

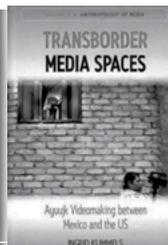
## *Transborder Media Spaces. Ayuuj Videomaking between Mexico and the US* de Ingrid Kummels

Giancarlo Tafur Arévalo

Universidad Científica del Sur. Lima, Perú

gtafura@ucientifica.edu.pe

ORCID 0000-0001-8390-239X



**Citar como:** Tafur, G. (2020). Kummels, I. (2017). *Transborder Media Spaces. Ayuuj Videomaking between Mexico and the US* de Ingrid Kummels. *Desde el Sur*, 12(1), pp. 345-346.

*Transborder Media Spaces. Ayuuj Videomaking between Mexico and the US* (Kummels, 2017), que forma parte del séptimo volumen de la serie «Anthropology of Media» editada por John Postill y Mark Allen Paterson, coloca en el escenario de la antropología la apropiación y el uso de los medios sociales de comunicación por parte de las minorías étnicas, y pone de manifiesto una serie de mecanismos de negociación, intercambio y fortalecimiento de conceptos clave como la identidad, el desarrollo, la modernidad y la posición de sí mismo en un contexto de globalización y migración transnacional.

Kummels, en cinco capítulos y desde una perspectiva basada en la antropología de los medios y los estudios culturales, se centra en la acción de los diversos actores involucrados, busca responder una serie de preguntas que giran en torno a conocer las necesidades y los deseos de los pobladores de Tama para acceder a los medios y, a través de ellos, cómo se crean sentidos sobre la identidad colectiva y la pertenencia a su propia comunidad, además de emitir sus demandas ciudadanas.

En ese sentido, el uso de los medios sociales de comunicación se convierte en el soporte ideal para que las comunidades puedan crear imágenes representativas autodeterminadas, dejando de lado los esquemas estereotípicos, lo que permite construir de manera más cercana los elementos significativos de su cultura. El texto va más allá del activismo político de los medios indígenas a través de la práctica de la fotografía, la radio, el cine, la televisión y el internet; también considera cómo los medios de comunicación van cambiando y redefiniendo estilos, usos y consumos.

Un concepto clave que es transversal al texto trata de la referencia al concepto clave de *media spaces*, espacios mediados o espacios mediáticos en español, el cual se define como la identificación de espacios, ya sean geográficos, donde se puede intervenir con la utilización de los

medios tecnológicos y de comunicación dentro de estructuras organizadas para la autoconstrucción y autodeterminación representativa. Este último concepto se adhiere a la referencia *audiovisual decolonization* (descolonización audiovisual) y destaca el desarrollo de estándares propios a partir de la apropiación de un medio de comunicación con una agenda temática basada en los intereses comunitarios.

En la práctica estos conceptos se ponen en manifiesto a través del análisis de seis géneros audiovisuales en el campo de la fotografía, el video, la televisión y el internet. Los géneros son los siguientes: fiestas patronales, videos de ritos de paso, videos de registro sobre acciones cívico-religiosas, registro de disputas de tierras o resolución de conflictos, fotografías y videos artísticos experimentales, y documentales culturales y políticos. Cada uno de ellos representa un discurso sobre la realidad de la comunidad y una perspectiva sobre la realidad: las disputas internas, la conciencia de la comunidad y los espacios de celebración.

Un punto importante de toda esta industria de creación de contenido étnico también tiene una finalidad de difusión de la autorrepresentación en otros espacios como las ciudades satélites y cruza la frontera para ser consumido por sus coterráneos que migraron a Estados Unidos, pero que no pierden sus valores identitarios por el consumo de estos contenidos.

En conclusión, Kummels reconoce que la mediatización de los medios en el pueblo Tama y su transmisión en otros lugares tanto en México como en Estados Unidos es una forma de comprender y ver la capacidad de transformación y traslado de información desde la perspectiva de las comunidades indígenas en la región. Por otro lado, estos avances en el video indígena deben verse desde la antropología de los medios en términos de avance y la relación con los componentes étnicos de los pueblos.

Esta interacción entre medios de comunicación y comunidades indígenas tiene un valor importante en la modelación y el conocimiento de las posiciones y construcción de identidades colectivas en un escenario mucho más protagónico, desarrollando estrategias de reconocimiento.