
(RE)ACCIONES COLECTIVAS

- MEDIOS INDÍGENAS: INDIGENEIDAD, IDENTIDAD Y MOVIMIENTO INDÍGENA

Rafael Franco Coelho

- ¿QUÉ SE DICE EN TWITTER SOBRE LA AUTOGESTIÓN?
UN ANÁLISIS DE LOS MENSAJES EN ESPAÑOL

*Laura Rojas Francisco
Núria Reguero
Abaghan Ghahraman*

- LA MOVILIZACIÓN DE LO ÉTNICO EN LAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS DEL DELTA DEL PARNAÍBA (BRASIL)

Claudio Milano

Rafael Franco Coelho

*Profesor, Universidad Federal de Goiás (Brasil); miembro del InCom-UAB;
estudiante de doctorado en Contenidos de Comunicación en la Era
Digital, Universidad Autònoma de Barcelona (UAB);
becario de la CAPES (Brasil)*

coelho.rafa@gmail.com

Introducción

Cuando se piensa en las sociedades indígenas, el sentido común nos suele referir directamente a algunos estereotipos, como por ejemplo la idea de que los pueblos indígenas están perdidos en el Edén de un pasado lejano, que perdieron su cultura o que están retrasados, entre muchos otros. Estas sociedades están viviendo cada vez más tiempo y creciendo de manera exponencial, a pesar del etnocidio del cual son víctimas; reelaborando y recreando sus respectivas culturas a través de las generaciones; siendo nuestro «contemporáneo» y, según todos los indicios, formando parte del futuro de las naciones donde están insertas, contestando así la tesis de la asimilación. Una de las estrategias de supervivencia y resistencia adoptadas por estas sociedades, y que refuta los mencionados prejuicios, es la multiplicidad de usos innovadores que estos pueblos están haciendo de los medios de comunicación occidentales. En este artículo, presentaremos algunas de estas apropiaciones que los pueblos indígenas de Brasil están haciendo de los medios de comunicación.

Los pueblos indígenas han utilizado y se han apropiado de una variedad de medios, en función de sus objetivos políticos y culturales, «como vehículos de comunicación interna [interétnica] y externa, para la autodefinición y la resistencia a la dominación cultural exterior» (Ginsburg, 1991: 93)², dando lugar a lo que Prins (2004) y Michaels (1986) llaman la «indigenización de los medios». Ginsburg (1991: 107) define este fenómeno como la producción mediática de los pueblos indígenas dominados por los estados de países como Estados Unidos, Canadá, Australia y, añadiría, Brasil. Wilson y Stewart (2008: 2), por su parte, lo definen como el medio «conceptualizado, producido y/o creado por los pueblos indígenas de todo el mundo». La noción de medio indígena enfatiza y especifica solamente el medio producido por los pueblos indígenas, que será el foco de este texto. Para Ginsburg (1995), utilizar la etiqueta «medio indígena» respeta la comprensión y la forma de identificación de los productores indígenas.

1. Este artículo presenta algunas reflexiones de mi investigación doctoral bajo la dirección de la profesora doctora Amparo Huertas Bailén.
2. Todas las citas directas y pertenecientes a obras cuya referencia original está en una lengua diferente del castellano son una traducción propia.

Indigeneidad

Para desarrollar el concepto de medio indígena, es necesario reflexionar sobre qué significa ser «indio», quién lo define, con qué objetivos y cuáles son las políticas de identificación. Por tanto, la categoría indigeneidad será una herramienta teórica fundamental. Merlan (2009) divide la discusión del concepto de indigeneidad en dos grupos principales, *criteria* y *relacional*, mientras que Cadena y Starn (2009: 196) reconceptualizan la indigeneidad dentro de los campos de la diferencia y la mismidad social. Las definiciones *criteriales* proponen una serie de criterios, propiedades inherentes o condiciones «que permiten la identificación del «indígena» como un «tipo» global» (Merlan, 2009: 304). El conjunto de definiciones *relacionales* enfatizan las relaciones entre los pueblos «indígenas» y sus «otros». El significado de indigeneidad está en «su relación con lo que no es, con lo que le excede o le falta» (Butler, 1993; véase también Hall, 1996), en lugar de en las propiedades esenciales de lo «indígena». Para Cadena y Starn, las «prácticas culturales, las instituciones y la política indígena *se hacen indígenas* en articulación con lo que no se considera indígena en la formación social particular en la que existen» (2009: 196). Otros autores están de acuerdo con la división hecha por Merlan. Dyck (1985: 237) define indigeneidad incluyendo «la historicidad de las interacciones indígenas-colonos, la (no) ideología de la tutela y la asimetría derivada de las cuestiones relacionadas con el desequilibrio de poder y la afirmación de la diferencia indígena». Mahmood Mamdani (2004: 10) afirma que «no puede haber colono sin nativo y viceversa». Y Maybury-Lewis (1997: 54) define los pueblos indígenas «tanto por sus relaciones con el Estado como por sus características intrínsecas».

Hasta ahora, la mayoría de las definiciones presentadas se basan en las diferencias más que en los criterios específicos presentes en las sociedades indígenas. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2007) define como «indígenas» a las personas «tribales» cuyas condiciones sociales, culturales y económicas les distinguen de otros sectores de la colectividad nacional; descendientes de poblaciones que habitaban el país, o partes del mismo, en el momento de la conquista o la colonización, y que conservan todas o algunas de sus instituciones propias. En esta línea, Martínez Cobo añade:

«Constituyen ahora sectores no dominantes de la sociedad y están determinados a preservar, desarrollar y transmitir a futuras generaciones sus territorios ancestrales y su identidad étnica como base de su existencia continuada como pueblo, de acuerdo con sus propios patrones culturales, sociales, instituciones y los sistemas jurídicos» (Martínez Cobo, 1986: 5, par. 379).

Etimológicamente, la palabra indígena proviene del latín formado por *inde*, «de allí», y *gena*, «nacido de». Históricamente, los nativos y las personas que vivían en el continente americano antes de la llegada de los colonos europeos fueron llamados «indios» por Cristóbal Colón, pues este creía haber llegado a la India en Asia. En un intento de eliminar esta equivocación, la palabra indígena reemplazó a la de indio. Según Pratt (2007), el término en inglés apareció por primera vez en un informe sobre el descubrimiento de América y expresa una idea de superioridad europea, ya que el término «indígena» era usado como sinónimo de pagano, «almas idólatras que debían ser salvadas por el cristianismo» (Cadena y

Starn, 2009: 197). Posteriormente, los nativos o pueblos tribales fueron clasificados como «primitivos» y «buenos o malos salvajes», en contraposición a los pueblos civilizados. En este sentido, el término responde a las formas de dominación y control social coloniales. Para Viveiros de Castro (2007: 41), «indio» es «cualquier miembro de una comunidad indígena, reconocido como tal por ella» y comunidad indígena es toda la «comunidad fundada en las relaciones de parentesco o vecindad entre sus miembros, que mantienen lazos históricos y culturales con las organizaciones sociales indígenas precolombinas» (ibídem: 41). El autor afirma que solamente las comunidades indígenas pueden responder a la pregunta de «quién es indio», y sigue su análisis de la cuestión argumentando que en Brasil el problema no está en decir quién es indio, sino en demostrar quién no lo es. «En Brasil, todo el mundo es indio, a excepción de los que no lo son» (ibídem: 41).

Estas personas rara vez se autodenominan y se identifican en principio como «indio o indígena». Son, en primer lugar, xavante, bororo, terena, es decir, el nombre creado para su etnia en el idioma del colonizador, ante la imposibilidad de usar el término específico en su propio idioma para autoidentificarse. Es importante destacar que tanto los términos como sus significados difieren. Según Bartolomé (2006), los términos de autodefinition de cada grupo étnico en sus respectivas lenguas indican pertenencia sobre la base de sus mitos de origen y su noción de humanidad, y proponen un modelo de persona basado en su sistema simbólico. «Los *guaraníes* del Paraguay son en realidad los *avá*, “los hombres”; los *matacos* de Argentina, los *wichí*, “la gente”; los *mayas* de México, los *winik*, “las personas”; [...] los *zapotecos* de México son los *bene* o *binni*, “gente”» (ibídem: 40). Y añadiría que los xavante de Brasil son *A'uwê Uptabi*, «pueblo auténtico o verdadero». En este sentido, los pueblos indígenas de todo el mundo han creado términos en el idioma de los colonizadores para autodenominarse de forma más adecuada a sus propias concepciones como *First Nation*, nativos, pueblos originarios, etc. Solo después de esta diferenciación se identifican por el término genérico «indígena», que ahora se considera una categoría que es a la vez local, global e internacional. Como se muestra, el término «indígena» es una construcción social colonial y genérica, discurso del que las comunidades indígenas se apropian con fines y objetivos políticos. Según Bartolomé (ibídem), la construcción ideológica de la autodefinition incluye no solo las características y propiedades culturales de la comunidad indígena, sino también la imagen y los argumentos planteados por la sociedad que la rodea, por lo que permite una representación que utiliza categorías y valores externos y, por lo tanto, facilita la comprensión de la identidad étnica. «Se pasa de un discurso cosmológico sobre la identidad a un discurso político sobre la etnicidad» (ibídem: 42).

Esta breve revisión de la literatura y del concepto de indigeneidad presenta la diversidad de puntos de vista que hay sobre el tema y la dificultad de llegar a un consenso. Browne (1996) señala que algunos grupos minoritarios de China y Europa, como el país de Gales y el País Vasco, podrían ser considerados «indígenas». Se trata de una «importante categoría geocultural en el mundo contemporáneo» (Merlan, 2009: 306) que, por la amplitud de su significado, por la diversidad de las comunidades involucradas y por su uso como criterio de políticas culturales globales, no puede basarse en un conjunto fijo y natural de referencias.

El término «indígena» es una construcción social colonial y genérica, discurso del que las comunidades indígenas se apropian con fines y objetivos políticos

Los medios indígenas juegan un papel clave en el conjunto de criterios, propiedades inherentes o condiciones presentes en las comunidades indígenas de acuerdo con los conceptos criterios de indigeneidad

¿De que forma el concepto de indigeneidad puede ser utilizado como una herramienta teórica para reflexionar sobre los medios indígenas? Según Wilson y Stewart (2008: 23), el medio indígena «articula y negocia el significado de indigeneidad en el siglo XXI», y para Ginsburg (1993: 369) sus «múltiples formas [...] surgen [de] diferentes bases sociales para la comprensión de aboriginalidad [e indigeneidad] y su representación [...] a través de fronteras nacionales y culturales». Es decir, el conjunto de conceptos relacionales de indigeneidad puede ser un punto de partida para responder a esta pregunta. Como se ha presentado, esta perspectiva teórica define indigeneidad desde la interacción y comunicación entre las comunidades «indígenas» y sus «otros». Para Ginsburg (1995), los medios indígenas son un medio, un instrumento que actúa entre las diferentes partes para llegar a un acuerdo, a una mediación, y tienen el papel de mediar entre las fronteras y las relaciones entre grupos sociales y étnicos, entre diferentes culturas y generaciones dentro de una comunidad indígena, entre identidades y estados-nación. Turner (1992: 16) destaca el papel de los medios indígenas «como mediador[es] de la actividad social y política». Barth (2000: 27), por otro lado, afirma que la literatura antropológica generalmente define el grupo étnico, entre otras cosas, como una población que «integra un campo de comunicación e interacción» entre las fronteras étnicas. Wilson y Stewart (2008) destacan que los medios indígenas son una herramienta central para el movimiento de los pueblos indígenas en su relación con el Estado y la sociedad nacional.

Del mismo modo, los principales investigadores sobre los medios indígenas (Ginsburg, Turner, Alia, Wilson y Stewart, Michaels, Carelli y Leuthold, entre otros) son unánimes en considerar que estos medios juegan un papel clave en el conjunto de criterios, propiedades inherentes o condiciones presentes en las comunidades indígenas de acuerdo con los conceptos criterios de indigeneidad presentados. Para Turner (1992: 5) la expansión global de las tecnologías de la información y la comunicación digital de bajo coste ha permitido «la apropiación y el uso de las nuevas tecnologías por parte de los pueblos indígenas para sus propios fines», en especial para los pueblos lejanos de Occidente como los aborígenes australianos, los inuit canadienses y los indios de la Amazonia. Para Ginsburg (1991), la apropiación de los medios por las comunidades indígenas plantea interrogantes sobre las posibilidades positivas y negativas de la utilización de la tecnología. «¿Es realmente posible desarrollar una práctica y una estética alternativas en el uso de formas tan identificadas con los imperativos políticos y económicos de la cultura de consumo occidental?» (ibídem, 1995: 210). Por un lado, estos nuevos «modos de expresión de la identidad indígena a través de los medios [...] sirven a sus propias necesidades y objetivos» (ibídem, 1991: 96). Por otro lado, «la propagación de la tecnología de la comunicación [...] amenaza con ser un asalto final sobre la cultura, la lengua [...] la relación entre las generaciones y el respeto a los conocimientos tradicionales» (ibídem).

De acuerdo con su uso, se pueden organizar y clasificar brevemente los medios indígenas en tres categorías: cultural, política y social. Sin embargo, estas se interrelacionan haciendo difícil una separación clara de cada categoría. Como producto cultural, los medios indígenas se basan en los patrones estéticos y estilísticos presentes en las culturas de cada etnia indígena; cuestionan políticas públicas y crean «políticas culturales de la

producción de los medios en redes regionales, nacionales y globales de financiación y distribución» (Wilson y Stewart, 2008: 24); documentan y transmiten los conocimientos tradicionales indígenas en su propia lengua y, finalmente, actúan en la «preservación y el mantenimiento de la identidad cultural [étnica] y en la construcción de la comunidad» (ibídem: 27). Políticamente, en el contexto del movimiento de reafirmación étnica, los medios empoderan a los activistas indígenas en la autorrepresentación y en las «luchas por reconocimiento locales», como la «lucha contra la discriminación, la preservación cultural y la defensa de los derechos humanos» (ibídem: 25), así como también en las luchas territoriales contra el Estado-nación colonial. Por último, como proceso social, la organización social de la producción de los medios indígenas refleja la estructura social y el sistema de parentesco de las sociedades indígenas. Antes de explorar estas tres categorías, en el siguiente apartado haremos la contextualización histórica del desarrollo de los medios indígenas, su relación con el cine etnográfico y finalmente presentaremos algunas producciones de los medios indígenas en Brasil.

Del cine etnográfico a los medios indígenas

Ginsburg (1991: 103-104; 1995: 215), al comparar los medios indígenas y el cine etnográfico, rechaza la separación entre ellos y propone incorporar estos dos tipos de producción y ampliar el campo del cine etnográfico y de la antropología visual para incluir los medios indígenas y el campo de la antropología de los medios. Ya Turner afirmaba que el uso de los medios por los pueblos indígenas «difiere en un número de formas de la realización de películas etnográficas» (1992: 5). Si bien es contraria a la separación del cine etnográfico y los medios indígenas, Ginsburg reconoce que se trata de proyectos distintos y plantea que la producción indígena se puede considerar «una categoría separada del cine etnográfico, con diferentes intenciones y audiencias» (Ginsburg, 1991: 103), que demuestra claramente la capacidad de autorrepresentación de las comunidades indígenas y denuncia el poder colonial, cuando se representa el «otro».

Los antropólogos, investigadores y realizadores que trabajan en el campo de la antropología visual, usándola como una metodología de investigación, participaron en las primeras experiencias de apropiación del cine y del audiovisual por las comunidades indígenas que anunciaron e incentivaron la aparición de los medios específicamente indígenas. En este sentido, el desarrollo del cine, de la televisión y de la película indígena es parte de la historia de la antropología visual. A su vez, la antropología visual tiene una historia muy larga que incluye el cine etnográfico y la antropología como disciplina. Debido a estas relaciones, gran parte de la discusión teórica en el campo de los medios indígenas ha sido desarrollada por antropólogos visuales que se limitan a analizar la producción de películas y del cine indígena dentro de sus propias categorías de análisis de la antropología. Esta tradición teórica ha ignorado no solo importantes producciones indígenas en medios tradicionales como la prensa, en nuevos medios como Internet y en el medio indígena más desarrollado, la radio, sino que también ha obviado categorías de análisis propias de la tradición de los estudios de los medios de comunicación como la audiencia y la recepción. Por tanto, esta brecha teórica abre una línea de investigación poco explorada para los teóricos de la comunicación.

A lo largo de la historia, varios investigadores, productores audiovisuales y fotógrafos, en Brasil, contribuyeron significativamente a la aparición y la integración en la investigación etnográfica del uso de medios como la fotografía y el audiovisual. Algunos de ellos son: Luiz Thomaz Reis, miembro de la Comisión Rondon, pionero en Brasil por hacer la película *Rituaes e festas Bororo*; Claude Lévi-Strauss, por la introducción de la fotografía y del audiovisual como herramienta de investigación en las universidades brasileñas, y por último Heinz Forthmann, fotógrafo y director de cine alemán que vivió en Brasil, por la consolidación de alianzas con universidades y antropólogos brasileños como Darcy Ribeiro, Roberto Cardoso de Oliveira y Roque Laraia. Los ejemplos citados hasta ahora utilizaron algunos medios de comunicación, especialmente la fotografía y el audiovisual, como herramienta de investigación etnográfica. En cambio, no tenemos ningún ejemplo o proyecto sobre la apropiación de los medios y de la autoría por parte de las personas estudiadas, ni de su uso de los medios de comunicación.

Medios indígenas en Brasil

En la década de 1980 Terence Turner introdujo un equipo de vídeo en una comunidad indígena del Brasil, los kayapó. Esta experiencia influyó profundamente en los miembros del Centro de Trabajo Indigenista (CTI), una organización no gubernamental brasileña fundada en 1979 por un grupo de antropólogos y educadores que deseaban ampliar su experiencia de investigación etnológica en forma de programas de intervención autosostenibles y adecuados a las comunidades indígenas con las que se relacionaban (Gallois y Carelli, 1995). Poco más tarde, en el año 1985 comienza a producirse el primer programa de radio de las comunidades indígenas de Brasil. El «Programa de Índio» se llevó a cabo por el Núcleo de Cultura Indígena, otra organización no gubernamental afiliada a la União das Nações Indígenas. Durante cinco años, se produjeron 200 programas de 30 minutos de emisión semanal en la radio de la Universidad de São Paulo y demás estaciones educativas brasileñas. Presentado por varios líderes indígenas, el programa se corresponde con la aparición del primer movimiento indígena nacional brasileño³.

En este contexto, surge en 1987 el proyecto «Vídeo nas Aldeias», coordinado por el cineasta Vincent Carelli y las antropólogas Dominique Gallois y Virginia Valadão. Inicialmente, el objetivo del proyecto era llevar a cabo talleres, cursos de formación y capacitación de las poblaciones indígenas para realizar productos audiovisuales sobre su cultura, tornando accesible el uso del vídeo a un número cada vez mayor de comunidades indígenas y promoviendo la apropiación y el manejo de su imagen de acuerdo con sus proyectos políticos y culturales. Pero, a medida que el proyecto avanzó, estos objetivos se extrapolaron, no solo por la calidad de los resultados, sino también por la cantidad y variedad de usos que dieron al video las sociedades indígenas brasileñas que participaron en el proyecto. Con el proyecto «Vídeo nas aldeias» se produjeron etnoficciones y documentales de varios tipos: registros de rituales, que nacen de la colaboración entre los indios y el proyecto; registros de conflictos contra invasiones y por la demarcación de las tierras; series para la televisión educativa y la escuela primaria; además de las películas producidas durante los talleres de capacitación y de las

3. Véase la página web creada por el Centro de Cultura Indígena para poner a disposición del público toda la colección de programas de radio: http://www.programadeindio.org/index.php?s=pi&n=pi_historia [Fecha de consulta 01.10.2014].

llamadas videocartas. Estas últimas merecen una atención especial por su originalidad. Son producciones realizadas por los indios y enviadas a otros pueblos como si se tratase de una carta. Allá, la película era exhibida y comenzaba una producción para ser enviada en respuesta. Un diálogo interétnico rico y diverso.

El mérito del proyecto «Vídeo nas Aldeias», además de su espíritu pionero, reside en proporcionar una herramienta política y subsidios para la autonomía de los pueblos indígenas brasileños en relación a las agencias gubernamentales. Además, el vídeo ofrece las condiciones necesarias para la expresión de sus propias voces, facilita y mejora la comunicación entre grupos étnicos diferentes y también ayuda en la grabación de momentos históricos específicos, lo cual actúa en la preservación de tradiciones culturales en constante transformación. Según Gallois y Carelli, «el vídeo es de hecho un instrumento de comunicación y un vehículo de información adecuado para el intercambio entre grupos que no solo sostienen tradiciones culturales diversas, sino que también han desarrollado diferentes formas de adaptación al contacto con los blancos» (1995: 62). Aparte de la producción de películas, el proyecto también creó una red de videotecas y centros de producción de vídeo en 12 aldeas de las etnias waiãpi, enawenê nawê, xavante, nambikwara, gavião-parkatêjê, kayapó-xikrim, krinkati, terena y guarani.

Por último, se presenta un proyecto de apropiación de las nuevas tecnologías de comunicación llamado «Índios Online»⁴. El sitio web es una iniciativa de la ONG Thydêwá, con el apoyo del Ministerio de Cultura de Brasil y la Asociación Nacional para el Apoyo al Indígena (ANAI). La ONG desarrolla otros proyectos sobre nuevos medios como «Oca Digital»⁵ y «Celulares indígenas»⁶. «Índios Online» es una red social compuesta por indios de siete etnias del nordeste de Brasil: kiriri, tupi-nambá, pataxó-hãhãhãe, tumbalalá, xucuru-kariri, kariri-xocó y pankararu. Los propios indígenas publican contenido en el sitio desde sus aldeas, proporcionando un espacio para el diálogo intercultural, que valora la diversidad y facilita la comunicación entre etnias en el contexto del movimiento de resurgimiento y reemergencia étnica.

A continuación, y volviendo a la clasificación propuesta al comienzo de este repaso histórico, se llevará a cabo la exploración de las categorías culturales, sociales y políticas de los medios indígenas.

Los medios indígenas como producto cultural

Dentro de la categoría cultural, los medios indígenas están relacionados con una serie de elementos que deben ser explorados de forma individual como la estética, la lengua, los conocimientos tradicionales, la memoria, la política cultural, la autorrepresentación y, por último, la identidad étnica, cuya relación con los medios indígenas se discutirá en detalle.

Según Ginsburg (1991: 106; 1995: 230) y Turner (1992: 12), los medios indígenas son un proceso y producto cultural híbrido, «medios alternativos multiculturales» que incorporan, refractan y recombinan «elementos, técnicas, perspectivas de la cultura dominante» para reinventar e hibridizar la cultura indígena. Para Ginsburg, los jóvenes indígenas están

4. Véase <https://www.indiosonline.net> [Fecha de consulta 01.10.2014].

5. Véase <https://www.ocadigital.art.br> [Fecha de consulta 01.10.2014].

6. Véase <https://www.youtube.com/user/indiosonline> [Fecha de consulta 01.10.2014].

Como producto cultural, los medios indígenas juegan un papel clave en el movimiento para la supervivencia social y cultural, así como en la objetivación de sus propias culturas

viviendo en un mundo alterado y rodeado por la cultura dominante, lo que los obliga a manipular las diversas experiencias que proporcionan «una cara y una narrativa que los refleja en el presente, los conecta con su historia, y los dirige al futuro» (1991: 106). En este sentido, los medios indígenas juegan un papel clave en el movimiento para la supervivencia social y cultural y en la objetivación de sus propias culturas. Para Turner (1992), las comunidades indígenas se están dando cuenta, desde su propia conciencia y motivación, del poder y la influencia de los medios en la presentación de sus culturas a la sociedad dominante.

Fry y Willis, utilizando el concepto de *bricolage* de Lévi-Strauss (1970), proponen que los medios indígenas son parte de una estrategia cultural de «confección de una cultura a través de un proceso de selección y montaje de las formas culturales combinadas y recombinadas [...] y de la formación de una nueva que rechaza los modelos que pretendían imponerse» (1989: 160). Dentro de esta estrategia cultural, se inserta lo que Ginsburg (2002) llama «memorias en la pantalla», el proceso por el cual los pueblos indígenas están recuperando sus historias colectivas a través de los medios y la inserción de estas historias en las narrativas e imaginarios nacionales. Estas historias habían sido «borradas de la cultura dominante» (ibídem: 40-41) y corrían el riesgo de ser olvidadas en sus propias comunidades. Recontar historias de la tradición oral a través de los medios les exige una adaptación y les permite dar nueva forma a las mismas no solo «en nuevas estructuras estéticas, sino también negociar con la economía política controlada por el Estado» (ibídem). La producción de los medios indígenas está haciendo visible a las sociedades dominantes realidades históricas y culturales que habían sido estereotipadas o denegadas (ibídem, 1993).

Como un producto cultural, los medios indígenas se basan en ciertas estructuras y normas estéticas. Ginsburg (ibídem) se pregunta cuáles son las normas estéticas del discurso de los medios indígenas, si el modelo de belleza indígena es capaz de cruzar fronteras culturales y «cómo se negocian las nociones de valor de los medios indígenas en los diferentes niveles de producción» (ibídem: 367). Turner (1992) presenta de la siguiente manera el ideal de belleza kayapó:

«La perfección de tales formas socializadas a través de la *performance* repetida encarna el valor supremo kayapó, a la vez social, moral y estético, de “belleza”. Tenga en cuenta que la “belleza”, en este sentido, cuenta con un principio de organización secuencial: repeticiones sucesivas del mismo patrón, teniendo cada vez mayor valor social con cada *performance*, ya que integra elementos adicionales y logra más finura estilística, acercándose así al ideal de plenitud y perfección, que define “belleza”» (Turner, 1992: 9).

Según Müller (1976 y 1992), la pintura corporal de los xavante obedece a reglas precisas de un sistema de significación y comunicación visual que expresan diversas informaciones acerca de su sociedad, como su división en clanes, en clases de edad y grupos ceremoniales, más detalles sobre prestigios, transgresiones, puniciones, derechos y deberes, dando así categorizaciones y estatus sociales a los miembros de esa sociedad. Los medios xavante se basan en el modelo estético de este sistema de comunicación visual y social, siendo organizados, producidos y transmitiendo informaciones de acuerdo con su estructura social.

Con el fin de responder a las preguntas enunciadas anteriormente acerca de las normas estéticas del discurso de los medios indígenas, Ginsburg argumenta que para los productores indígenas «la calidad del trabajo se juzga por su capacidad de encarnar, mantener e incluso reactivar o crear ciertas relaciones sociales» (1993: 367). En esta «estética incorporada» (ibídem), a diferencia de las nociones occidentales que hacen hincapié en la creatividad y la expresión individual, la producción estética indígena es colectiva y «asociada al sistema de conocimiento ritual basado en el territorio, el parentesco» (ibídem: 372) y las relaciones sociales. Para Wilson y Dissanayake es «una estética de resistencia y retaguardia, que rearticuló fronteras como fuentes, géneros y enclaves en la preservación cultural y la identidad de la comunidad que se define en relación a las tecnologías globales modernas» (1996: 14).

Los medios indígenas también actúan en la documentación y transmisión del conocimiento tradicional indígena en su propia lengua. Ginsburg (1995) describe cómo en las comunidades indígenas la transmisión del conocimiento se produce en momentos específicos de la vida de los individuos como los rituales: «Esta transmisión de conocimientos está organizada, no solo por generación, sino por las clasificaciones de género y de parentesco. Por lo tanto, en las comunidades tradicionales, conocer, ver, oír, hablar [...] está muy regulado» (ibídem: 227). Los medios indígenas, que se producen a nivel local, no solo respetan estas normas y estándares para registrar la vida y el conocimiento de los mayores, que fueron testigos de la destrucción de su modo de vida tradicional, sino que también dramatizan historias míticas, recrean los acontecimientos históricos y graban técnicas de caza y de recolección de alimentos (Ginsburg, 1991). Los productores indígenas saben qué partes de un ritual pueden ser documentadas, cuáles son las más importantes y quién puede tener acceso a esta información sin violar ciertas normas culturales.

Actualmente, la tecnología digital e Internet han facilitado el acceso a la información y esto genera algunas preguntas sobre «las consecuencias de estos nuevos sistemas circulatorios» (Ginsburg, 2008: 128) para la transmisión de los conocimientos indígenas a través de los medios. La primera pregunta se refiere a «quién tiene el derecho de controlar el conocimiento y las relaciones de poder que deciden qué tipo de conocimiento debe valorarse» (ibídem). En este sentido, muchas comunidades indígenas se han posicionado «en contra de la mercantilización de sus conocimientos en los sistemas de propiedad intelectual de Occidente» (ibídem) y reclamado su propiedad cultural basada en sus propios sistemas.

«Los medios digitales indígenas plantean cuestiones importantes sobre la política y la circulación del conocimiento en distintos niveles; dentro de las comunidades sobre quién tiene acceso y la comprensión de las tecnologías de los medios, y quién tiene el derecho a saber, decir y hacer circular ciertas historias e imágenes. Dentro de los Estados-nación, los medios están vinculados a las principales batallas por la ciudadanía cultural, el racismo, la soberanía y los derechos de la tierra, así como las luchas sobre la financiación, el espacio aéreo y los satélites, las redes de transmisión y distribución de la tecnología digital de banda ancha que pueden o no estar disponibles para el trabajo indígena» (Ginsburg, 2008: 140).

Una de las funciones más importantes de los medios indígenas es su papel en los procesos de formación, construcción, desarrollo y negociación de la identidad étnica e indígena

Medios e identidad indígena

Como se ha mostrado, los medios indígenas sirven para un número de funciones interrelacionadas. Una de las más importantes es su papel en los procesos de formación, construcción, desarrollo y negociación de la identidad étnica e indígena. Según Matsaganis *et al.* (2011) los medios [indígenas] expresan diferentes tipos de identidad étnica y el desarrollo de ambos se refuerza mutuamente. Las «identidades étnicas son negociadas de forma permanente, y los medios [...] pueden ser un espacio donde las personas negocian cómo se identifican a sí mismos y a sus comunidades» (ibídem: 75).

Según Ginsburg (1991 y 1995), los medios indígenas cuestionan categorías culturales como «tradición» y «autenticidad» en la construcción y transformación de la identidad cultural y política indígena contemporáneas, expresiva de rupturas históricas y culturales en «términos moldeados por las condiciones locales y globales a finales del siglo XX» (ibídem, 1991: 92). Para Ginsburg, la apropiación de los medios por los pueblos indígenas no es la recuperación y reconstrucción de un pasado cultural «auténtico» preexistente e idealizado, sino la «creación y afirmación de procesos de construcción de la identidad», en línea con los conceptos de identidad «que tratan de adaptarse a las inconsistencias y contradicciones de la vida contemporánea» (ibídem: 105) a través de la revitalización de las prácticas culturales locales. Estos procesos abarcan las relaciones con el «territorio, el mito y el ritual, la historia [...] de contacto con los europeos y amenazas continuas a la lengua, a la salud, a la cultura y a la vida social, y los esfuerzos [...] para hacer frente a los problemas como resultado de estas agresiones» (ibídem). Para los productores indígenas, este «proceso de construcción de identidades» a través de los medios indígenas es apropiado para sus propias estrategias por articular su historia y cultura con la sociedad nacional (ibídem, 1995: 213).

«Los medios indígenas ofrecen una posible forma –social, cultural y política– para reproducir y transformar la identidad cultural entre las personas que han sufrido enormes trastornos políticos, geográficos y económicos. Los recursos de los medios para trascender los límites del tiempo, del espacio, e incluso del lenguaje, se están utilizando de manera efectiva para mediar, literalmente, rupturas sociales producidas históricamente y ayudar a construir identidades que enlazan el pasado y el presente adecuadamente con las condiciones contemporáneas» (ibídem, 1991: 94).

Independientemente de la etnia, para Ginsburg, es posible generalizar que los medios indígenas son casi siempre «asertivos y conservadores de la identidad» (ibídem: 104). A pesar de estar de acuerdo con la autora, también es importante analizar y comparar las diferencias étnicas y de identidad en el uso de los medios. ¿La apropiación y el uso de los medios por diferentes etnias indígenas reflejan sus características y especificidades sociales, culturales, económicas y políticas? ¿Las diferentes etnias indígenas de Brasil y otras alrededor del mundo utilizan los medios de la misma manera? ¿Cuáles son las diferencias entre los principales grupos de productores de medios indígenas en Brasil? Otra cuestión importante es la relación entre los medios indígenas, la identidad étnica y la acción colectiva indígena. A continuación se analizarán más en detalle las relaciones específicas entre los medios indígenas y la acción colectiva

indígena. Para Turner (1992) una condición para la supervivencia cultural y política de los indígenas es su capacidad de «objetivar su propia cultura como una “identidad étnica”» (1992: 12), una herramienta para «movilizar la acción colectiva opuesta a la sociedad dominante nacional y el sistema mundo occidental» (ibídem). Los medios indígenas son parte de este «proyecto social de comunicación del conocimiento cultural con fines políticos y sociales» (ibídem: 6), como los «medios culturales», interculturales o interétnicos, que responden al concepto de fricción interétnica de Cardoso de Oliveira (1962), que supera los prejuicios y reproduce la identidad étnica y la cohesión política. Matsaganis *et al.* (2011: 71-75) afirman que hay diferentes tipos de formación o procesos de construcción de la identidad étnica, que pueden resultar, entre muchas posibilidades, en una identidad con guión, conglomerada e híbrida. Los medios indígenas refuerzan esta formación, construcción y desarrollo de la identidad étnica de muchas maneras, ya sea transmitiendo el conocimiento cultural de una identidad étnica particular, expresando la identidad étnica de los individuos o promoviendo el sentido de pertenencia al grupo étnico y su identidad (ibídem: 75). Sin embargo, la identificación con un tipo de identidad no excluye la posibilidad de identificación con otra en diferentes contextos.

Los medios indígenas como proceso social

Dentro de la categoría social se explorará brevemente la organización social de la producción de los medios indígenas. Según Michaels (1984), la forma en que los medios indígenas son producidos, exhibidos y utilizados refleja la estructura social, el sistema político en clanes, linajes, facciones y jefes, las reglas del sistema de parentesco, el sistema de clases de edad y otros temas relacionados con las sociedades indígenas.

En comparación con los medios tradicionales y su representación estereotipada de las comunidades indígenas, los medios indígenas no solo permiten otras formas de representación, sino también otros procesos y organizaciones sociales de la producción de los medios más horizontales y menos jerárquicas, más inclusivas, participativas, colaborativas y colectivas. Según Ginsburg (1993 y 1995), los diferentes tipos de medios indígenas producidos por y con las comunidades indígenas cruzan y operan en diferentes niveles de organización y transformación social, política y económica. Estos representan las distintas posiciones y roles sociales ocupados por las comunidades indígenas y sus formas de ganarse la «visibilidad y control cultural sobre sus propias imágenes» (1995: 228). Ginsburg hace hincapié en que «las relaciones sociales construidas a partir de las prácticas de los medios indígenas están ayudando a desarrollar el apoyo y la sensibilidad hacia las acciones indígenas de autodeterminación» (1993: 378), haciendo visibles sus preocupaciones ante el mundo y creando áreas de cooperación que conectan a los productores indígenas «a nivel local, nacional, transnacional e internacional» (ibídem). Desde este marco, sugiere que el trabajo y la organización social de la producción de los medios indígenas son un nuevo modelo de producción cultural, y propone analizar los medios indígenas como un objeto cultural complejo y como parte del *mediascape* (Appadurai, 1990) amplio de las relaciones sociales. Appadurai define *mediascape* como los diferentes flujos culturales globales creados por las nuevas tecnologías de los medios en el siglo xx (1990).

Como proceso social, y en comparación con los medios tradicionales, los medios indígenas no solo permiten otras formas de representación, sino también otros procesos y organizaciones sociales de la producción de los medios más horizontales y menos jerárquicos

Los medios indígenas y el movimiento indígena global

Dentro de la categoría política, la apropiación indígena de los medios y de la tecnología también se utiliza como una forma de autorrepresentación, autodeterminación, autogestión, expresión e inserción de sus propias voces en los medios

Por último, se presentará la última categoría de los medios indígenas, la política. En los últimos años, la globalización ha fomentado la aparición y el surgimiento de un movimiento indígena internacional, en el que el «uso y la movilización de los medios son cada vez más centrales en todos los niveles de la organización política, local, nacional, internacional y transnacional» (Wilson y Stewart, 2008: 18-19) y expresan transformaciones en la conciencia indígena. Este movimiento indígena ha utilizado los medios que se producen en sus comunidades como una forma de empoderamiento, de acción social y colectiva en la documentación de la injusticia y reclamación de indemnizaciones, como instrumento de su eterna lucha por reconocimiento, por la autonomía cultural y por la demarcación de sus territorios (Ginsburg, 1991, 1993 y 1995). Es prácticamente imposible hablar de los medios indígenas sin hablar de movimiento indígena, ya que estos medios surgen dentro de «movimientos más amplios de autonomía cultural y autodeterminación política» (ibídem, 1995: 211). Estas categorías añaden el sentido de la lucha política compartida por parte de los pueblos indígenas de todo el mundo.

Turner (1992) señala que la participación en proyectos mediáticos y la asunción de ciertos roles en estos proyectos es un signo de prestigio y estatus dentro de la comunidad indígena y «una forma de mediación cultural y política de las relaciones con la sociedad occidental» (ibídem: 7). La combinación de estos dos factores se ha convertido en un requisito previo para asumir posiciones de liderazgo político en muchas comunidades indígenas, como los kayapó, donde muchos jóvenes participaron en proyectos de medios hasta convertirse en líderes, siendo su participación una forma de promover sus carreras políticas. Otro tema importante para Turner es que «el contenido y la ordenación secuencial [de los medios] sigue la retórica y formas estructurales de la oratoria y del proceso político kayapó» (ibídem: 12). Por lo tanto, la construcción de la representación mediática de un acontecimiento político puede utilizar como modelo la «retórica de la oratoria política, las formas de resolución de los conflictos políticos» (ibídem: 11), así como categorías culturales indígenas.

La apropiación indígena de los medios y de la tecnología también se utiliza como una forma de autorrepresentación, autodeterminación, autogestión, expresión e inserción de sus propias voces en los medios. Para Turner, los medios indígenas se refieren a la autorrepresentación y la autoconciencia étnica y operan «con el mismo conjunto de categorías culturales, nociones de representación, principios de *la mimesis*, valores estéticos y nociones de lo que es social y políticamente importante» (ibídem: 8). Estas comunidades están interesadas en y utilizan estos nuevos medios de comunicación y representación como herramientas para redefinir y transformar su cultura, su concepción y noción de persona, de sí mismos, y como parte de un proceso de desarrollo de nuevas autodefiniciones. La autorrepresentación en los medios es vista por Ginsburg (1993) como una parte crucial de este proceso.

Según Turner la noción de representación kayapó se basa en la idea de la *mimesis*, la representación como la imitación, y la repetición como la «forma esencial de la producción social y cultural» (1992: 10). Su noción de la realidad se construye y elabora culturalmente a través de formas rituales de acción imitativa o replicada. Estas categorías y nociones de la

cultura kayapó son la base de su representación a través de los medios. La autorrepresentación kayapó en los medios y «en el contexto contemporáneo de la confrontación interétnica» no se ve influenciada por los medios occidentales, sino que es la continuación de «formas culturales tradicionales de representación mimética», que para Turner «es como la tarta de carne y yuca kayapó» (1992: 10).

«Es importante reconocer esta continuidad, a fin de comprender cómo el aumento de la objetivación de la conciencia kayapó de su propia cultura y de la identidad étnica en el contexto inter-étnico contemporáneo no era más que el efecto de los medios occidentales o influencias culturales, pero se basó en poderosas tradiciones culturales nativas de representación y objetivación mimética. Estos modos de mimética tradicionales siguen influyendo a los productores de vídeo kayapó en su uso del medio del vídeo, ya que han influido en las formas específicamente kayapó que la objetivación de la autorrepresentación cultural ha adoptado en la acción social y política kayapó» (ibídem: 10).

Se puede afirmar que los pueblos indígenas se encuentran en la vanguardia de la utilización social, política y cultural de los medios

Conclusión

Según Browne (1996) la historia del desarrollo de los medios indígenas hasta la última década muestra que, en gran medida, este fue resultado del interés, el esfuerzo y la iniciativa de los propios pueblos indígenas. Solo en Canadá este desarrollo procede del compromiso, la ayuda y la financiación del Gobierno a la adopción de políticas públicas de largo plazo que reconozcan los derechos de producción y de acceso a los medios de comunicación por los pueblos indígenas. En otros países, las políticas públicas de los gobiernos no reconocen estos derechos, lo que dificulta los intentos independientes, aislados y autónomos de producción de los medios indígenas. El control, la financiación y la toma de decisiones editoriales son cuestiones políticas centrales. La ausencia de políticas públicas de acceso a los medios de comunicación hace que los productores indígenas sean rehenes de las ONG y otras instituciones de financiación. El artículo 16 de la Declaración de la Organización de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas establece que:

«Los pueblos indígenas tienen derecho a establecer sus propios medios de información en sus propios idiomas y a acceder a todos los demás medios de información no indígenas sin discriminación. Los Estados adoptarán medidas eficaces para asegurar que los medios de información públicos reflejen debidamente la diversidad cultural indígena» (ONU, 2007: 6).

Para concluir el texto, después de la presentación de los diversos aspectos de los medios indígenas, es posible reflexionar sobre cómo los medios indígenas cuestionan el modelo de comunicación de los medios tradicionales. Para Turner (1992) los pueblos indígenas utilizan los medios de manera muy diferente a los no-indios, algunas de ellas demostradas previamente. Molnar afirma que los pueblos indígenas ven sus tierras como «el centro desde el cual emana la información. Su modelo de información/comunicación es todo lo contrario al modelo europeo, que ve el centro como las ciudades urbanas y las comunidades remotas como la periferia» (1990: 152). Este modelo de comunicación indígena se desarrolla a partir de lo que podría llamarse «perspectiva indígena»,

no solo un cambio de punto de vista y de referente, sino también el cuestionamiento de las políticas, de las disputas por el poder y de los procesos de dominación y explotación ocultos en la importación y en la adopción de modelos externos. Se puede afirmar que los pueblos indígenas se encuentran en la vanguardia de la utilización social, política y cultural de los medios y son pioneros en lo que Castells (1999) llama «movimiento de guerrilla informacional».

Referencias bibliográficas

Alia, Valerie. *The New media nation: indigenous peoples and global communication*. Nueva York y Oxford: Berghahn Books, 2010.

Alia, Valerie y Bull, Simone. *Media and ethnic minorities*. Edimburgo: Edinburgh University Press, 2005.

Appadurai, Arjun. «Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy». *Theory Culture Society*, n.º 7 (1990), p. 295-310.

Barth, Fredrik. «Os grupos étnicos e suas fronteiras», en: Lask, Tomke (coord.). *O Guru, o Iniciador e Outras Variações Antropológicas*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2000, p. 25-67.

Bartolomé, Miguel A. «Los laberintos de la identidad: Procesos identitarios en las poblaciones indígenas». *Avá*, n.º 9 (2006).

Browne, Donald R. *Electronic media and indigenous peoples: a voice of our own?* Ames: Iowa State University Press, 1996.

Butler, Judith. *Bodies that matter: On the discursive limits of «sex»*. Nueva York: Routledge, 1993.

Cadena, Marisol de la y Starn, Orin. «Indigeneidad: problemáticas, experiencias y agendas en el nuevo milenio». *Tabula Rasa* (enero-junio de 2009), p. 191-223.

Cardoso de Oliveira, Roberto. «Estudos de áreas de fricção interétnica no Brasil». *América Latina*, vol. v, n.º 3 (1962), p. 85-90.

Castells, Manuel. *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Vol. II: *poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

Fry, Tony y Willis, Anne-Marie. «Aboriginal Art: Symptom or Success?». *Art in America*, vol. 77, n.º 7 (invierno 1989), p. 163.

Gallois, Dominique T. y Carelli, Vincent. «Vídeo e diálogo cultural - experiência do projeto vídeo nas aldeias». *Horizontes Antropológicos*, año 1, n.º 2 (julio/septiembre de 1995), p. 61-72.

Ginsburg, Faye. «Indigenous Media: Faustian Contract or Global Village?». *Cultural Anthropology*, vol. 6, n.º 1 (1991), p. 92-112.

Ginsburg, Faye. «Embedded Aesthetics: Creating A Discursive Space for Indigenous Media». *Cultural Anthropology*, vol. 9, n.º 2 (1993).

Ginsburg, Faye. «Mediating Culture: Indigenous Media, Ethnographic Film, and the Production of Identity», en: Deveraux, Leslie y Hillman, Roger (eds.). *Fields of Vision: Essays in Film Studies, Visual Anthropology and Photography*. California: University of California Press, 1995, p. 256-290.

Ginsburg, Faye. «Screen Memories: Resignifying the Traditional in Indigenous Media», en: Ginsburg, Faye; Abu-Lughod, Lila y Larkin, Brian (eds). *Media Worlds: Anthropology on New Terrain*. California: University of California Press, 2002.

Ginsburg, Faye. *Rethinking the Digital Age*, en: Wilson, Pamela y Stewart, Michelle. *Global indigenous media: cultures, poetics, and politics*. Atlanta: Duke University Press, 2008.

Ginsburg, Faye; Abu-Lughod, Lila y Larkin, Brian (eds). *Media Worlds: Anthropology on New Terrain*. California: University of California Press, 2002.

Hall, Stuart. «Who needs identity? », en: Hall, Stuart y Du Gay, Paul. *Questions of cultural identity*. Londres: Sage, 1996, p. 1-17.

Lévi-Strauss, Claude. *El pensamiento salvaje*. México: Fondo de Cultura Económica, 1970.

Mamdani, Mahmood. «Race and Ethnicity as Political Identities in the African Context», en: Tazi, Nadia. *Keywords: Identity*. Nueva York: Other Press, 2004, p. 1-24.

Martínez Cobo, Jose R. *Study of the problem of discrimination against indigenous populations*. Nueva York: United Nations, 1986.

Matsaganis, Matthew D.; Katz, Vikki S. y Ball-Rokeach, Sandra J. *Understanding ethnic media: producers, consumers, and societies*. Los Ángeles: SAGE, 2011.

Maybury-Lewis, David H. *Indigenous peoples, ethnic groups, and the state*. Boston: Allyn & Bacon, 1997.

Merlan, Francesca. «Indigeneity: Global and Local». *Current Anthropology*, vol. 50, n.º 3 (2009).

Michaels, Eric. «The Social Organization of an Aboriginal Video Workplace». *Australian Aboriginal Studies*, n.º 1 (1984), p. 26-34.

Michaels, Eric. *Aboriginal Invention of Television: Central Australia 1982-86*. Canberra: Australian Institute of Aboriginal Studies, 1986.

Molnar, Helen. «Aboriginal broadcasting in Australia: Challenges and promises». *The Howard Journal of Communications*, vol. 2, n.º 2 (primavera de 1990), p. 149-169.

Müller, Regina Aparecida Pólo. *A pintura do corpo e os ornamentos Xavante: arte visual e comunicação social*. Dissertação (mestrado). UNICAMP, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, 1976.

Müller, Regina Aparecida Pólo. «Mensagens visuais na ornamentação corporal xavante», en: Vidal, Lux B. (coord.). *Grafismo Indígena: Estudos de Antropologia Estética*. São Paulo: Editora Studio Nobel/EDUSP/FAPESP, 1992.

OIT- Organización Internacional del Trabajo. Oficina Regional para América Latina y el Caribe. *Convenio N° 169 sobre pueblos indígenas y tribales en países independientes*. 2ª. ed. Lima: 2007.

ONU-Organización de las Naciones Unidas. «Declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas». *Documentos Oficiales de la Asamblea General*, sexagésimo primer período de sesiones, suplemento n.º 295 (A/RES/61/295) (2007).

Pratt, Mary Louise. «Afterword: Indigeneity Today», en: Cadena, Marisol de la y Starn, Orin (eds.). *Indigenous Experience Today*. Nueva York: Berg, 2007, p. 397-404.

Prins, Harald E. L. «Visual Anthropology», en: Biolsi, Thomas (ed.). *A companion to the anthropology of American Indians*. Malden, MA: Blackwell, 2004, p. 506-525.

Turner, Terence. (1992). «Defiant Images: The Kayapo Appropriation of Video». *Anthropology Today*, vol. 8, n.º 6, p. 5-16.

Viveiros de Castro, Eduardo. «No Brasil todo mundo é índio, exceto quem não é», en: Ribeiro, Darcy. *Encontros*. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2007.

Wilson, Rob y Dissanayake, Wimal. «Introduction», en: Wilson, Rob y Dissanayake, Wimal. *Global/Local: Cultural Production and the Transnational Imaginary*. Durham: Duke University Press, 1996, p. 1-20.

Wilson, Pamela y Stewart, Michelle. *Global indigenous media: cultures, poetics, and politics*. Durham, N.C.: Duke University Press, 2008.