

FUERA DENTRO Y
DE
CUADRO

ÍNDICE

Presentación	
<i>Pedro Mege</i>	7

Dentro y fuera de cuadro	
<i>María Paz Bajás y Margarita Alvarado</i>	11

Un largo recorrido visual (siglos XVI al XXI): ¿Estará todo dentro del cuadro?	
<i>Christian Báez</i>	15

ARTÍCULOS

Viajes y expediciones en el Gran Chaco. Construcciones visuales de una etnocartografía del siglo XX	
<i>Mariana Giordano</i>	21

Imágenes y conocimiento. Reflexiones sobre la representación visual de los pueblos indígenas en el altiplano andino (siglo XIX y comienzos del XX)	
<i>Felipe Maturana</i>	53

Sujetos en Foco. Modalidades en la construcción visual del sujeto indígena en la fotografía documental chilena contemporánea (1980 -2010)	
<i>Margarita Alvarado Pérez</i>	87

“Lo que nos hace llamar distintos...” Tradición e iconos de etnicidad en el reencuentro del Consejo de Todas las Tierras de Chile y la Confederación Mapuche Neuquina de Argentina (1990-1992)	
<i>José Ancán</i>	119

Reflexiones en torno a la imposible representación de los indios <i>Carlos Masotta</i>	147
Ser comunero/a en los tiempos de diáspora: videos de fiestas en el Distrito Mixe, Oaxaca, México <i>Ingrid Kummels</i>	161
Guerras y medios indígenas en movimiento(s) <i>Axel Köhler y Xochitl Leyva</i>	185
La mirada de la serpiente. Notas para una reconceptualización de las prácticas audiovisuales indígenas <i>Christian León</i>	215
Antropología visual y movimiento de comunicación indígena latinoamericano. Una experiencia de colaboración <i>María Paz Bajás</i>	247

SER COMUNERO/A EN LOS TIEMPOS DE DIÁSPORA:
VIDEOS DE FIESTAS EN EL DISTRITO MIXE, OAXACA, MÉXICO

BEING A COMMUNITY MEMBER IN THE TIME OF DIASPORA: PATRON
SAINT'S FIESTA FILMS IN THE MIXE DISTRICT OF OAXACA, MEXICO

Ingrid Kummels¹

Resumen

Este artículo se ocupa de la producción, circulación y recepción de un género de películas que fue creado a nivel local por actores de la comunidad de Tamazulapam del Espíritu Santo del Distrito Mixe: los videos de fiestas patronales. Propone que analizar este género filmico permite conocer mejor las dinámicas endógenas del desarrollo de los medios de comunicación y la historia propiamente local de estos medios en una comunidad “indígena” de México. Como parte de los medios locales que se dividen en “comunitarios” y “comerciales”, los videos de fiestas cumplen la función de integrar a los miembros que migraron a Estados Unidos y crear nuevos espacios de imaginación transnacionales. Se examinan discusiones locales en torno a estos controvertidos videos y cómo a través de ellos se redefine el rol de los medios de comunicación locales y el ser comunero/a en tiempos de dispersión geográfica del pueblo.

Abstrac

This contribution explores the production, circulation and reception of a film genre that was created on a local level by actors of the village of Tamazulapam del Espíritu Santo of the Distrito Mixe: patron saint's fiesta videos. It proposes that the focus on this film genre might provide important insights into endogenous media dynamics and their local history in an “indigenous” community of Mexico. As part of the local media that are distinguished as “communal” and “commercial”, fiesta videos are utilized for integrating members that migrated to the United States and for creating new transnational spaces of imagination. Local debates around these controversial films are examined as well as the ways in which the role of local media and of being a *comunero/a* (community member) are redefined in the time of geographical dispersion of the community.

Palabras clave: medios audiovisuales, ayuujk, fiestas patronales, migración, México.

Keywords: audiovisual media, Ayuujk, patron saint's fiestas, migration, Mexico.

1 Doctora en Antropología social y cultural. Realiza la Catedrática de Antropología Cultural y Social del Instituto de Estudios Latinoamericanos de la Freie Universität Berlin, Alemania. kummels@zedat.fu-berlin.de

Introducción

Cualquiera que visita el mercado de San Pedro y San Pablo Ayutla, conocido como “el puerto” de la Sierra Mixe, un importante centro administrativo del Distrito Mixe del estado mexicano de Oaxaca, además de farmacias, papelerías, florerías y puestos con productos agrícolas frescos, encontrará lugares que ofrecen una gran variedad de discos DVD y CD, en la mayoría “clones”, es decir, pirateados. En los puestos de Ayutla, la gama de discos en venta abarca, además de los géneros difundidos en todo México como “comedias”, “románticas”, “nacionales”, “suspenso” y “policíacas”, un género menos usual: el de “fiestas”. Estos últimos DVDs se distinguen por portadas con un estilo más casero y por títulos escuetos como “Ayutla la Fiesta 2014” y subtítulos como “Calenda”, “Recepción de las Bandas” y “Quema de Castillo”. El público local enseguida ubica estas denominaciones usuales de las diferentes etapas de una fiesta patronal. Son pequeñas empresas familiares, compuestas por un matrimonio y en las que a menudo trabajan también los hijos adultos, las que producen estos filmes. Video Rey, Video Cajonos, Video Rojas, Video Tamix y Video Mecho –para nombrar sólo algunas de las que trabajan en la Sierra Norte de Oaxaca– viajan como comerciantes itinerantes hasta a cuarenta fiestas patronales al año y las graban en video durante cinco días, tiempo que por lo general dura la fiesta en honor al santo patrón. Los videoastas se sirven de una camioneta, propia o rentada, en la cual instalan su estudio itinerante, es decir una PC con programa de edición (por ejemplo Pinnacle), un quemador de DVD, una impresora a color, una pantalla de televisión y, usualmente, dos cámaras de video. Editan la película de una sola fiesta patronal en aproximadamente diez DVDs con una duración de hasta dos horas y media cada uno. Producen los DVDs la misma noche tras la grabación para poder vender a los espectadores las imágenes “frescas” mientras aún se desarrolla la fiesta.

Este artículo se concentra en el vibrante mundillo de estos filmes patronales y examina el papel que éstos juegan en una comunidad *ayuujk*², que está

2 *Ayuujk* o *Ayuujk Ja'ay*, término usado como autodenominación del grupo etnolingüístico (mixe), por un lado, y por otro el término de comunidad, son expresiones que se refieren a diferentes dimensiones y sentidos de pertenencia. Las personas se identifican con el pueblo Tamazulapam sobre la base de ser un/a comunero/a que posee tierra comunal y de cumplir con obligaciones como rendir servicio al pueblo como autoridad comunal. *Ayuujk* designa una lengua y cultura ‘indígena’ particular. El “ser *Ayuujk*” también es objeto de expresión etnopolítica desde el periodo en el que líderes de la Sierra Mixe propusieron la creación del Distrito Mixe –el único distrito con una designación étnica en todo México–, algo que lograron en 1938.

viviendo al mismo tiempo una especial dinámica. Partimos de un concepto de representación que presta especial atención a sus dimensiones activas y productivas. Sobre esta base, el artículo indaga el aporte de videoastas y comunicadores locales del Distrito Mixe a la construcción de su actual realidad cultural y social. La comunidad Tamazulapam del Espíritu Santo –vecina de Ayutla– se ha extendido en el transcurso de varias oleadas migratorias mucho más allá de los límites geográficos de la comunidad de origen. Su diáspora incluye asentamientos satélite en la ciudad de Oaxaca, residentes en ciudades en el norte de México, especialmente del Estado de Guanajuato, así como en ciudades en los Estados Unidos, principalmente Los Ángeles, Chicago y Milwaukee, y en numerosas zonas del país donde se practica la agricultura a gran escala. Examinaré cómo los videos de fiestas³ crean un espacio de imaginación transnacional, transformando a la vez los conceptos y las prácticas comunitarias y también los roles de género en la comunidad de origen del Distrito Mixe.

La Región Mixe (o *Ayuujk*) es conocida por sus proyectos de comunicación comunitaria. Un aspecto importante de los primeros movimientos etnopolíticos locales y regionales era y sigue siendo el uso de medios de comunicación, de las artes visuales y especialmente las audiovisuales. Organizaciones *ayuujk* como el Comité de Defensa y Desarrollo de los Recursos Naturales y Humanos Mixe (CODREMI) y Servicios al Pueblo Mixe A.C. (SER) lograron una fuerte atención regional y, a veces, nacional, a partir de los años ochenta precisamente debido a su estrategia de usar modernos medios de comunicación audiovisuales para reforzar demandas políticas como el control sobre los recursos locales, por ejemplo los cultivos de café y la minería. Tanto en Tamazulapam como en la comunidad vecina de Tlahuitoltepec se lanzaron proyectos de radio y televisión locales partiendo de la concepción de que debían operar como medios de comunicación comunitarios, es decir como medios alternativos con estructuras de organización y financieras independientes tanto del Estado como de las corporaciones mediáticas privadas. El uso de la lengua materna indígena y la atención puesta en la cultura local adicionalmente fueron considerados características indispensables de la comu-

3 Me refiero a las fiestas patronales del pueblo de Tamazulapam del Espíritu Santo, cuyo patrón se puede deducir de su nombre. Como es el caso de otros pueblos de la región, en esta comunidad se celebra otra fiesta mayor, que se asemeja a la fiesta patronal, en el caso de Tamazulapam se dedica a Santa Rosa de Lima.

nicación mediática comunitaria en poblaciones “indígenas”⁴. Un ejemplo de esta orientación es TV Tamix. Entre 1993 y 2000, Tamazulapam fue la sede de esta notable estación local de televisión, que transmitía programas semanales en español y en *ayuujk* sobre asuntos locales, así como sobre eventos culturales y políticos. A pesar de haber suspendido sus transmisiones en el 2000, TV Tamix hasta el día de hoy influye en el movimiento de medios alternativos al haber dado prueba de la viabilidad de una televisión local⁵.

Hasta la fecha, investigadores especializados en antropología de los medios de comunicación han atribuido a la política indigenista del Estado mexicano un rol central en la introducción de medios de comunicación de masas como la radio, la televisión, el video y el cine con una orientación centrada en las comunidades indígenas de México⁶. Con la implementación del programa Transferencia de Medios Audiovisuales a Comunidades y Organizaciones Indígenas a partir de 1989, el Instituto Nacional Indigenista (INI) es considerado uno de los principales promotores del uso de medios de comunicación audiovisuales por los pueblos y movimientos indígenas. Además, las investigaciones existentes sugieren que la producción de video y cine realizada en las comunidades indígenas es prácticamente idéntica a la que desarrolló el movimiento llamado Video Indígena, que luego se independizó del INI, y que su enfoque es básicamente comunitario⁷. Por lo tanto, una percepción difundida es que la producción de video y cine en las comunidades indígenas está organizada principalmente en torno a comunicadores que trabajan colectivamente y orientados a dar voz a las preocupaciones compartidas por la comunidad local.

4 La palabra “indígena” la escribo con comillas simples para recordar que es un término homogeneizante que hace énfasis en una supracategoría que designa a los habitantes colonizados de las Américas. Esta categoría ignora y oculta concepciones de sí mismo más variadas, que incluyen diferencia de género, edad, profesión, localidad y muchas más.

5 La estación de televisión local que existió entre 1993 y 2000 se llamaba “Radio y Video Tamix” (véase Wortham 2004, 2005, 2013). Utilizo la designación TV Tamix, que también era común, para evitar una confusión con el comercio privado que produce videos de fiestas, Video Tamix, fundado en 2006.

6 Consúltese Cremoux (1997), Plascencia y Monteforte (2001), Salazar y Córdova (2008), Smith (2005), Halkin (2006), Rodríguez y Castells-Talens (2010), Kummels (2011) y Wortham (2004, 2005, 2013).

7 El movimiento de Video Indígena más tarde fue apropiado y resignificado por parte de los actores en vista de su interés político en la autodeterminación y autonomía (Wortham, 2004: 366; Wortham, 2013: 9 ys., 62). El término de Video Indígena, sin embargo, es controvertido considerando que tuvo su origen y que fue introducido por el Estado Mexicano y por las connotaciones de ‘indígena’ como una categoría de alteridad (Kummels, 2011: 271-2).

Pero tanto en el pasado como en la actualidad se puede observar una situación distinta con relación al uso de video y cine en comunidades *ayuujk* como Tamazulapam. Además de los medios de comunicación comunitarios proliferan medios que a nivel local se distinguen como comerciales. El género de los videos de fiestas patronales es uno de los principales rubros producidos por videoastas locales como Video Tamix, Video Rojas, Video Mecho y otros organizados en pequeñas empresas familiares, como es usual en el comercio ambulante que conforma a los mercados solares típicos de la región. Dado que producen estas películas y graban bautizos, fiestas de quinceañeras y bodas para sus clientes como un modo de ganarse la vida, sus prácticas de producción de películas son clasificadas como “medios comerciales”, esto a pesar de que en sus películas también utilizan la lengua *ayuujk* (como parte del sonido original), representan la cultura local y son operadas por comuneros/as *ayuujk*, tal y como sucede en la producción de medios de comunicación comunitarios.

Durante mi trabajo de campo en Tama –como se denomina popularmente Tamazulapam Mixe– entre el 2012 y el 2014, me di cuenta que el género de películas creadas a nivel local, como el de las fiestas, permite conocer mejor las dinámicas endógenas del desarrollo de los medios de comunicación y la historia propiamente local de los mismos⁸. Son en primera instancia los actores quienes generan cambios e innovaciones en los medios de comunicación en base a sus necesidades locales y culturalmente específicas (Williams, 1974; Kummels, 2012). En el caso de Tama, las necesidades que han desencadenado los movimientos migratorios han creado nuevos géneros, como el video de fiesta, y nuevos espacios de imaginación. Muchos habitantes de Tama me advirtieron, desde el inicio de mi estadía en su comunidad, sobre la diversificación y amplitud de los medios de comunicación locales. La fotografía, el cine y el video habían sido apropiados localmente antes incluso del establecimiento del Video Indígena. Además, siguen desarrollándose hoy en día sin una relación cercana a la política indigenista del gobierno mexicano. En este contexto, el video se usa tanto con fines explícitamente políticos, como con propósitos comerciales, como es el caso de los videos de fiestas. Me enfocaré en este último género para arrojar luz sobre su importancia social y cultural en vista de los debates que tienen lugar en torno a éste a nivel local. Por un lado, los filmes de fiestas patronales tienen una gran demanda a nivel local y dentro de la comunidad transnacional de Tama, pero también son parcialmente

8 Strassler (2010).

cuestionados en lo que se refiere a su utilidad para la comunidad. A veces son controvertidos y se convierten en el centro de intensas discusiones. Muchos comunicadores comunitarios los critican por su supuesta falta de calidad estética y por su orientación hacia el lucro. Al respecto voy a argumentar que los debates sobre valores comunales se centran en los videos de fiestas patronales debido a la fuerte corriente migratoria de los habitantes de Tama, tanto hacia los estados mexicanos al norte de Oaxaca como hacia las urbes de los Estados Unidos. Los debates son paralelos al nuevo papel que los videos han asumido como parte de la mediatización de las relaciones sociales de la comunidad *ayuujk* transnacionalizada. Las discusiones en torno a la representación filmica de las fiestas patronales sirven para debatir, practicar y reorientar la comunidad, un concepto en torno al cual se afirma la identidad étnica *ayuujk* y la autonomía de la comunidad frente al Estado mexicano. Voy a mostrar de qué manera los videos de las fiestas patronales forman parte de los intentos de la comunidad de origen por mantener su posición como centro sociopolítico a pesar de la dispersión de muchos de sus habitantes. Parte de la reinterpretación de la vida comunitaria frente al proceso de migración internacional a los Estados Unidos es conceptualizar e integrar a los miembros que viven en el extranjero como comunero/as perfectamente válidos, y tanto la producción, circulación e interpretación, como el debate sobre los videos de fiestas contribuye a esta conceptualización e integración.

La diversificación de los medios de comunicación locales y las fiestas patronales en el flujo de la migración

Lo que llama la atención sobre la comunidad de Tama es el hecho de que hoy en día es relativamente próspera, por lo que contradice el estereotipo de indigeneidad como sinónimo de pobreza, atraso y al margen del desarrollo general de México. Los residentes de Tama incluyen a campesinos, trabajadores manuales, maestros, otros profesionistas académicos, comerciantes y empresarios. Los habitantes señalan que la migración fue un factor importante en su ascenso económico y que en la década de los setenta la ciudad de Oaxaca y la ciudad de México fueron los principales destinos migratorios. En un movimiento que se inició en la década de los noventa, los habitantes de Tama se dirigieron progresivamente a ciudades del norte de México, así como a destinos en los EE.UU. En muchos aspectos, la comunidad de origen en la Sierra Mixe ha experimentado un proceso dinámico de modernización. La capitalización financiera del pueblo ha contribuido a su densa urbanización, infraestructura

sólida y empleo de los medios de comunicación alineado con estándares urbanos⁹. Actualmente muchos hogares pueden solventar el costo de la televisión satelital y algunos tienen acceso a internet privado. El uso de teléfonos celulares se ha generalizado con la inclusión de Tama a la red celular en 2011. A través de un proveedor privado, propiedad de Televisa, llamado Sky, las casas disfrutaban de la misma programación que todo México, que incluye desde TV Azteca hasta el Discovery Channel y Nickelodeon.

Pero no se trata únicamente de que avance la oferta mediática de grupos económicos privados monopolistas, también los medios locales y con ellos los paisajes de imágenes y *soundscape*s que los habitantes estructuran de manera autónoma, le dan su sello a la comunidad. El mayor servicio de internet del pueblo, *Tuuk Nëem*¹⁰, lo dirige un empresario local. Por sus precios moderados, los alumnos de varias escuelas desde el nivel primario hasta el bachillerato diariamente alquilan las veinte computadoras de este negocio para navegar por internet, servicio que se presta hasta las nueve o diez de la noche. Los habitantes escuchan de preferencia dos emisoras de radio; Radio Jënpoj y La T Grande de Tama¹¹, que de distintas maneras satisfacen las necesidades de los radioescuchas locales. Radio Jënpoj emite en lengua *ayuujk* y en castellano, y difunde expresiones musicales de la cultura local *ayuujk*, como la música de bandas filarmónicas, los sones regionales, la música de tecla y también música rap local, además de música internacional con énfasis en las preferencias de los movimientos políticos de izquierda como Víctor Jara y Silvio Rodríguez. Además la emisora se enfoca en programas sobre temas locales como la siembra del maíz nativo y su amenaza por el maíz transgénico e informa en su noticiero sobre asuntos de especial relevancia para la región. El programa de la emisora La T Grande de Tama, en cambio, da preferencia a la locución en castellano, pero con tintes locales, y a la música norteña y cumbia. Aunque estas últimas no son de producción local, esta radio local complace los gustos culturales nuevos de la población del lugar y de muchos más en la Sierra Norte, que surgen en base a las crecientes experiencias migratorias.

9 El municipio de Tama consiste en un centro urbanizado y siete agencias de policía municipales con una población total de alrededor de 6.700 habitantes. Hay una marcada diferencia entre el centro y las agencias con una conformación rural. En este apartado me refiero más al centro.

10 *Tuuk Nëem* es el nombre de Tamazulapam en lengua *ayuujk* y literalmente significa “el lugar de un agua”.

11 La radio T Grande de Tama emitió únicamente durante el periodo de marzo 2013 a marzo 2014. La corta duración, discontinuación y posible reanudación de este medio es algo típico de las iniciativas locales dada la falta de financiación, apoyo logístico, etc. con los que se enfrentan.

Esta amplitud y presencia de los medios de comunicación locales, incluidos los videos de fiestas patronales, forman parte de la vida cotidiana de Tama, en la cual se representa ofensivamente una identidad *ayuujk*, tanto discursivamente como en prácticas culturales y comunitarias. Esta política local de identidad étnica enfatiza las prácticas comunitarias, entre ellas el concepto que los individuos de Tama tienen de sí mismos como comuneros/as y su participación en el sistema local de cargos (frecuentemente referido en español con el término que se usa para nombrar la sede del gobierno local, es decir, “el cabildo” o “la municipalidad”). El ser comunero/a es central desde el punto de vista de la comunidad: implica poseer tierra comunal y el compromiso de servir cada cinco años en el cabildo sin recibir remuneración económica si la asamblea general, autoridad máxima, nombra a la persona para participar en este sistema político-religioso de cargos; el estatus de ciudadano implica que una persona cumpla con este servicio comunitario. Estos conceptos clave hacen referencia a características específicas de la organización político-religiosa semiautónoma de las comunidades indígenas en toda Mesoamérica y a su larga historia. Muchas comunidades han luchado por mantener esta forma de autoadministración como su característica distintiva desde tiempos coloniales, a su vez, sin embargo, la han adaptado continuamente a los cambios del sistema político nacional.

Actualmente los debates locales implícita o explícitamente tienen que ver con la pregunta de qué significa ser comunero/a y con el rol de los medios de comunicación locales en tiempos de dispersión geográfica del pueblo de Tama. Los actores involucrados en el uso político de la radio, el cine, el video y la televisión en la Sierra Mixe a menudo se refieren y se identifican en discusiones locales con el concepto de “comunalidad”, término que Floriberto Díaz, antropólogo, intelectual y líder político regional de Tlahuitoltepec, al igual que Jaime Martínez Luna de Guelatao, de la zona zapotecohablante de la Sierra Norte de Oaxaca, acuñaron a principios de la década de los ochenta (Díaz, 2007). De acuerdo a la idea de comunalidad, los medios de comunicación audiovisuales sirven como una herramienta más de las prácticas comunitarias. Intelectuales como Díaz promovieron decididamente el concepto de comunalidad como un eje en torno al cual se generan procesos de autonomía comunitaria y las primeras organizaciones regionales que afirmaron la identidad étnica (Aquino, 2013). Comunalidad se refiere a principios de convivencia que se ejercen en las comunidades en la Sierra Norte, como por ejemplo el servicio no remunerado que los habitantes prestan en el sistema de cargos,

hoy frecuentemente llamado “usos y costumbres”, y su participación en el “tequio”, el trabajo comunal. La población local considera estas prácticas una característica de los pueblos *ayuujk* y uno de los fundamentos de su autonomía con respecto al estado mexicano. Los movimientos etnopolíticos organizados por los *ayuujk* desde fines de los años setenta contribuyeron a reforzar y reformar el sistema de cargos. Sus demandas contribuyeron, junto a las planteadas por el movimiento neozapatista de Chiapas, al reconocimiento oficial por el gobierno estatal de Oaxaca del sistema de cargos como parte de los llamados “usos y costumbres” de los municipios en 1995. La nueva legislación permite a municipios como Tama autogobernarse de acuerdo a sus propios principios sin tener que adoptar el sistema de partidos políticos. En la actualidad, en el estado de Oaxaca los cabildos se han vuelto significativos tanto económica como políticamente. Son ellos quienes administran el importante aporte presupuestario que los municipios perciben del gobierno federal desde finales de los noventa.

Actualmente los sistemas comunitarios se enfrentan a grandes retos, entre ellos el de cómo poder integrar a los migrantes ausentes de la comunidad en las prácticas comunitarias que antiguamente se basaban en la presencia física en el lugar. Como consecuencia de la migración se han producido importantes cambios: desde el principio del siglo XXI, Tama ha reorganizado las obligaciones comunitarias para compensar las repercusiones de la migración. A los migrantes y a las personas que se dedican a estudios avanzados, por ejemplo universitarios, ya no se les exige cumplir personalmente con el cargo; se les da la opción de contribuir económicamente a la fiesta de la comunidad mediante una donación en efectivo. Sus donativos para la fiesta patronal (que se invierten por ejemplo en premios para equipos de básquetbol) se deducen de su servicio en el cargo, calculando que deben asumirlo cada cinco años y estimando un año de servicio en \$100,000 pesos. Muchos migrantes cumplen con estas demandas financieras. Otro reto es cómo lograr una participación más equitativa tanto de hombres como mujeres en “usos y costumbres”. Algunas personas atribuyen a la migración el hecho de que las mujeres han logrado asumir más y más cargos a título propio dentro del cabildo¹². Este cambio se

12 Aún en los años ochenta eran en primer lugar los hombres los que asumían los cargos de este sistema “a título propio”, es decir como titulares, mientras que sus esposas se desempeñaban en las tareas rituales y en la preparación de la comida asociados con el cargo. Es decir, las mujeres participaban, pero no a título propio como actualmente lo hacen cada vez más.

ha dado por múltiples razones, entre ellas la mayor educación de las mujeres, su creciente experiencia en participación política fuera de la comunidad de origen y razones pragmáticas como la falta de hombres a causa de la migración. Como resultado, cargos importantes como el del presidente suplente desde hace pocos años también son asumidos por mujeres.

¿Qué significa todo esto para las fiestas patronales? Gracias a las inversiones compensatorias por parte de los migrantes, las fiestas del Espíritu Santo (durante Pentecostés) y Santa Rosa de Lima (alrededor del 30 de agosto) ahora se celebran de manera mucho más elaborada que antes, con el efecto de que la importancia de estas fiestas no sólo se preserva sino que aumenta. A pesar de que están ausentes de las fiestas, los migrantes participan en ellas voluntariamente con inversiones costosas para cumplir con el ideal de comunalidad y también porque son presionados por las autoridades de su comunidad de origen a hacerlo. Los residentes del pueblo contribuyen además con su trabajo cooperativo, mientras que los migrantes principalmente aportan pagando la comida, decoración, premios para los torneos deportivos e incluso para “el castillo”, un juego pirotécnico extravagante, y de esta manera expresan el sentimiento de pertenecer en primer lugar a Tama.

Parte de esta “diasporización” de la fiesta patronal es su mediatización y la creación de un género fílmico local: el de las películas de fiestas. A continuación describo con detalle la estructura local de producción. Mirar estos filmes le permite a los migrantes tanto apreciar a través de las imágenes los efectos de sus inversiones, como también participar de la fiesta a la distancia. Al mismo tiempo, las actividades de los videoastas transforman las fiestas patronales *in situ*. Les recuerda a los presentes que los migrantes ausentes forman parte de la audiencia transnacional de sus actividades que son documentadas en estos filmes. Por lo tanto, también los residentes de Tama estructuran y ven la fiesta a través de los ojos de los miembros lejanos de la comunidad.

Las características estéticas de los videos de fiestas patronales

Los DVD de fiestas que suelen tener títulos como “Feria Anual de Tamazulapam” tienen gran demanda tanto en el pueblo de Tama, como en las numerosas comunidades satélite. Varios pequeños comercios, tres de los cuales actualmente están ubicados en Tama, Video Rojas, Video Tamix y Video Mecho, se ganan la vida produciendo este género¹³. En la comunidad de origen

13 El género de videos de fiesta surgió en Tama a partir de 2001 (Kummels, s.f.).

se consumen como parte de la vida diaria: comerciantes con tienda propia de vez en cuando las proyectan en sus televisores para distraerse a sí mismos y a sus clientes. Cuando los anfitriones de un bautizo, un cumpleaños, una fiesta de quinceañera, una boda o una costumbre¹⁴ reciben a sus invitados en los salones de su casa, a veces los entretienen enseñándoles el filme de una de las fiestas que tuvo lugar en su casa o de una fiesta patronal, a fin de ganar tiempo mientras aún preparan el convite. Los invitados suelen compartir comentarios sobre las personas –gente de la comunidad que ellos conocen– y los eventos de la película, y así crean ambiente para la fiesta que presencian. Esta manera de entretenerse con los filmes de fiestas patronales y de otros eventos sociales efectivamente crea un programa alternativo o complementario a la programación corriente de la televisión mexicana. Tiene que ver con que, hasta el día de hoy, la representación de personas de identidad no mestiza como parte integral de la sociedad mexicana no es algo común en la televisión nacional. Las proyecciones de DVDs de las fiestas patronales, en cambio, ofrecen a los espectadores la oportunidad de verse “en televisión”. Entre los habitantes de las comunidades satélite de Tama en los Estados Unidos, estos filmes cumplen otras funciones. Los videoastas mandan los DVDs desde Oaxaca a través de servicios de mensajería especializados en transportar comida local típica como chintestle, hierbas, café y totopos a Estados Unidos. Cuando los paisanos/as que viven allí ven esos DVDs, absorben muchos detalles que luego comentan desde su perspectiva: por ejemplo, los cambios en el desarrollo de la comunidad, los nuevos edificios y los colores de la pintura de sus fachadas, las calles recién pavimentadas, cambios en la vestimenta, las personas y el cambio de su apariencia, así como la escenografía de ciertos eventos de la fiesta y sus innovaciones en general. De este modo, ver los filmes les permite a los paisanos/as participar en conversaciones y en el chisme casi como si estuvieran efectivamente presentes en su comunidad de origen. A través de abrirse una entrada y crear un espacio común de imaginación, los miembros del público transnacional de este género refuerzan e intensifican su comunicación (véase Kummels, s.f.).

A pesar de su difusión, las personas que forman parte del ámbito de los medios de comunicación comunitarios generalmente no tienen en cuenta

14 El término costumbre se usa para designar rituales de ofrendas a la naturaleza que forman parte de la religión propiamente *ayuujk*. Las costumbres se practican de manera autónoma sin consentimiento de los sacerdotes salesianos, pero con cierta tolerancia de su parte, hasta en la misma iglesia católica.

estas películas o las consideran con desdén en ciertas instancias. A nivel local, éste es un círculo importante que surgió a partir de un colectivo que unos diez jóvenes y hombres mayores habían formado en los años noventa cuando promovieron TV Tamix como una televisión comunitaria. Algunos de sus antiguos miembros siguen activos hasta el día de hoy y se relacionan estrechamente con organizaciones de medios de comunicación regionales como Ojo de Agua Comunicación¹⁵ y una nueva generación de cineastas comunitarios. Han promovido iniciativas como el Comité Cultural Comunitario Ayuuk (CAYUUK), una organización regional de comunicadores *ayuujk*¹⁶. Además forman parte activa de redes transregionales e internacionales de intercambio entre profesionistas de medios comunitarios que participan en encuentros y festivales del ámbito de la comunicación indígena. Varios miembros de este grupo me explicaron en diversas ocasiones que los videos de fiestas, que ellos suelen denominar “registros”, no tienen mucho en común con sus propias películas documentales, ya que a su modo de ver “les falta una narrativa”, “son complacientes” con el público y por lo tanto “no incitan a una reflexión”¹⁷. Sus documentales en efecto tratan aspectos importantes de la comunidad y algunos son explícitamente políticos¹⁸. Los integrantes de este círculo tienen un alto grado de profesionalización de acuerdo a estándares internacionales, entre otros gracias a los cursos especializados que han atendido. Sin embargo, los estándares que les impartieron como parte de su formación profesional han evolucionado y se han adaptado a las necesidades y visiones locales. Durante la primera etapa de Video Indígena en los años noventa, el comunicador Hermenegildo Rojas recuerda cómo la búsqueda de una “estética indígena” resultó en representaciones estereotipadas en los filmes que integraban música “étnica” desafinada de acuerdo a la imagen que las fundaciones financiadoras

15 Ojo de Agua Comunicación es una ONG que fue creada por disidentes del Programa Transferencia de Medios Audiovisuales del INI en 1998. Se ha convertido en una organización importante que ofrece apoyo a las iniciativas de radio y de video en comunidades indígenas de Oaxaca y que además funciona como una productora de proyectos de filmación.

16 Por desacuerdos entre sus miembros anteriores a la Segunda Cumbre Continental de Comunicación Indígena del Abya Yala, que se celebró en octubre de 2013 en Tlahuitoltepec, CAYUUK desde hace algún tiempo no está activo como organización.

17 Los entrevistados que se posicionan como comunicadores comunales con quienes hablé sobre este tema incluyen a Carlos Efraín Pérez Rojas, Vicente Antúnez, Yovegami Ascona y Hermenegildo Rojas y Genaro Rojas.

18 Para una descripción de algunos documentales provenientes de la prolifera producción de TV Tamix consúltese Wortham (2013:145 y ss., 165 y ss.).

y el público internacional tenían de “lo indígena”, algo que él actualmente ve con ojos críticos. En base a esta experiencia, él aborrece aquellos elementos fílmicos que pueden parecer chapuceros al estilo de la banda sonora con música desafinada, pues refuerzan la imagen del indígena como eterno aficionado en el campo de las tecnologías modernas. Esta tal vez sea la razón de por la cual él critica fuertemente la producción de los actuales videos de fiesta. En Kummels (s.f.) explico esta postura como reacción a un *visual divide*, un concepto con el cual, paralelamente al *digital divide*, analizo los efectos del acceso desigual a medios de comunicación y las estrategias desarrolladas por actores en Tama para sobreponerse a ellas, entre ellas a través de crear estándares propios de profesionalización.

Cualquiera que no esté habituado a este género local y vea los DVDs de la fiesta patronal por primera vez, puede creer fácilmente que los videoastas casi no editan sus imágenes. Las portadas de los DVDs llevan títulos idénticos a las designaciones usuales de las diferentes etapas de la fiesta, sugiriendo que es la fiesta misma la que impone la narrativa. Los eventos se presentan cronológicamente con los menores cortes posibles. Las escenas consisten predominantemente en tomas largas. Las grabaciones tampoco pretenden ser películas documentales con una narrativa creada por un autor en vista de que frecuentemente omiten los créditos finales y por lo tanto no indican una autoría.

Un cuadro más complejo surge cuando se pregunta a los videoastas por detalles sobre estas producciones y cuando se observan con más conocimiento de su contexto¹⁹. Estas películas están diseñadas de manera selectiva y con criterios estéticos. Los videoastas indican que ofrecen los videos sin comentarios y con el sonido original, pues éste es justamente el formato estético que sus clientes piden. A diferencia del público de los documentales “clásicos”, el público de estos “registros” no se quiere identificar con la perspectiva subjetiva del videoasta o de un personaje principal. Por el contrario, del mismo modo que sucede cuando se participa en vivo y en directo, los clientes pretenden asumir la perspectiva de un espectador ubicuo en la fiesta. Estos espectadores aprecian las tomas largas y los planos generales que les permiten descubrir y escoger ellos mismos los aspectos que les resultan interesantes, como la interacción entre varias personas. Los videoastas se han vuelto expertos en tomas lar-

19 Me apoyo en entrevistas con los videoastas Jesús Ramón García (Tamazulapam, agosto del 2012), Óscar y Jacqueline Rojas (Tamazulapam, abril y mayo del 2013) y Romel Ruíz y Genoveva Pérez Rosas (Tamazulapam, agosto y octubre del 2013, y en Chuxnabán, marzo del 2014).

gas, que mantienen fijas con la ayuda de un monopie, el cual también permite el movimiento para cambiar de perspectiva en un plano general. Al mismo tiempo, los videoastas hacen uso de tomas con paneo lento desde una posición mínimamente elevada para grabar sucesivamente a todos los participantes de la fiesta, sin detenerse en un individuo por mucho tiempo. Con estas representaciones de grupos de personas, los videoastas tienden a poner énfasis en la colectividad más que en la individualidad, un modo que corresponde al concepto de ser comunero/a y con la coreografía de la fiesta en la vida real. Por una parte, buscan que en la película todos los participantes puedan identificar su imagen por lo menos brevemente. Por otra, los videoastas evitan enfocarse en los individuos, pues los acercamientos con la cámara para captar primeros planos pueden ser interpretados como señalamientos, crítica o ridiculización de la conducta de ciertas personas, especialmente cuando están participando en un baile (véase más abajo). Por lo general, los videoastas tratan de retratar a los visitantes de la fiesta como representantes serios y dignos de la comunidad. Las películas se guían por las etapas de la fiesta y tratan de reproducir sus ceremonias de modo tan completo como sea posible. Dado que un número musical de la banda filarmónica puede durar hasta una hora, los videoastas se han vuelto expertos en editarlos, de forma tal que el espectador apenas lo nota. Tanto los escenarios reales de la fiesta como su representación fílmica acrecientan la impresión de que la concurrencia a la fiesta fue masiva, debido a que uno de los criterios que definen una fiesta exitosa es que sea “muy concurrida”.

Al mismo tiempo, algunas escenas que rompen con estas normas y expectativas gozan de gran popularidad. Presencí repetidas veces cómo los espectadores locales se divierten con “lo chusco”, palabra con la cual califican las escenas de personas ejecutando movimientos considerados torpes. Son objeto de risa quienes bailan con un estilo peculiar, a veces debido al excesivo consumo de alcohol, así también deportistas menos ágiles por su edad avanzada y, en general, los movimientos imprevistos que irrumpen el orden de los bailes. Es interesante que este motivo del cuerpo grotesco corresponda a las danzas tradicionales presentadas en las fiestas patronales llamadas “danzas chuscas”. Entre ellas, la “Danza de los viejitos” escenifica a ancianos que bailan de manera animada y, a la vez, marcada por la edad. Los videoastas han analizado también este patrón e intentan enfocar acontecimientos “chuscos” (véase más abajo).

Escenas discutidas y comunalidad

El empeño explícito de “dejar un recuerdo de las cosas bonitas de la fiesta” (como lo expresó un videoasta) paradójicamente no siempre se logra, como demuestran los intensos debates en torno a las grabaciones de los bailes nocturnos de cumbia y música norteña –hoy considerados parte indispensable de una fiesta patronal– que se popularizaron a nivel local en la década de los noventa²⁰. Algo particular de estos bailes consiste en que son considerados “modernos”, a pesar de que fueron integrados al repertorio fijo de una fiesta patronal hace ya dos décadas. A diferencia del baile tradicional, acompañado por música de la banda filarmónica, llamado baile serrano, en el cual hombres y mujeres bailan en constelaciones de género y de edad muy diversas (por ejemplo pueden acompañarse dos hombres heterosexuales), en el baile moderno prevalece el baile de parejas y la constelación heteronormativa de mujer y hombre. Estos eventos además sirven como espacio para buscar pareja o para declarar interés por una persona ya conocida. Los bailes, por lo tanto, forman parte de los cambios más amplios del cortejo: antiguamente los matrimonios en Tama eran arreglados por los padres, mientras que hoy en día los jóvenes gozan de una mayor libertad para buscar pareja y cortejarla por su propia cuenta. Tanto varones como mujeres toman la iniciativa y deciden si quieren ser novios, juntarse o casarse. En particular han sido las mujeres con experiencias migratorias quienes han contribuido a esta nueva orientación que ahora goza de aceptación social general.

Las grabaciones de los bailes son los DVDs que más se vende a nivel local, regional e internacional, a pesar de que estos eventos y su representación fílmica incursionan fuertemente en el ámbito de normas y juicios morales por parte de la comunidad. En los últimos años han surgido repetidamente conflictos específicos en lo que respecta a la filmación de bailes. A partir de 2011, personas particulares que habían sido filmadas se quejaron ante el cabildo de Tama diciendo que Video Rojas destruyó su matrimonio. La queja fue presentada por hombres casados migrados a Estados Unidos y que llevaban entre tres y siete años fuera. Cuando vieron el DVD de los bailes, descubrieron a sus esposas bailando con otros hombres. En Tama, muchos maridos sólo toleran que sus esposas bailen con otros hombres cuando éste es algún pariente y en situaciones específicas, como por ejemplo en un baile que forma parte de una celebración

20 Véase Berg (2011:375) para un estudio de caso sobre videos de fiestas similares que circulan entre Urcumarca y Lima, Perú, y Estados Unidos y que conllevan igualmente “consecuencias indeseadas y visibilidades desafortunadas”.

familiar. Las mujeres adoptan una postura similar con relación a su esposo. Sin embargo, si una mujer casada baila varias piezas con un hombre que no es su pariente, se sospecha infidelidad. Tal comportamiento puede ser intencional por parte de una persona para señalar explícitamente que es “soltero/a y sin compromisos” y que está buscando una nueva pareja. La representación audiovisual de tales situaciones ha tenido efectos aún más impactantes para todos los involucrados. Puesto que es un público transnacional el que ve estas escenas grabadas, las posibilidades de que algunos espectadores las interpreten como evidencia de infidelidad se incrementan. Las consecuencias de esta audiencia extendida han sido que algunos esposos en los EE.UU. dejen de enviar remesas en reacción a esta “prueba visual” de la infidelidad de su cónyuge. La representación de parejas de baile “ilícitas”, sin embargo, genera un resentimiento que se discute más allá de la pareja en cuestión en Tama. En primer lugar, muchos culpan a los videoastas “indiscretos” de provocar situaciones desafortunadas. Son supuestamente culpables no sólo de los divorcios sino también de que la población en general ya no pueda disfrutar del baile en paz. A pesar de esto, las películas de bailes siguen siendo las más populares y las que más se venden tanto en las comunidades de origen como en Estados Unidos.

Los videoastas itinerantes siguen grabando los bailes con regularidad, pero desde los incidentes que tuvieron fuerte repercusión en Tama, evitan enfocar a una pareja específica por mucho tiempo; la filman en un plano general y moviéndose constantemente sobre la pista de baile para cambiar de sujeto. Incluso algunos videoastas radicados en la comunidad ya dejaron de grabar la fiesta patronal de su propio pueblo y más bien se concentran en las fiestas de los poblados circundantes y de la región en general, para evitar líos en su comunidad de origen.

Un caso algo distinto es el de la filmación de un baile durante la fiesta patronal en Santiago Atitlán en 2009. Según me relató un videoasta, las autoridades de esta comunidad sintieron que la comunidad entera había sido denigrada por las tomas que un videoasta proveniente del pueblo de San Isidro Huayapam difundió de esta fiesta. Éste enfocó durante el baile a una mujer joven vestida con una playera corta que descubría su cintura y espalda con un extenso tatuaje. Ella bailaba con tres hombres borrachos, una conducta inusual pero que en su caso se toleraba, ya que trabajaba como sexosirvienta. El videoasta que me contó esta historia me explicó que él mismo se sintió tentado de filmar esta escena por parecerle chusca, pero que sin pensarlo mucho instintivamente no aprovechó la oportunidad. Transcurridos algunos días, al

ver las escenas plasmadas en un disco, las autoridades de la comunidad se escandalizaron. Argumentaron que estas imágenes no eran apropiadas para mujeres y niños y resumieron su queja con las palabras: “Nosotros no somos así”. Se culpó a los videoastas de esta depreciable e impropia representación de la comunidad. El acontecimiento repercutió a nivel regional: en Atilán no se les rentó pisos —es decir, un espacio comercial— a los videoastas itinerantes durante las fiestas en 2010, requisito fundamental para poder ejercer su comercio durante las celebraciones.

En este contexto, diversos grupos de actores comentan sobre importantes asuntos sociales actuales. Las discusiones conforman reflexiones sobre la transformación de los roles de género, en el actual marco en que las mujeres buscan una pareja por cuenta propia. Las que quedan en la comunidad mientras sus esposos trabajan en Estados Unidos, a su vez, reclaman para sí las remesas enviadas por los padres de sus hijos. Las demandas prácticas de las mujeres hacia una mayor igualdad de género corresponden a una dinámica endógena, que no ha sido influida desde fuera a través de discursos feministas globales y medidas políticas externas.

Ser videoasta y ser comunero/a

Video Rojas, Video Tamix, Video Mecho y Video Cajonos son negocios familiares que viajan como comerciantes itinerantes hasta a cuarenta fiestas patronales al año y las graban en video por un periodo de cinco días y más. La elección de las fiestas que se filmará en la región está determinada por la ganancia que puedan obtener. Al igual que muchos otros comerciantes itinerantes, los videoastas conectan pueblos de la región que celebran ese tipo de fiestas y que llegan a formar un sistema flexible de mercado. Han desarrollado dos vertientes comerciales: filman celebraciones familiares por encargo de personas privadas y graban las fiestas de la comunidad sin un encargo preestablecido. En el primer caso, el cliente compra la película de una boda, bautizo o una fiesta de quinceañera. Estas fiestas son generalmente financiadas por varios padrinos y madrinan, quienes aportan el dinero para la bebida, comida y cohetes para la celebración. Debido a la creciente popularidad de las grabaciones de fiestas familiares se ha establecido un “padrino” y/o una “madrina de grabación” —que en ocasiones reside en Estados Unidos— que asume el costo de la misma, que va de \$1,000 a \$5,000 pesos. Miembros de la familia que viven en el extranjero también pueden comisionar a videoastas en Tama. Las películas de las fiestas patronales no requieren forzosamente un patrocinador,

puesto que los videoastas pueden ganar \$10,000 pesos o más con la venta de los DVDs, con precios entre \$30 y \$50 pesos por disco a los clientes *in situ* de una fiesta²¹. Existen diferentes estrategias de venta: una es vender los discos en primer lugar a los paisanos/as en los Estados Unidos, lo que requiere tener un distribuidor de confianza en una comunidad satélite del norte. Una estrategia adicional consiste en tratar de obtener la exclusividad, es decir, el compromiso de parte del municipio de que solo el videoasta en cuestión tiene permiso de filmar la fiesta completa y vender sus discos.

Esto demuestra que la rentabilidad del negocio depende significativamente de la forma en que los videoastas integran su nuevo oficio y su forma de producción en el ser comunero/a y, por lo tanto, de su capacidad de armonizar su negocio con las prácticas comunitarias de su pueblo. Como los videoastas son a la vez comuneros/as, tienen una profunda comprensión de las dinámicas de las fiestas y las motivaciones de las autoridades que las organizan. Muchos de los videoastas han ocupado algún cargo alto y han ayudado a organizar algunas de las fiestas desde una posición político-religiosa. Este doble papel influye en las estructuras organizativas, las formas de interacción y en las maneras en que los videoastas adquieren conocimiento como parte de su negocio. Aunque se les reprocha el crear “medios comerciales”, su motivo no es solamente la ganancia comercial, más bien tratan de que su compromiso con el sistema de libre mercado sea compatible con los ideales de ser comunero/a o son empujados por la comunidad en esta dirección.

Examinaré este aspecto con más detención al enfocarme en Video Tamix que, igual que las otras empresas, opera como un negocio familiar. En este caso, están a cargo el equipo de Genoveva Pérez Rosas y sus hijos Romel e Illich Ruíz. Romel se especializa en la edición de las películas y también opera la cámara. Illich también filma, además es el responsable de dibujar las cubiertas de los DVDs y de los discos mismos, lo que es un aspecto importante para la venta. La familia Ruíz no tiene automóvil propio para hacer todos esos trabajos, por lo tanto alquilan una camioneta cuando es necesario. El no tener coche propio ha contribuido a que –por lo menos en el 2012 y 2013– no hayan grabado tantas fiestas patronales como Video Rojas o Video Cajonos. En cambio, Video Tamix ha llevado a cabo una amplia gama de trabajos comisionados; documentó el destino de una familia que perdió su casa debido a un

21 Es difícil cuantificar las ganancias de los videoastas comerciales dada la tendencia de los comerciantes en general de no revelar cifras de ganancias elevadas que pudieran provocar envidia y críticas.

deslizamiento, hizo videoclips para grupos locales de rock y grabó en la Feria del Pulque, que fue organizada por los jóvenes de la comunidad.

Es interesante que Genoveva se autoperciba como una ama de casa que filma como actividad secundaria. A mi modo de ver, ella junto a Jacqueline Rojas de Video Rojas es una de las mujeres pioneras de la producción audiovisual local, actividad que durante mucho tiempo estaba dominada por hombres (como lo demuestra el ejemplo de TV Tamix, un colectivo constituido exclusivamente por hombres). Genoveva dirige Video Tamix y combina la producción de video comercial con el ser comunera de la siguiente manera. En el 2013 y a principios del 2014 esto significaba una labor tanto extensa como intensa: por un lado, ella asumía las actividades rituales que le corresponden a la esposa de un titular del sistema de cargos, ya que su cónyuge, Adolfo, fungía de regidor de hacienda²². Genoveva preparaba las comidas junto con otras esposas de las autoridades por motivo de los múltiples eventos rituales que acompañan al año fiscal de una autoridad, además participaba en las ceremonias de costumbre. Dirigió actividades específicas como la alimentación durante los días de jaripeo (un deporte similar al rodeo) en el marco de la fiesta patronal de Espíritu Santo en 2013. Por otra parte, ella combinaba esto con el trabajo de videoasta, que ejercía en diversos pueblos de la región, desde Villa Alta, sede administrativa de un distrito al oeste del Distrito Mixe, hasta pueblos circundantes de Tama. Genoveva dirige el negocio de Video Tamix, una de cuyas facetas es la venta de discos DVD a las comunidades satélites de EE.UU. Gracias a una hermana que migró a Los Ángeles hace siete años, dispone de una distribuidora confiable en esta ciudad, lo que significa que tiene la seguridad de que su hermana le devuelve un porcentaje adecuado de las ventas y le ayuda con la adquisición de equipo más económico en los EE.UU. Además de esto, Genoveva decide sobre las fiestas que Video Tamix filma, lo que implica que ella o su hijo alquilan un piso y por lo tanto negocian con las autoridades municipales del lugar respectivo. Adicionalmente reparte las tareas de filmación a sus hijos; ella misma suele grabar en contextos que le parecen más adecuados para una mujer, como por ejemplo en las misas.

Las obligaciones de una comunera tienen la prioridad absoluta desde su punto de vista y esto es algo que Genoveva deja vislumbrar en las conversaciones y da a entender públicamente. No solo cumple con sus obligaciones, sino que cuando graba se presenta como comunera al vestir el atuendo típico

22 Él trabaja en el Instituto Nacional para la Educación (INEA).

de las mujeres de Tama, que consiste en un *huipil* blanco con bandas en un color rojo vivo, una falda azul oscura hasta los tobillos y que se amarra con un soyate –una tira tejida de palma– y una faja tejida de algodón por la cintura. También lleva su pelo muy largo recogido en una cola, que decora con el *tlacoyal* –una tira de color rojos. El uso de este estilo de indumentaria tradicional durante su trabajo como videoasta tiene el aspecto de una estrategia comercial exitosa: como en las fiestas casi siempre hay varios videoastas, ella destaca muy claramente como la única mujer que viste atuendo y graba. Video Tamix ha convertido en logo de sus videos una foto que muestra a Genoveva de espaldas, con la cabeza cubierta como protección contra el sol con el rebozo típico de Tama, blanco con rayas naranja, rojo, verde, azul y negro –como la bandera de la comunidad– sobre su cabeza.

Cada vez que entrevisté a Genoveva, hizo hincapié en que es ama de casa, tiene poca educación escolar por ser mujer, que su dominio del español es insuficiente y que aprendió a grabar de manera autodidacta. La primera entrevista la grabé con mi camcorder en su casa y Genoveva enseguida quiso ponerse su atuendo, pero entonces me consintió posponerlo por la prisa que yo tenía y me relató lo siguiente con una actitud de seguridad:

[...] yo misma empecé a aprender. Agarré una camarita chiquita de esas caseras, y ya cuando la gente nos contrataba y nos decía que quería discos ya empezamos a trabajar así. Ya después compramos una cámara un poquito más o menos profesional... Y también esa cámara pues no sabía ocuparla y yo nada más la agarré así como vi la cámara y fui aprendiendo. Sí, como yo no estudié en eso. Yo nada más tengo la primaria, soy ama de casa y así empecé a hacer. Por la necesidad uno también a veces lo hace. Porque a veces ¿qué podemos hacer? A veces las mujeres, cuando uno no estudia, pues a veces no tiene salida, ¿pues cómo hacer las cosas, cómo sobrevivir? Pero ya una vez así, uno mismo va aprendiendo.

Por lo tanto, explícitamente señala la falta de educación escolar y preparación profesional, pero a la vez la reinterpreta no únicamente como una falta de oportunidades, sino también como un modo local y de comunera que ella misma desarrolló para poder ejercer el oficio de videoasta incluso bajo las limitaciones generadas por los roles de género. De esta manera, ella se presenta a sí misma como alguien al margen de los estándares de profesionalización

impuestos desde afuera. Cuáles deberían ser los estándares profesionales en este campo, es uno de los temas que se debaten a nivel local. Todos los videoastas comerciales enfatizan que son “como líricos”²³, es decir no profesionales. Acuden a esta expresión debido a que nunca han tomado cursos de formación como los que se imparten en el ámbito del Video Indígena. Han tenido que sobreponerse a lo que llamo el *visual divide* en base a su determinación, creatividad y educación por cuenta propia. Han logrado adquirir mucho conocimiento en lo que respecta a su especialización cooperando, de manera cercana a veces, con los cineastas comunitarios de su pueblo que sí tienen formación profesional y los apoyan en la práctica. Los videoastas comerciales y los comunicadores comunitarios no hacen gran distinción cuando se trata de pasar conocimiento o tomar prestado equipos de otros. Miembros de ambos grupos valoran los aspectos prácticos de poder pedir ayuda inmediatamente, y aquellos que cooperan de este modo pueden obtener una ganancia a largo plazo pues pueden esperar que sus favores sean correspondidos en el futuro.

Reflexiones finales

Las películas de fiestas, los videoastas que las producen y su audiencia forman parte de un paisaje de medios de comunicación translocal de Tama como parte de la Sierra Mixe y de sus comunidades satélite más allá de la frontera nacional de México. En este contexto, diversos grupos de actores debaten sobre una serie de asuntos sociales importantes y actuales en torno a la fiesta patronal y su representación fílmica, incluso cuando discuten cosas tan mundanas como la posible evidencia audiovisual de una infidelidad matrimonial. Estos grupos de interés reflexionan sobre la función e importancia que tienen los medios de comunicación locales para una comunidad que se ha expandido geográficamente y en la cual divisiones sociales significativas y repetidas crisis de las estructuras comunitarias se manifiestan como resultado de oleadas migratorias multifacéticas. Muchos de estos debates se refieren implícita o explícitamente a la comunalidad, que en este entorno es un concepto político local ampliamente difundido. En particular debaten sobre la cuestión del carácter comunal –y por lo tanto del carácter legítimo– de los medios de comunicación locales, así como sobre lo que significa ser comunero/a en este tiempo de diáspora.

23 “Lírico” es un término que se usa para músicos autodidactas.

Las formas mediatizadas de comunalidad que surgen de las nuevas prácticas de video naturalmente todavía no eran previsibles cuando el intelectual local Floriberto Díaz acuñó el término de comunalidad en los años ochenta. Desde entonces las prácticas comunitarias han evolucionado y han sido redefinidas. La mediatización de la fiesta neutraliza algunos aspectos problemáticos de la dispersión geográfica de los miembros del pueblo teniendo en cuenta que los ausentes no pueden contribuir a las fiestas con su trabajo y participar *in situ* en la convivencia. Los videos de fiesta enfatizan y visualizan el compromiso de los comuneros/as ausentes con la comunidad de origen a través de sus contribuciones financieras. Mediante la mediatización, los residentes de la comunidad de origen por su lado estructuran y miran la fiesta a través de los ojos de los miembros en el extranjero. Por lo tanto, la mediatización permite a todos estos actores dispersos socializar y ser percibidos como comuneros/as, lo que a lo largo de la historia ha sido un elemento cultural determinante para las comunidades “indígenas” de Mesoamérica.

Los videoastas locales de las fiestas patronales han recorrido un largo camino para consolidar la profesión de videoasta local y el género de los videos de fiestas, a pesar de que en muchas instancias se los juzga y critica como “comerciales” y consecuentemente en cierta medida sean considerados ajenos a la comunalidad. Combinan el doble papel de videoasta y de comunero/a al seguir el tradicional patrón de comerciantes itinerantes y al adaptarse a obligaciones comunitarias. Participan en los intensos debates en torno a los videos sobre cuestiones importantes como los roles de género, la organización de la familia transnacional, las prácticas comunitarias y la misma representación de la comunidad. De esta manera forman parte de la, hasta el momento, exitosa lucha de los residentes de Tama por la comunalidad a pesar de los continuos desafíos que tienen que afrontar.

* Agradezco a las siguientes personas de Tama y Los Ángeles, quienes muy generosamente compartieron su conocimiento y su análisis de las prácticas locales mediáticas conmigo: Hermenegildo Rojas y Genaro Rojas, Óscar Rojas y Jacqueline Rojas, Genoveva Pérez Rosás, Romel Ruíz, Illich Ruíz, Jesús Ramón García, Fernando Aguilar Rojas y Herlinda Martínez. Este artículo retoma muchas de sus ideas, aunque también expreso puntos de vista míos a veces divergentes de las suyas.

Bibliografía

- Aquino Moreschi, A. (2013, enero-junio). La comunalidad como epistemología del Sur. Aportes y retos. *Cuadernos del Sur*, 34, 7-20.
- Berg, U. D. (2011). Videoculturas itinerantes: visualidad y performance en el espacio diaspórico peruano. En: *Imaginación visual y cultura en el Perú* (pp. 359-382.). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Cremoux Wanderstok, D. (1997). *Video Indígena, dos casos en la Sierra Mixe*. Tesis de Licenciado en Ciencias de Comunicaciones no publicada. Universidad Intercontinental, México D.F.
- Díaz, F. (2007). Autonomía. En: *Floriberto Díaz Escrito. Comunalidad, energía viva del pensamiento mixe. Ayuujksënää'yen – ayuujkwënää'ny – ayuujk mēk'ajtēn* (pp. 171-174.). México D.F.: UNAM.
- Halkin, A. (2006). Outside the Indigenous Lens: Zapatistas and Autonomous Videomaking. *Revista Chilena de Antropología* 7, 71–92
- Kummels, I. (2011). Cine Indígena: Video, Migration and the Dynamics of Belonging between Mexico and USA. En: *Ethnicity, and Belonging: Practice, Theory and Spatial Dimensions* (pp. 259-281.). Frankfurt a.M.: Vervuert.
- _____ (2012). Espacios mediáticos: cultura y representación en México – Introducción. En: *Espacios mediáticos: cultura y representación en México* (pp. 9-39.). Berlin: Tranvía.
- _____ (s.f.). Local Media in the Sierra Mixe: Transnationalizing the Patron Saint's Fiestas. En: *Adjusting the Lens*.
- Plascencia Fabila, C. G. y Monteforte, C. (2001). Cine, video y los pueblos indígenas. Acciones y reflexiones. *Acervos* 7, 57–62.
- Rodríguez Ramos, J. y Castells-Talens, A. (2010). The Training of Indigenous Filmmakers by the Mexican State: Negotiation, Politics and Media. *Postscript: Essays in Films and Humanities* 29(3), 83-105.
- Salazar, J.F. y Córdova, A. (2008). Imperfect Media and the Poetics of Indigenous Video in Latin America. En: *Global Indigenous Media* (pp. 39–57.). Durham: Duke University Press.
- Schiwy, F. (2009). *Indianizing Film: Decolonization, the Andes, and the Question of Technology*. Rutgers: Rutgers University Press.
- Smith, L. (2005). *Mediating Indigenous Identity: Video, Advocacy, and Knowledge in Oaxaca, Mexico*. Tesis doctoral no publicada, University of Kentucky, Lexington.
- Strassler, K. (2010). *Refracted Visions. Popular Photography and National Modernity in Java*. Durham: Duke University Press.
- Williams, R. (1974). *Television. Technology and Cultural Form*. Hanover, N.H.: University Press of New England.
- Wortham, E. C. (2004). Between the State and Indigenous Autonomy: Unpacking Video Indígena in Mexico. *American Anthropologist* 106 (2), 363–68.

_____ (2005). *Más allá de la hibridad. Los medios televisivos y la producción de identidades indígenas en Oaxaca, México*. *Liminar. Estudios Sociales y Humanísticos* 3(2), 34-47.

_____ (2013). *Indigenous Media in Mexico. Culture, Community, and the State*. Durham: Duke University Press.