia, V. (2010). *The new media nation: Indigenous peoples and global communications*. New York and Oxford: Berghahn Books.
- Arnst, R. (1996). Participation approaches to the research process. En J. Servaes, T. L. Jacobson y S. A. White (Eds.), *Participatory communication for social change* (pp. 109-126). New Delhi, Thousand Oaks y Londres: Sage.
- Beltrán Salmón, L. R. (2005). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo*. Presentación realizada en el III Congreso Panamericano de la Comunicación. Obtenido el 15-10-2009, de <http://www.portalcomunicacion.com/both/temas/iramiro.pdf>
- Beltrán Salmón, L. R. (2008). Adiós a Aristóteles: la comunicación 'horizontal'. En A. Gumucio Dagron y T. Tufte (Eds.), *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. (pp. 257-278). South Orange, N.J.: Communication for Social Change Consortium.
- Bolivia (2008). *Nueva Constitución Política del Estado*.
- Browne, D. R. (1996). *Electronic media and indigenous peoples: A voice of our own?* Ames, Iowa: Iowa State University Press.
- Browne, D. R. (2005). *Ethnic minorities, electronic media and the public sphere: A comparative approach*. Cresskill, N.J.: Hampton Press.
- Browne, D. R. (2007). Speaking up: A brief history of minority languages and the electronic media worldwide. En M. Cormack y N. Hourigan (Eds.), *Minority language media* (pp. 107-132). Clevedon: Multilingual Matters.
- Castelló, E. (2007). The production of television fiction and nation building: The catalan case. *European Journal of Communication*, 22(1), 49-68.
- Castelló, E. (2010). Dramatizing proximity: Cultural and social discourses in soap operas from production to reception. *European Journal of Cultural Studies*, 13(2), 207-223.
- Castells, M. (1997). *The power of identity*. Malden: Blackwell.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Colombia (1991). *Constitución Política de Colombia*.

- Communication for Sustainable Development Initiative (2010). *Indigenous peoples: Communication for development*. Rome: Food and Agricultural Organization of the United Nations.
- Cormack, M. (1998). Minority language media in Western Europe. *European Journal of Communication*, 13(1), 33-52.
- Cormack, M. (2000). Minority language media in a global age. *Mercator Media Forum*, 4(1), 3-15.
- Cormack, M. (2004). Developing minority language media studies. *Mercator Media Forum*, 7(1), 3-12.
- Cormack, M. (2007a). Introduction: Studying minority language media. En M. Cormack y N. Hourigan (Eds.), *Minority language media* (pp. 1-16). Clevedon: Multilingual Matters.
- Cormack, M. (2007b). The media and language maintenance. En M. Cormack y N. Hourigan (Eds.), *Minority language media* (pp. 52-68). Clevedon: Multilingual Matters.
- Cormack, M., & Hourigan, N. (Eds.). (2007). *Minority language media: Concepts, critiques and case studies*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Cox, M. D. (2010). Silencing the call to action: A bird's eye view of minority language media and political participation. *Transit studies review*(17), 181-193.
- Deuze, M. (2006). Ethnic media, community media and participatory culture. *Journalism*, 7(3), 262-280.
- Deuze, M. (2010). Convergence culture in the creative industries. En D. K. Thussu (Ed.), *International communication: A reader* (pp. 452-467). Londres y Nueva York: Routledge.
- Escudé, C. (2009). *Las identidades nacionales en América Latina y en Europa*. Paper presented at the Thinking Globally about the Future Conference.
- Espinosa Arango, M. L. (2007). Memoria cultural y el continuo del genocidio: Lo Indígena en Colombia. *Antípoda*, 5(1), 53-73.
- Esposito, J. (2009). What does race have to do with *Ugly Betty*? *Television & New Media*, 10(6), 521-535.
- Evans, M. R. (2002). Hegemony and discourse: Negotiating cultural relationships through media production. *Journalism*, 3(3), 309-329.
- Extra, G., & Gorter, D. (2008). The constellation of languages in Europe: An inclusive approach. In G. Extra & D. Gorter (Eds.), *Multilingual Europe: Facts and Policies* (pp. 3-60). Berlin and New York: Mouton de Gruyter.

- Fu, W. W., & Govindaraju, A. (2010). Explaining global box-office tastes in Hollywood films: Homogenization of national audiences' movie selection. *Communication Research*, 37(2), 215-238.
- García Canclini, N. (2000). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Bogotá D.C.: Grijalbo.
- Ginsburg, F. (2008). Rethinking the digital age. En P. Wilson y M. Stewart (Eds.), *Global indigenous media: Cultures, poetics, and politics* (pp. 287-305). Durham/Londres: Duke University Press.
- Gómez Suárez, Á. (2005). Identidades colectivas y discursos sobre el sujeto indígena. [Article]. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, 1-24.
- Gumucio-Dagron, A. (2007). Vertical minds versus horizontal cultures: An overview of participatory process and experiences. En J. Servaes (Ed.), *Communication for Development and Social Change* (pp. 68-81). Los Angeles: Sage.
- Gumucio Dagron, A., & Tufte, T. (Eds.) (2008a). *Antología de comunicación para el cambio social: Lecturas históricas y contemporáneas*. South Orange, N.J.: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Gumucio-Dagron, A., & Tufte, T. (2008b). Raíces e importancia: Introducción a la antología de comunicación para el cambio social. En A. Gumucio Dagron y T. Tufte (Eds.), *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas históricas y contemporáneas* (pp. 16-45). South Orange, N.J.: Communication for Social Change Consortium.
- Gunaratne, S. A. (2010). De-Westernizing communication/Social Science research: Opportunities and limitations. *Media, culture and Society*, 32(3), 473-500.
- Guyot, J. (2006). Diversidad lingüística, comunicación y espacio público. *Comunicación y Sociedad* (5), 115-136.
- Hourigan, N. (2007). Minority language media studies: Key themes for future scholarship. En M. Cormack y N. Hourigan (Eds.), *Minority language media* (pp. 248-265). Clevedon: Multilingual Matters.
- Husband, C. (2005). Minority ethnic media as communities of practice: Professionalism and identity politics in interaction. *Ethnic and Migration Studies*, 31(3), 461-479.
- Islas-Carmona, J. O. (2008). El prosumidor: El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra Clave*, 11(1), 29-39.

- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. Nueva York y Londres: New York University Press.
- Kraidy, M. M. (2010). Hybridity in cultural globalization. En D. K. Thussu (Ed.), *International communication: A reader* (pp. 434-451). Londres y Nueva York: Routledge.
- Lee, Y. (2009). Indigenous knowledge construction and experience learning of Taiwanese aborigines. *International Education Studies*, 2(2), 155-161.
- Leguy, C. (2007). Revitalizing the oral tradition: Stories broadcast by radio Parana (San, Mali). *Research in African Literatures*, 38(3), 136-147.
- Martínez, M. J., Paladines G., F. Y., & Yaguache Q., J. J. (2008). Relación medio-comunidad a través del estudio del programa Kawsaypura Yachanakushun en el Cantón Saraguro. *Palabra Clave*, 11(1), 41-52.
- Meadows, M. (2009). Walking the Talk: Reflections of indigenous audience research methods. *Participations: Journal of Audience y Reception Studies*, 6(1), 118-136.
- Meadows, M. H. (2010). Conducting conversations: Exploring the audience-producer relationship in indigenous media research. *Observatorio (OBS*)*, 4(4), 307-324.
- Meadows, M., & Molnar, H. (2002). Bridging the gaps: Towards a history of indigenous media in Australia. *Media History*, 8(1), 9-20.
- Miller, J. L. (2010). Ugly Betty goes global. *Global Media and Communication*, 6(2), 198-217.
- Miller, V. (2008). New media, networking and phatic culture. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(4), 387-400.
- Ministerio de Cultura. (2010). *Voces y sonoridades de un proceso ciudadano*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Murillo, M. (2008). Weaving a communication quilt in Colombia: Civil conflict, indigenous resistance and community radio in Northern Cauca. En P. Wilson y M. Stewart (Eds.), *Global indigenous media: Cultures, poetics, and politics* (pp. 145-159). Durham y Londres: Duke University Press.
- Nichols, R. L. (2006). 'Struggling with language': Indigenous movements for linguistic security and the politics of local community. *Ethnicities*, 6(1), 27-51.

- O'Reilly, C. C. (2001). Introduction: Minority languages, ethnicity and the State in the European Union, In C.C. O'Reilly (Ed.). *Language, ethnicity and the State: Volume 1: Minority Languages in the European Union* (pp. 1-20). Hampshire and Nueva York: Palgrave.
- Peissl, H., & Tremetzberger, O. (2008). Community Medien in Europa: Rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen des dritten Rundfunksektors in 5 Länder. In RTR (Ed.), *Nichtkommerzieller Rundfunk in Österreich und Europa* (Vol. 3). Wien / Vienna: RTR-GmbH.
- Pietikäinen, S. (2008a). Broadcasting indigenous voices: Sami minority media production. *European Journal of Communication*, 23(2), 173-191.
- Pietikäinen, S. (2008b). "To breathe two airs": Empowering indigenous Sámi Media. En P. Wilson y M. Stewart (Eds.), *Global indigenous media: Cultures, poetics, and politics* (pp. 214-231). Durham y Londres: Duke University Press.
- Riggins, S. H. (1992a). The promise and limits of ethnic minority media. En S. H. Riggins (Ed.), *Ethnic minority media* (pp. 276-288). Newbury Park et al.: Sage.
- Riggins, S. H. (Ed.). (1992b). *Ethnic minority media*. Newbury Park/Londres/New Delhi: Sage.
- Rivera-Betancur, J. & Uribe-Jongbloed, E. (2011). La suerte de la fea, muchas la desean: de "Yo soy Betty, la fea" a "Ugly Betty". En M. Perez (Ed.), *Previously on*, actualmente en edición.
- Rodríguez, C. (Ed.). (2008) *Lo que le vamos quitando a la guerra: Medios ciudadanos en contexto de conflicto armado en Colombia*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Obtenido el 10-04-2010 de <http://www.c3fes.net/docs/quitandoa-laguerra.pdf>
- Rodríguez, C & El Gazi, J. (2007). La poética de la radio indígena en Colombia. En: Ya no es posible el silencio: Textos, experiencias y procesos de comunicación ciudadana. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina - Friedrich Ebert Stiftung. Pp. 239-262. Obtenido el 13-12-2010 de <http://www.c3fes.net/docs/yanoesposible.pdf>
- Roveda Hoyos, A. (2008). Identidades locales, lenguajes y medios de comunicación: entre búsquedas, lógicas y tensiones. *Signo y Pensamiento*, 53(1), 61-69.

- Sampedro Blanco, V. F. (2004). Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas: Visibilidad y reconocimiento identitario en los medios de comunicación. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*(66-67), 135-149.
- Salazar, F. & Cordova, A. (2008). Imperfect media and the politics of indulgence video in Latin America. En P. Wilson y M. Stewart (Eds.), *Global indigenous media: Cultures, poetics, and politics* (pp. 39-57). Durham y Londres: Duke University Press.
- Servaes, J. (1996a). Introduction: Participatory communication and research in development settings. En J. Servaes, T. L. Jacobson y S. A. White (Eds.), *Participatory Communication for Social Change* (pp. 13-25). New Delhi, Thousand Oaks y Londres: Sage.
- Servaes, J. (1996b). Participatory communication research with new social movements: A realistic utopia. En J. Servaes, T. L. Jacobson y S. A. White (Eds.), *Participatory Communication and social change* (pp. 82-108). New Delhi, Thousand Oaks y Londres: Sage.
- Smith, L. (2008). The search for well-being: Placing development with indigenous identity. En P. Wilson y M. Stewart (Eds.), *Global indigenous media: Cultures, poetics, and politics* (pp. 183-196). Durham y Londres: Duke University Press.
- Sparks, C. (2007). *Globalization, development and the mass media*. Los Angeles & Londres: Sage.
- The Communication Initiative, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), and The World Bank (2007). World Congress on Communication for Development: Lessons, challenges and the way forward. Obtenido el 14-11-09 de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/ai143e/ai143e00.pdf>
- UNESCO (2003). *Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage*.
- UNESCO (2005). *Universal Declaration on Cultural Diversity*. Paris: UNESCO.
- UNESCO (2009a, 06-05-2009). Intangible cultural heritage - endangered Languages. Obtenido el 14-11-09, de <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00136>
- UNESCO (Cartographer). (2009b, February 18, 2009) Map of the world's languages in danger. Obtenido de <http://cms01.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/CLT/pdf/UNESCO-EndangeredLanguages-WorldMap-20090218.pdf>.

- United Nations. (2008). *United Nations Declaration on the Rights of Indigenous Peoples*. Obtenido el 15-03-2010 de http://www.un.org/esa/socdev/unpfi/documents/DRIPS_en.pdf.
- Unidad de Radio. (2002). *Memorias del Encuentro Internacional de Radios Indígenas de América*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Uribe-Jongbloed, E., (2007). Endangered languages: Heritage of humanity in dire need of protection. *Folios*(26), 65-70.
- Uribe-Jongbloed, E., & Peña Sarmiento, M. F. (2008). Medios en idiomas autóctonos minoritarios en Colombia: El caso de la radio. *Palabra Clave*, 11(2), 355-366.
- Venezuela (1999). *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*.
- Wallack, J. S., & Srinivasan, R. (2009). Local-global: Reconciling mismatched ontologies in development information systems. 1-10. Obtenido el 15-03-2010 de <http://rameshsrinivasan.org/wordpress/wp-content/uploads/2010/03/FinalDocWallackSrinivasan1.pdf>
- Wang, G., & Yeh, E. Y. (2005). Globalization and hybridization in cultural products. *International Journal of Cultural Studies*, 8(2), 175-193.
- Wilson, P., & Stewart, M. (2008). Indigeneity and indigenous media on the global stage. En P. Wilson y M. Stewart (Eds.), *Global indigenous media* (pp. 1-35). Durham y Londres: Duke University Press.
- Wintermans, V. (2008). UNESCO and endangered languages. In T. De Graaf, N. Ostler and R. Salverda (Eds.), *Endangered languages and language learning* (pp. 231-233). Fryske Akademy, Ljouwert/Leeuwarden, The Netherlands: Foundation for Endangered Languages.