CENTRICODIGITAL

VOCES DIGITALES INDÍGENAS

UN ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN POR CÉNTRICO DIGITAL

2021

eBook

“La voz indígena aún está bastante silenciada...estamos comenzando a hacernos escuchar.”

Queremos expresar nuestro agradecimiento a todas las personas que de una u otra forma contribuyeron con su tiempo, conocimientos e ideas para la realización de este estudio.

Gracias a los académicos, estudiantes, estrategas de nuestro equipo, encuestados, y tiktokers por creer en esta investigación y en la importancia de esta clase de proyectos.

CENTRICODIGITAL

© Todos los derechos reservados.

Índice

Introducción 04

Antecedentes: Nace la ola del TikTok indígena 06

Metodología 08

¿La semilla de la curiosidad produce un cambio? 11

Limitaciones: las burbujas digitales y la cultura del “hate” 19

Redes sociales vs medios tradicionales, ¿incluyen a todos? 24

Conclusiones 28

Introducción

Este estudio expone los diferentes ángulos por los cuales las redes sociales, en específico Tik Tok, proponen espacios de debate racial entre varios actores de Latinoamérica y Ecuador.

> **“Pienso que la voz indígena aún está bastante silenciada...estamos comenzando a hacernos escuchar.”**
> -Lani, TikToker indígena

La actual pandemia de Covid-19, el boom de TikTok, el impacto del movimiento “Black Lives Matter”, la influencia de las protestas sociales alrededor del mundo, incluyendo los levantamientos indígenas en Ecuador, Chile y Colombia; han impulsado varios debates en torno a la justicia racial. Y es, justamente, en relación a estos debates, que nace la necesidad de este proyecto para responder a la pregunta: **¿qué pasa en la sociedad cuando los pueblos indígenas son capaces de representarse a ellos mismos en TikTok?** Para ello, se han recolectado datos cualitativos y cuantitativos, tanto de generadores de contenido indígena (tiktokers) como de consumidores de este contenido, a la par con literatura académica. Este proceso será explicado a profundidad en la sección de metodología.

Entre los hallazgos principales están:

El potencial de Tik Tok como herramienta de activismo en las poblaciones jóvenes.

Los tiktokers indígenas son comunicadores y preservadores de conocimiento en sus comunidades.

TikTok empodera a los consumidores indígenas, quienes finalmente pueden verse a ellos mismos en los medios de consumo masivo.

Los consumidores de otros grupos étnicos muestran empatía y curiosidad sobre el estilo de vida, cultura e idioma de los pueblos indígenas.

Los discursos de odio en línea y las cámaras de eco, dentro de TikTok, crean burbujas que provocan que el contenido indígena solo llegue a ciertas personas.

Ambos tipos de medios de comunicación, tradicionales y digitales, son cruciales para generar espacios de diversidad e inclusión en torno a debates de autorepresentación y justicia racial.

Este estudio busca exponer las voces de los actores que forman parte de un debate en torno a la justicia racial, acarreado desde hace varios siglos, y que se han adaptado a la era de la digitalización, a través de las redes sociales, en específico, TikTok.

Nace la ola del Tik Tok indígena

El surgimiento del movimiento de TikTok indígena en América nace de un momentum en donde, a raíz de la actual pandemia, se incrementa, de manera acelerada, el uso de medios digitales, tanto en la industria de e-commerce como en redes sociales, especialmente TikTok. El confinamiento ha causado que las personas inviertan más tiempo creando o consumiendo contenido en esta plataforma. Según el portal Oberlo, para enero de 2021, TikTok tiene 689 millones de usuarios activos, en donde el 90% utilizan la aplicación diariamente y pasan alrededor de 52 minutos diarios. Además, la mayoría de usuarios de Tik Tok son adolescentes y adultos jóvenes menores de 30 años. Estas cifras muestran que los niveles de actividad y engagement (interacción) en esta plataforma son altos en comparación a otras plataformas, lo que provocó que los creadores de contenido se trasladen a esta plataforma para alcanzar nuevas audiencias masivas.

Otros acontecimientos importantes para que se produzca este fenómeno son las protestas del movimiento “Black Lives Matter” (BLM), durante el verano de 2020, y los levantamientos indígenas en latinoamérica en Chile, Colombia y Ecuador, durante el 2019 y 2020. El movimiento BLM tuvo mucho apoyo de usuarios de TikTok, quienes, a través del hashtag #blacklivesmatter, pudieron promocionar la defensa social, proveer consejos para protestar de una forma segura, educar a la población acerca de la justicia racial y denunciar el abuso policial.

Asimismo, en América Latina los levantamientos indígenas produjeron el despertar de una conciencia social y racial tanto en pueblos indígenas como no-indígenas. En Ecuador, las protestas indígenas de octubre de 2019 revelaron el cerco mediático impuesto por los medios de comunicación y el Estado; “el cerco consistió en anular, omitir, pero que se constituyó también en una cadena de provocación y estigmatización dirigida hacia los actores del paro”. Por ende, “la sociedad en su conjunto recurre a las nuevas tecnologías: las redes sociales, como un espacio de interacción, expresión y disputa”. Debido a la capacidad de comunicación masiva de las redes sociales, durante las protestas, se arremetió en contra de los derechos digitales de los protestantes, a través del bloqueo e interrupciones de la red. Un informe presentado por “La asociación para el progreso de las comunicaciones” y otras organizaciones, señala que las interrupciones de internet y las dificultades de comunicación en el contexto de las protestas de octubre de 2019 en Ecuador, “interfirieron sustancialmente con el derecho de las personas a organizarse, comunicarse con sus pares, recibir información de fuentes independientes y alternativas, reunir y recibir apoyo”.

Dos creadoras de TikTok indígena latinoamericanas, a quienes entrevistamos, reportaron que estos levantamientos y movimientos sociales inspiraron sus objetivos de educar en esta red social. Asimismo, tres creadores de Tik Tok indígena de Estados Unidos y Canadá nos contaron que se insertaron en los debates raciales a través de las protestas de Black Lives Matter. El resto de creadores de TikTok indígena sostuvo que empezaron a crear contenido en esta plataforma porque vieron a otros creadores indígenas “iguales” a ellos. Esto les brindó seguridad y los animó a ser parte de este movimiento. De esta manera, los viejos y nuevos consumidores de TikTok fueron testigos de una novedosa forma de producir contenido de entretenimiento en la que los mismos pueblos indígenas contaban sus historias, a través de sus propias voces.

588
encuestas cuantitativas en Canadá y Ecuador

4
grupos focales a consumidores de Tik Tok indígena

10
entrevistas a profundidad a “Tiktokers” indígenas de Norteamérica y Latinoamérica

22
artículos académicos sobre la intersección entre tecnología, minorías y sociedad

Metodología

La metodología usada para el estudio sintetiza estudios cuantitativos y cualitativos conducidos a lo largo de siete meses, desde noviembre de 2020 hasta mayo de 2021. Ambos métodos de investigación fueron realizados de forma virtual a personas en Norteamérica y Latinoamérica. La metodología del estudio se dividió en tres fases.

Nov - Dic 2020
Entrevistas a Tik Tokers indígenas

Feb - Mar 2021
Encuesta masiva en Canadá y Ecuador

May 2021
Grupos focales a consumidores de Tik Tok

La primera fase constó de entrevistas a creadores indígenas de contenido en TikTok, ubicados en Canadá, Estados Unidos, Ecuador, Chile y Bolivia. La segunda fase fue una encuesta distribuida por Facebook a audiencias ubicadas en la zona atlántica de Canadá[1] y la región andina de Ecuador[2]. La tercera fase consistió en la realización de grupos focales con personas ecuatorianas indígenas y no-indígenas, consumidoras de TikTok; a raíz de un conversatorio con miembros de la academia, representantes de la Universidad San Francisco de Quito y Tulane University.

Para la primera fase de entrevistas a tiktokers indígenas, se les realizó preguntas en torno a su trayectoria, objetivos y percepción de los pueblos indígenas en TikTok. Para localizar a estos tiktokers indígenas, se utilizaron hashtags como: **#nativetiktok, #indigenoustiktok, #makeitindigenous, #indigenasecuador, #cultura indígena, #tiktokindigena, #mujer indígena,** entre otros.

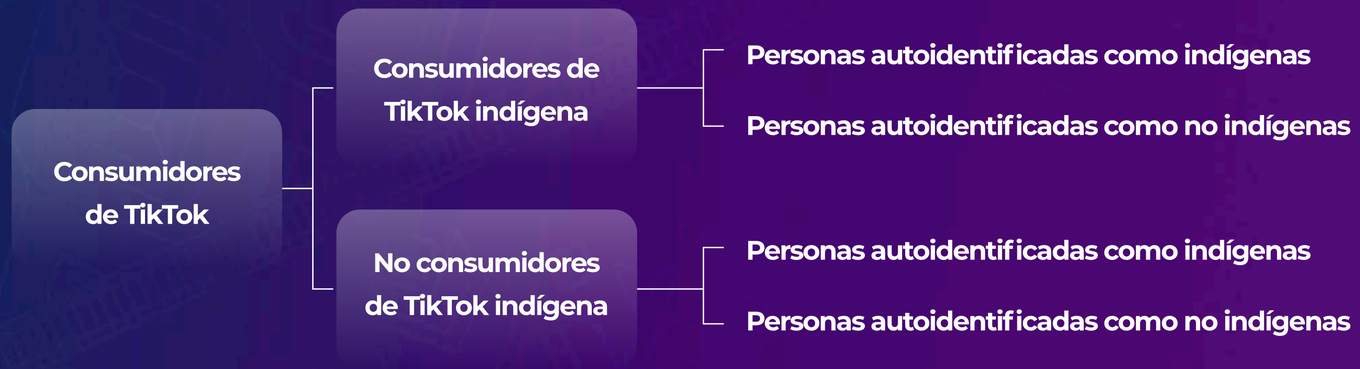
Por otro lado, para la segunda fase del estudio, se realizó una pre-encuesta en donde se recolectaron perspectivas de personas indígenas y no-indígenas, quienes dieron las pautas para armar las preguntas para la encuesta definitiva. Después, se procedió a encuestar a 588 personas en Ecuador y Canadá, dividiendo a la muestra entre personas indígenas y no-indígenas, a quienes se les mostró seis videos de TikTok indígena al azar. El siguiente cuadro explica cómo se dividió la muestra:

	Sin Video	Con video
Canadiense No Indígena	101	53
Canadiense Indígena	37	45
Ecuatoriano No Indígena	118	116
Ecuatoriano Indígena	52	66

[1] La zona atlántica de Canadá fue escenario de un enfrentamiento violento entre poblaciones indígenas y euro-descendientes en torno a los derechos sobre la pesca.

[2] Elegimos estas zonas geográficas porque son en las que hay gran cantidad de población indígena y también conflictos marcados entre poblaciones indígenas y no-indígenas. Además dos de los investigadores pertenecen a esta zonas por lo tanto tiene un conocimiento profundo de su demografía.

Las preguntas realizadas en la encuesta definitiva corresponden a afirmaciones de perspectivas recolectadas dentro la pre-encuesta, en donde la persona respondió, en una escala del 1 al 5, qué tan de acuerdo o desacuerdo estaban con aquellas afirmaciones.



Antes de la tercera y última fase del estudio, se resolvió acudir a la academia para obtener retroalimentación sobre la metodología cuantitativa utilizada con anterioridad. Varios de los comentarios que recibimos de esta retroalimentación sugerían ahondar en las percepciones y puntos de vista desde lo cualitativo para responder nuestra pregunta de estudio. Por lo tanto, gracias a esta guía,[3] se procedió a complementar el estudio por medio de grupos focales a personas consumidoras de TikTok. Se realizaron cuatro grupos focales que fueron divididos tomando en cuenta los datos de nuestra fase cuantitativa, según las siguientes variables: edad (personas ecuatorianas entre 16 y 35 años), identidad étnica (indígenas y no-indígenas), y consumo de TikTok (mucho o poco).

Tanto como para los grupos focales como para las entrevistas a tiktokers, se utilizó una serie de preguntas abiertas que permitieron indagar a profundidad en sus perspectivas, emociones y posición en relación a la representación de los pueblos indígenas en TikTok y en la sociedad. Todas las entrevistas y grupos focales se grabaron en video y han sido transcritas para un mejor análisis de la información.

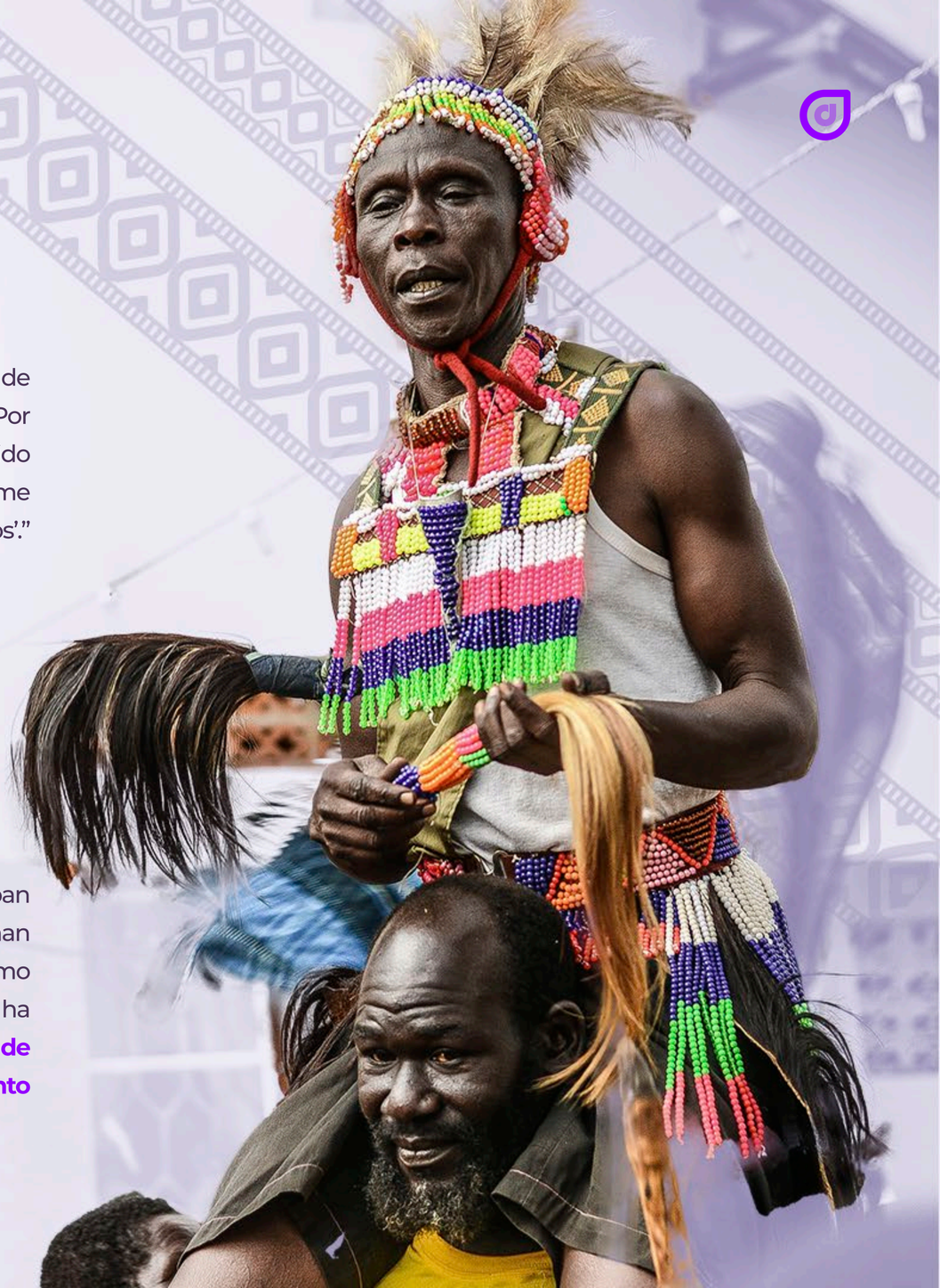
[3] Un agradecimiento a todos los académicos de la Universidad San Francisco de Quito y Tulane University por su extraordinaria orientación y colaboración en este proyecto.

¿La semilla de la curiosidad produce un cambio?

El racismo está inscrito en la sociedad actual. Los parámetros sociales actuales junto con los medios de comunicación han creado imaginarios en donde el racismo se presenta, a veces, camuflado y, a veces, abierto. Por ejemplo, varios TikTokers indígenas con los que hablamos contaron que, en algunas ocasiones, han recibido mensajes y comentarios discriminatorios y de odio hacia ellos. Como reporta Sofía, tiktoker Mapuche, "la gente me intenta explicar el conflicto que yo vivo, 'No, tú no sabes. Eso no es así, ustedes los mapuches son los violentos'." Mientras que en otras ocasiones el racismo y discrimiación no son actitudes políticamente correctas.

> **"ahora ya no puedes ser abiertamente racista porque está muy mal visto."**
> -Encuestada no-indigena

Varios estudios señalan que, en cometidas veces, los medios de comunicación perpetúan estereotipos, participan de los procesos de diferenciación que destruyen a ciertos grupos, intentan poner distancia a ese "otro", y legitiman la discriminación, llevando a que los actos "sutiles"[de discriminación] sean negados, al no ser considerados como tales. Esta invisibilización del racismo y la discriminación en los medios de comunicación tradicionales se ha interpuesto en los espacios de diálogo inclusivos y diversos. Por lo tanto, **¿hasta qué punto los medios de comunicación democratizados, las redes sociales, se pueden contraponer a este fenómeno y por lo tanto combatir el racismo y la discrimación?**



La clave puede estar en el impacto que tiene la autorepresentación de los pueblos indígenas en medios digitales, en específico TikTok y YouTube. Para personas que no se identifican como indígenas, estos pueden ser los únicos medios por donde se pueden familiarizar con la cultura indígena. Es decir, estos son la puerta a un mundo desconocido para ellos. Se crea una cultura de hambre por el aprendizaje de lo desconocido, tanto para el círculo cercano de los TikTokers como para los consumidores. Elsy, tiktoker kichwa-puruhá, a quien entrevistamos, nos contó que algunos amigos de ella le dicen: “Ah, tú tienes Tik Tok, pero ¿por qué no nos avisaste? Hagamos un video, vamos a la radio...Oye, yo no sabía que tú eras indígena. ¡Qué chévere!. Te felicito”. De igual forma una encuestada no-indígena dijo: “también me gustaría aprender de...sus estilos de vida que son muy diferentes a los nuestros, pero que se ven muy interesantes.” Este sentido de curiosidad e interés se replicó en los encuestados, dejándonos notar que se creó una especie de empatía hacia los pueblos indígenas.

Por otro lado, las personas que se auto identificaron cómo indígenas ven en esta representación en TikTok una fuente de empoderamiento y orgullo sobre ellos mismos. Históricamente, los pueblos indígenas no han tenido espacios en los medios de comunicación, y cuando sí lo han tenido, ha sido a manera de burla o mofándose de la cultura. Por ejemplo, varios programas de comedia, en la televisión latinoamericana, representan personajes indígenas (El Moti, Rosita la taxista, la India Maria, Chola Eduviges, etc..), en donde los actores son personas blanco-mestizas que utilizan la vestimenta indígena a forma de disfraz, burlándose abiertamente de la cultura y cosmovisiones indígenas. Estudios conducidos en México y Perú señalan que los medios de comunicación reproducen varios tipos de racismo mediático en donde los grupos minoritarios no están presentes en lo absoluto o están presentes a través de personajes estereotipados. Este tipo de representación indígena reproduce sistemas raciales de opresión y burla hacia este grupo minoritario.

Al ser este, la televisión, el único tipo de contenido visual de consumo masivo, las personas indígenas no se han sentido representadas a lo largo de su vida. Charik, TikToker Kichwa-Otavalo, explica:“nosotros crecimos y nunca nos vimos a nosotros mismos...la única indígena de la que escuchaba en la televisión era la India María y su rol era la de empleada doméstica”, y Lani, TikToker nativo americana, sostiene: “no crecí viendo representación indígena en la televisión. Nadie se veía como yo.” Dos participantes indígenas de nuestro estudio dijeron que les produce “alegría” y “orgullo” ser parte de la cultura indígena. Una encuestada indígena dijo:

> **“Me da alegría porque hay jóvenes que se avergüenzan de ser indígenas, entonces hay gente que veo que no se avergüenza y sobresale...hay veces que digo, si ella hace eso, ¿por qué yo no? Es una motivación para hacer no solo TikToks, sino también cualquier cosa.”**

El empoderamiento que ejerce este tipo de contenido en los consumidores indígenas jóvenes de Tik Tok, de alguna forma, combate los sentimientos de vergüenza, miedo y ansiedad que ha causado el tipo de contenido humorístico de la televisión. Asimismo, Moi Guiquita, TikToker Huaorani, dice: “Yo he recibido muchísimos mensajes de gente indígena, de jóvenes en realidad, que me han contado sus historias, de alguna manera ellos se ven reflejados en mí. Yo soy una fuente en la cual ellos se pueden inspirar y yo también me inspiro de otros indígenas”. El poder de esta auto-identificación impacta fuertemente en las nuevas generaciones, quienes al verse representados y sentirse empoderados, asumen su responsabilidad y recuperan sus raíces como personas pertenecientes a pueblos indígenas. En este contexto Sofía, TikToker Mapuche, expresa: “Hay otro sector más joven [en TikTok] que necesitaba de esto para volver a sus raíces y recuperar lo que los abuelos no le han querido contar, por temor...Gracias a estos referentes [TikTokers indígenas], se dan cuenta que debemos hacernos cargo. **Si no nos hacemos cargo nosotros, ¿qué va a pasar? Ahí sí vamos a desaparecer.**”

Nuestra encuesta masiva arrojó que es altamente probable que ecuatorianos no-indígenas estén dispuestos a explorar la gastronomía de los pueblos indígenas, justo después de haber visto un Tik Tok sobre la preparación de los chontacuros del pueblo huaorani.

Los creadores indígenas de TikTok son quienes se han convertido en comunicadores y preservadores de conocimiento dentro de sus comunidades. Dada la gran responsabilidad que tienen de compartir su cultura y conocimientos, varios de ellos han tenido que “re-aprender” y “regresar” a sus raíces. Esto, a su vez, les ha permitido reconectarse con sus abuelos, padres y su comunidad en general. Varios de los tiktokers indígenas que entrevistamos nos contaron que para crear su contenido, ya sea este enseñar sus idiomas indígenas, explicar sobre su vestimenta o gastronomía, o compartir música, tuvieron que primeramente empaparse del conocimiento de su familia y comunidad. Moi y Charik comentan: “El contenido que yo saco, primero, yo voy lo leo, lo estudio; hablo con las personas que saben”,“Yo mismo tengo que leer para hacer los videos; preguntar a mis papás, a mis abuelitos”. La importancia de esto es incalculable, ya que estos generadores de contenido no solamente están actuando como comunicadores, sino también como preservadores de conocimiento indígena.

Al ser ellos, los TikTokers indígenas, quienes generan el contenido en esta aplicación, están legitimando sus propias voces y conocimientos. Esta acción de representarse a sí mismos en estas plataformas digitales tiene un profundo impacto en la sociedad no-indígena, ya que es la primera vez que el entretenimiento que consume este sector de la población, está creado por las mismas comunidades indígenas.

Por ejemplo, la enseñanza de idiomas indígenas (en el caso de Ecuador, el Kichwa) se ha convertido en un foco de interés de personas no-indígenas.

66% **de encuestados no-indígenas expresó su interés en aprender sobre idiomas, cultura y estilos de vida de los pueblos indígenas ya que los califican como “bonitos” e “interesantes”.**

Dos encuestadas no-indígenas reportaron que: “ahí [en TikTok] te explican y te enseñan cómo se debe pronunciar y cómo se dicen las palabras en el idioma de ellos”, y “me gustaría aprender un poco más sobre esa cultura [indígena]. Saber cuáles fueron sus inicios, saber más de su idioma, aprender su idioma en sí, porque es interesante ver cómo viven las familias...Aprender de su idioma sería demasiado bonito, es súper interesante.” De esta misma manera, Elsy Quishpi, TikToker kichwa-Puruhá, cuenta: “también he notado que hay personas que son mestizas que están interesadas en conocer más de nuestra cultura, que la respetan muchísimo”. Esta clase de exposición despierta interés en idiomas, estilos de vida y culturas históricamente silenciados, que, en consecuencia, produce un sentimiento de curiosidad que, si se sigue fomentando, eventualmente tendrá impacto en la forma en que la población no-indígena percibe a la población indígena.

Valeria y Milenka, tiktokers bolivianas

Otra forma de contenido indígena en Tik Tok es el humor/comedia.

> **“Los grupos minoritarios a menudo abrazan el estereotipo de sí mismos de una manera diseñada no para asimilarlo, sino para suavizarlo... Hacer bromas a partir del estereotipo no es necesariamente aceptarlo, sino que a menudo es reírse de ello, desnudarlo, exponerlo a juicio.[4]”**

Esta clase de entretenimiento es uno de los de mayor consumo entre los encuestados. El 75% de los encuestados expresaron que el tipo de contenido indígena que consumen en TikTok es humor o comedia. Asimismo, tres de los TikTokers indígenas entrevistados producen mayoritariamente contenido humorístico, ya que lo ven como una forma de “sobrellevar el dolor” y “reir”. Kymon, TikToker Tonga y Navajo, explicó que decidió combinar el humor y la educación, sobre los pueblos indígenas, porque así la gente puede reír mientras internaliza la seriedad del tema. Entonces dijo: “sí, es un vídeo divertido y, sí, te vas a reír, pero tanto el público indígena como el no-indígena, se sentará y pensará: ‘Sí, me estoy riendo con esto, pero esto es muy serio’.” Este fenómeno se repite en el movimiento Black Twitter, en donde también se usó el humor como una forma de resistencia a las injusticias y desigualdades, y simultáneamente adoptando estrategias de supervivencia para reivindicar el poder y control mediante el ocio.[5]

[4] Levine, L. (1977) Black Culture and Black Consciousness: Afro-American Folk Thought from Slavery to Freedom. citado por Joanne R. Gilbert (1997).
[5] Corliss Outley, Shamaya Bowen & Harrison Pinckney (2021) Laughing While Black: Resistance, Coping and the Use of Humor as a Pandemic Pastime among Blacks, Leisure Sciences, 43:1-2, 305-314.

De la misma forma, el tener gran representación indígena en TikTok ha provocado que los mismos TikTokers indígenas se sientan representados y acompañados. Así, como nos explicaron las TikTokers bolivianas, Valeria y Milenka (madre e hija): “también vemos [en TikTok] que hay gente de pollera [mujeres indígenas bolivianas] o hay personas que son de pueblito también...y nos sentimos bien al saber que no nos somos las únicas, sino que también hay varias personas [indígenas] y nosotros nos sentimos parte de esas personas.” Elsy, TikToker kichwa-puruhá, también dijo: “yo sí me siento representada, me siento incluso identificada por estos influencers”.
Igualmente Jayroy, TikToker Cree, expresa que para él

> **“Es empoderante cuando ves a estos jóvenes [indígenas] animándose unos a otros. Es hermoso. Hago videos en vivo casi todas las noches y he creado una familia, una familia con personas tan diferentes. Y nos tratamos como familia mutuamente.”**

Esta capacidad que tiene TikTok para crear espacios de representación no solamente en los consumidores, sino también en los creadores, es fundamental para que exista un empoderamiento de las comunidades indígenas.

La representación indígena en TikTok no solamente ha tenido impacto en la forma en que los pueblos indígenas se perciben a ellos mismos. También ha tenido impacto en las comunidades a las que pertenecen estos creadores de contenido. Las formas en las que se representa el impacto van desde el reconocimiento de estas comunidades en imaginarios digitales masivos, hasta formas de trabajo y economía. Un TikToker, indígena de la amazonía ecuatoriana, nos explicó que él usa la plataforma de TikTok para compartir su cultura y crear conciencia sobre la vida silvestre; recaudar fondos para un refugio de primates que dirige y exhibir el emprendimiento de turismo comunitario de su comunidad a personas de Norteamérica y Europa. Por lo tanto, este ejercicio de la autorepresentación indígena en TikTok es complejo, ya que impacta a varios círculos en la vida y comunidad de los generadores de contenido.

Tanto el empoderamiento en las comunidades indígenas como el despertar de la curiosidad de los no-indígenas producen, a largo plazo, un sentido de comunidad para las poblaciones indígenas, como lo expresa una participante indígena: “...lo que cambia es el lenguaje nada más, ahí todos somos iguales”. Para las personas no-indígenas, representa apertura y empatía hacia la cultura y saberes de los pueblos indígenas. Una participante no-indígena nos dijo

> **creo que ha cambiado un montón mi mentalidad de cómo viven las personas indígenas, cuáles son sus tradiciones, su cultura”.**

Además, a través de este contenido, se refuerza la identidad en los jóvenes indígenas, pues crecen viendo finalmente una representación de ellos mismos. Elsy, TikToker kichwa-Puruhá, se refiere a este fenómeno como “las nuevas generaciones van a tener mayor información sobre quiénes somos nosotros como pueblos originarios”. La representación indígena en TikTok es solamente una de las tantas formas en que se puede lograr esto; sin embargo, no hay que dejar de lado el contexto mediático más amplio y las limitaciones que se presentan tanto en las redes sociales como en los medios de comunicación tradicionales: radio, televisión y prensa.

Limitaciones: las burbujas digitales y la cultura del “hate”

En la aplicación de TikTok existe la página principal “Para Ti”, en donde la aplicación muestra videos al azar al usuario. A su vez este desliza la pantalla deteniéndose únicamente en los que le parecen interesantes. A simple vista, se podría decir que los usuarios consumen todo tipo de contenido de varios lugares, en diferentes idiomas y sobre varios temas. Sin embargo, con el paso del tiempo, el algoritmo de la aplicación aprende sobre los gustos, preferencias y perspectivas específicas del usuario y, por ende, le muestra únicamente los videos que cree que le gustarán. En pocas ocasiones el algoritmo envía videos “diferentes” a los que el usuario está acostumbrado a ver. Esta forma de distribuir el contenido genera cámaras de eco o burbujas digitales, las cuales pueden “generar/empoderar lazos comunitarios”, más no es seguro que “faciliten diálogos interculturales”. Sin embargo, algunos académicos señalan que la implementación de “diverse-sensitive design” (diseño orientado a la diversidad) en los sistemas de recomendación puede ser la solución para exponer a contenido diverso a los usuarios.

Este fenómeno ocurre debido a que cierta clase de contenido aparece a ciertas personas y otro tipo de contenido, a otras; basándose en sus opiniones políticas, raciales, culturales y sociales. De esta forma, no producen espacios de diálogo entre grupos sociales con perspectivas culturales y sociales diferentes, y dejan al usuario interactuando en una especie de laberinto. Una participante de nuestros grupos focales explicó: "en TikTok a veces no salen [los videos] en 'Para Ti'; no muestran más personas y no todos conocen eso", por lo tanto videos de representación indígena en TikTok no siempre llegan a personas fuera de los círculos sociales y raciales de los mismos TikTokers. Es decir, es más probable que a una persona indígena le salgan videos de TikTok indígena que a una persona no-indígena. A pesar de que casi el 90% de los encuestados estuvieron expuestos a Tik Tok indígena, antes de llamarlos a este estudio, la mayoría explicaba que "poco" o "a veces" les aparecían videos de TikTokers indígenas. Por lo tanto, no está garantizado que este tipo de contenido llegue a todos los rincones de usuarios de esta plataforma.

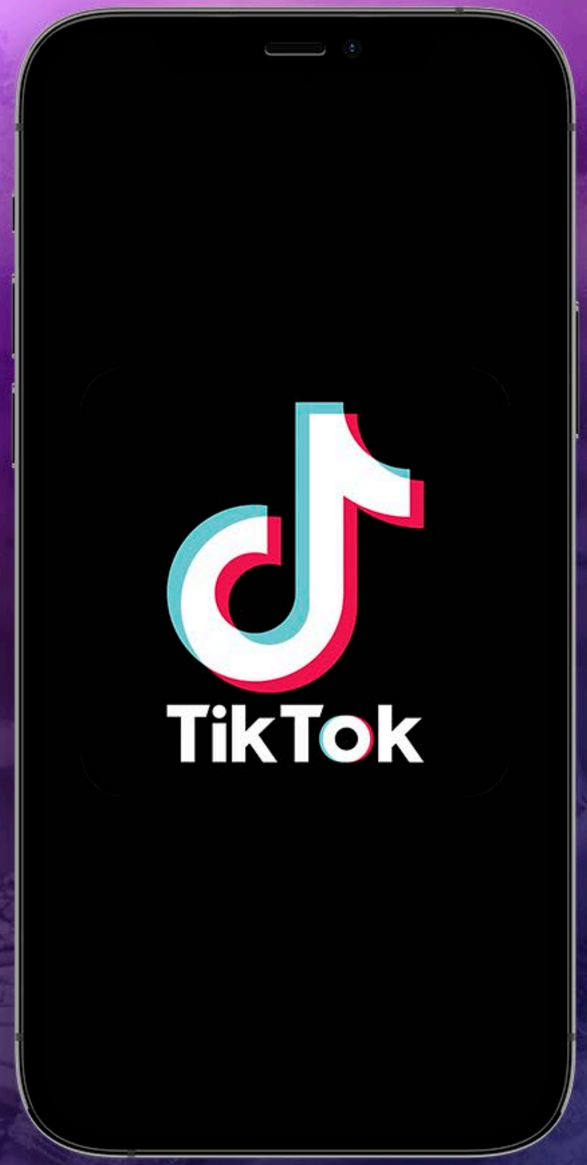
La formación de estas burbujas digitales o cámaras de eco constituyen un problema en la creación de espacios de diálogo entre culturas "distintas", indígenas y no-indígenas. Hay que tomar en cuenta que esto no solamente se presenta en TikTok, pero en todas las redes sociales.

Un ejemplo de ello fue cuando realizamos nuestra encuesta cuantitativa. Decidimos distribuirla a través de la plataforma de Facebook, y a pesar de tener una gran acogida –casi 600 personas llenaron la encuesta en Canadá y Ecuador– los perfiles de las personas que la llenaron fueron muy parecidos o similares. Entonces, esto provocó que los resultados obtenidos sean bastante similares unos con otros; por lo que no mostró una perspectiva amplia o representativa de la sociedad, razón por la cual se decidió profundizar esos resultados a través de grupos focales. La forma en que funciona la aplicación de TikTok en este ámbito, presenta una limitante para que creadores de contenido indígena lleguen a personas que sostienen actitudes estereotipadas hacia las personas indígenas. Por ello, los videos de TikTok indígena reciben una mayoría de comentarios positivos cuando realizan sus videos.

En algunas ocasiones hay personas, fuera de la burbuja digital en Tik Tok, que sí son expuestas a contenido diferente. La misma aplicación reporta que parte de su servicio hacia los usuarios es “Diversifying Recommendations”, ya que la diversidad es esencial para mantener una comunidad global próspera, y que el objetivo de la aplicación es equilibrar el contenido relevante y, al mismo tiempo, motivar a los usuarios a explorar experiencias que de otra forma no verían. La forma en que funciona esta aplicación puede, por lo tanto, producir dos escenarios. El primero que ya se lo explicó en la anterior sección, produce un sentimiento de curiosidad y empatía hacia las personas indígenas por parte de las no-indígenas. El segundo reproduce discursos de odio en línea; este escenario ha ido tomando fuerza y se ha convertido en una herramienta peligrosa para radicalizar en la esfera pública y construir una fuente de apoyo de grupos de ultra-derecha.

Tik Tok es un iceberg de contenidos que van desde grupos minoritarios, como el TikTok indígena, hasta contenidos de extrema derecha. Un estudio titulado "Research Note: Spreading Hate on TikTok" reveló una inquietante presencia de extremismo de ultraderecha en videos, comentarios, símbolos e imágenes en esta aplicación. Varios de los TikTokers indígenas entrevistados cuentan que, a veces, se encuentran con personas que reproducen legados raciales post-coloniales, a través de los comentarios que dejan en los videos de estos creadores. En las entrevistas nos comentaron que mensajes como: "Tienes que ser más humilde", "los mapuches [pueblos indígenas] son violentos", e incluso mensajes privados de odio dirigidos directamente hacia los creadores indígenas. Elsy cuenta que: "las redes sociales son tan grandes; te pueden dar frases bonitas de ánimo, pero, al mismo tiempo, te echan hate. Es ahí cuando, así no quieras, te puede afectar de alguna u otra manera." Esto, a su vez, también incomoda a los consumidores que siguen a los creadores indígenas y dicen:

"Lo que más me incomoda es que hay gente que, por un lado, tiene maneras de pensar súper cerradas. Las otras personas están intentando defender su manera de vida o sus tradiciones y hay este choque súper fuerte."



Cabe recalcar que los discursos de odio son considerados una violación a los derechos humanos, sin importar si se producen online o de forma presencial.

Los usuarios de TikTok y redes sociales en general acarrean perspectivas racistas generacionales. Una encuestada dice: “Yo creo que desde muy antiguamente las familias ya eran racistas; entonces, con el pasar del tiempo, uno aprende eso y si tiene hijos se le inculca eso, inconscinetemente.” Por ello, otra encuestada cuenta que un video corto es un “buen inicio” para aprender porque

> **“te abre las puertas a un mundo que, si no fuera por eso, no sabrías.”**

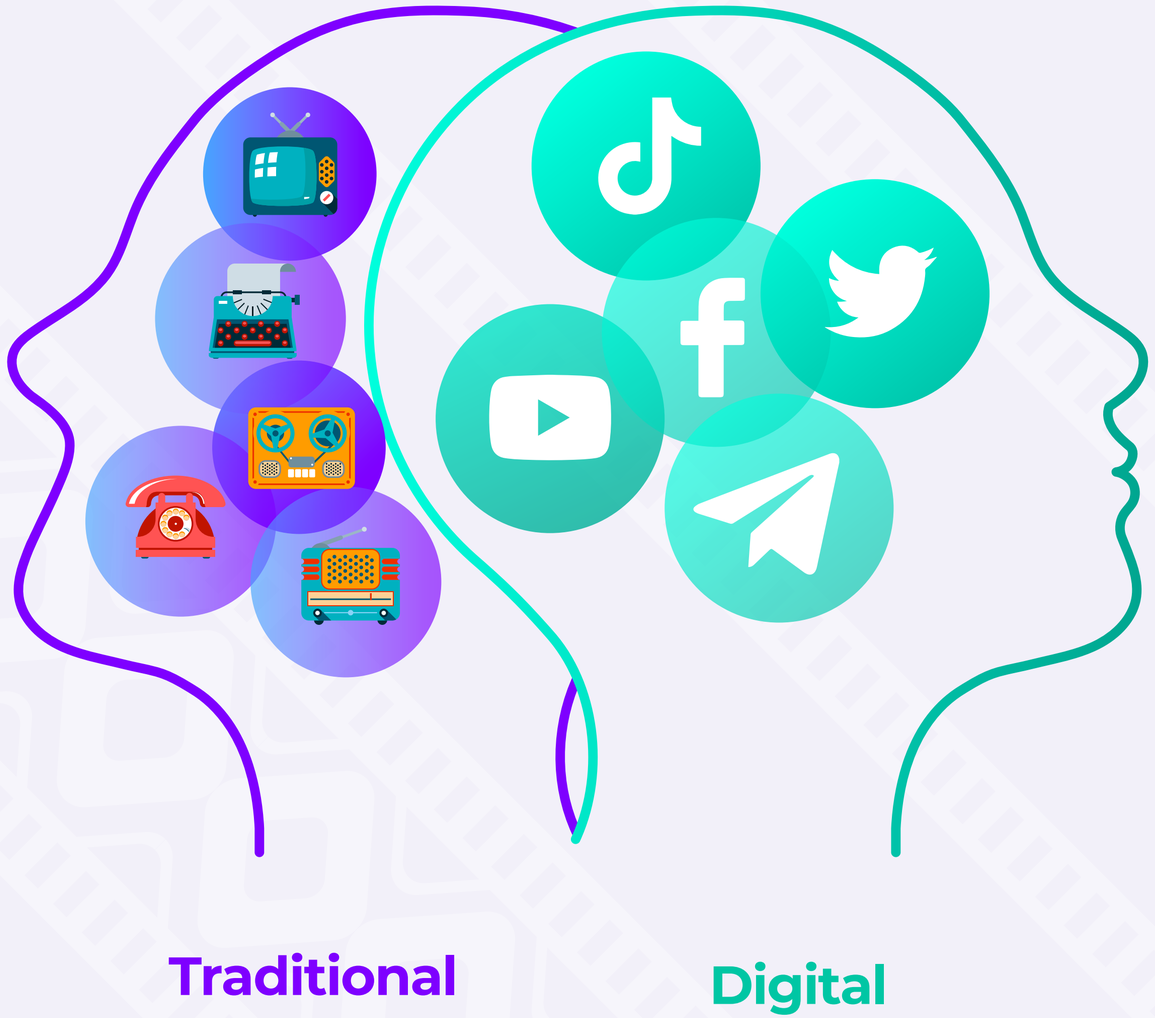
Sin embargo, no es suficiente para cambiar completamente las perspectivas racistas heredadas consciente o inconscientemente. Este tipo de limitaciones afectan al potencial que tendrían los medios democratizados, las redes sociales, para combatir el racismo y la discriminación en general a grupos minoritarios.

A pesar de estas limitaciones, los TikTokers indígenas a quienes entrevistamos expusieron que la mayoría de reacciones que han tenido a sus videos han sido positivas. Describen a los comentarios en sus videos como expresiones de “apoyo” y “cariño”; mientras que los comentarios negativos, dicen ellos, son basados en “ignorancia”. Eso se debe nuevamente a las cámaras de eco que reproducen este contenido mayoritariamente en personas con intereses y gustos similares. Entonces, ¿cuál es el camino para que el contenido producido por creadores indígenas llegue a personas que no hayan estado expuestas a estas comunidades?

Redes sociales vs medios tradicionales, ¿incluyen a todos?

Inicialmente, este proyecto buscaba encontrar en las redes sociales herramientas que permitan abrir espacios de diálogo intercultural. Sin embargo, esta perspectiva excluye al sector de la población que no tiene acceso a internet. A pesar de que, con la actual pandemia, hemos visto un cambio drástico en nuestra interacción con el mundo digital, esta no es la realidad de todas las personas en Ecuador y Latinoamérica. El fenómeno del TikTok indígena puede ser percibido, en su mayoría, por personas con acceso a conectividad de internet. Por ello, en los grupos focales se expuso que los medios tradicionales, como la radio, continúan teniendo un mayor alcance a la población en general. Una participante dijo que "esa plataforma [la radio] es donde muchos escucharemos y reflexionaremos bien; porque la radio llega a muchas ciudades del Ecuador. Entonces, por ahí creo que si fuera un medio de comunicación para acabar con eso [racismo] en muchas culturas." Estudios señalan que la radio, en Ecuador, es el segundo medio más consumido después de la televisión, en donde "el 98% de la población dice ver televisión regularmente, un 83% declara escuchar la radio". Además, la radio es el medio de comunicación con mayor cobertura geográfica del país.

Este escenario crea un debate en donde nos tenemos que preguntar, ¿cuáles son los alcances de las plataformas digitales y medios de comunicación tradicionales a la hora de la auto-representación de los pueblos indígenas? ¿Qué tanto incluyen las plataformas digitales a todos los actores en esta conversación?



Los medios de comunicación tradicionales se debaten entre su extenso potencial de cobertura y los mínimos espacios de autorepresentación de los pueblos indígenas que ofrecen. El punto de inflexión más claro, en los últimos tiempos en Ecuador, fue la representación indígena de las protestas de octubre 2019 en los medios de comunicación tradicionales, especialmente televisión y prensa. Las protestas fueron lideradas por los pueblos indígenas que mantuvieron su posición contraria al "paquetazo"; una medida económica impuesta por el gobierno de Lenin Moreno, que afectaba directamente la economía de los pueblos indígenas. El patrón común percibido durante este acontecimiento fue el sesgo mediático al momento de informar y cubrir esta noticia. Por ello, las redes sociales se convirtieron en una nueva forma de comunicación desde el pueblo para el pueblo. Esto se vio replicado también en Norteamérica, en donde, a través de TikTok, se exhibieron videos de protesta, activismo y difusión, tanto en temas de COVID-19, como en las protestas BLM, y otras formas de activismo y apoyo.

Además, al otro lado del mundo, en el conflicto entre Palestina e Israel, TikTok también tuvo un rol importante para movilizar la simpatía internacional. Bajo el hashtag #Free_Palestine, usuarios de TikToK reportaron eventos en vivo para que el mundo los vea y, por lo tanto, se generen redes de apoyo a Palestina.

El resultado de estas dos formas mediáticas de presentar las protestas de octubre de 2019 en Ecuador, fue la polarización de la sociedad, en donde personas que consumían medios tradicionales tenían una visión diferente de aquellas que consumían medios comunitarios digitales. Una participante no-indígena, consumidora de TikTok, dijo “por lo que sale en las noticias o con lo que salía en el paro [octubre 2019] es súper fácil clasificar a todo el mundo como un grupo y que todo se actúa de una manera”, al referirse a la representación de los pueblos indígenas en medios tradicionales. Seguidamente expuso que “pero en las redes sociales, cuando una persona se presenta a sí misma, aprendes qué les gusta, quiénes son y vas individualizando a una comunidad”, refiriéndose a su experiencia como consumidora de TikTok indígena. Las redes sociales abren paso a la voz indígena sin filtros, siendo así el primer encuentro directo masivo con la población no-indígena. Una encuestada no-indígena explica: “Cuando uno no pertenece a la comunidad, no se podría enterar a menos que sea divulgado de esta manera por las redes sociales.” Estas afirmaciones, si bien no se pueden generalizar ni representan la experiencia de toda la sociedad ecuatoriana, dan una pauta del potencial que tienen las redes sociales como instrumentos de libre expresión y autorepresentación.

Al mismo tiempo, no se puede ignorar el alcance y cobertura que aún predomina en los medios de comunicación tradicionales; sobre todo, en la radio. Estos medios de comunicación tienen el potencial de llegar a audiencias incluso más masivas, especialmente a zonas rurales del país. Una participante indígena consumidora de TikTok dijo “lo importante es que llegue a más personas, porque muchos sabemos que la radio llega a muchos países, a muchas comunidades, y es donde muchos escuchamos”, cuando se refirió al potencial de los medios de comunicación tradicionales en la lucha contra el racismo. Este alcance, que explica la participante, ejemplifica el poder que tienen los medios tradicionales para integrar a actores fundamentales en las discusiones de raza: las comunidades indígenas rurales y campesinas. Para ello, se requiere una mayor apertura a la autorepresentación de las comunidades indígenas dentro de estos medios tradicionales. Con esto, se logrará crear espacios de empoderamiento para grupos históricamente silenciados, espacios de diálogo intercultural (el factor limitante en las redes sociales) y una inclusión de toda la población ecuatoriana en general.

El debate sobre los medios tradicionales versus las plataformas de redes sociales tiene muchas aristas que van desde la veracidad de la información, hasta los espacios de autonomía indígena para producir contenido. Lo cierto es que las personas indígenas se ven poco a sí mismas en los medios tradicionales. Así lo explica una participante indígena consumidora de TikTok “yo en la tele no me acuerdo... He visto sí gente indígena, pero no tanto como he visto en TikTok o Facebook.” Las redes sociales todavía tienen un gran camino que recorrer. Son una gota en un vaso de agua dentro del contexto mediático. Y mientras las limitantes no sean abordadas, no podrán crear espacios de diálogo interculturales que los medios tradicionales sí podrían. Al fin y al cabo, ambas herramientas son necesarias y cruciales en la lucha por una verdadera celebración de la diversidad e inclusión dentro de la sociedad latinoamericana y ecuatoriana.

Conclusiones

- Los medios democratizados (las redes sociales), en específico TikTok, amplifican las voces de los pueblos indígenas. Lani, TikToker indígena, dice: “Nos ha dado un megáfono (...) nuestra comunidad tiene una población tan pequeña en comparación con el resto...Y por eso necesitábamos un micrófono. Necesitábamos algo que amplificara nuestras voces.”

- Los TikTokers indígenas asumen la responsabilidad de comunicadores y preservadores de conocimiento de sus comunidades. Esto, a su vez, los reconecta con su cultura, identidad, padres y abuelos... reproduciendo, así, la sabiduría indígena para las generaciones más jóvenes.

- En el caso de los consumidores indígenas, el TikTok indígena los empodera, produciéndose sentimientos de “orgullo” y “felicidad” al verse representados y tener figuras (influencers) que se ven como ellos. Jayroy, TikToker Cree, expresa: “definitivamente hay un incremento de jóvenes [indígenas] que quieren saber quienes son y quieren romper ciclos”.

- Por otro lado, los consumidores no-indígenas de TikTok sienten “intriga” y “curiosidad” de quién es ese otro, a quien anteriormente han conocido por intermediarios y filtros blanco-mestizos. Su exposición a los pueblos indígenas se da de forma directa a través de las voces de las mismas personas indígenas. Esto genera sentimientos de empatía que si se fomentan pueden ser capaces de combatir el racismo.

- Los medios tradicionales tienen gran cobertura y alcance para las poblaciones rurales y grupos minoritarios. Entonces, ¿qué es lo que les hace falta para integrar a toda la población ecuatoriana (y que las redes sociales sí ofrecen)? Espacios de autorepresentación de grupos minoritarios silenciados, para que sean las voces de estos mismos grupos los que cuenten sus propias historias.

Conclusiones

- La falta de acceso a internet en comunidades rurales e indígenas representa una limitación importante, ya que estas personas no pueden formar parte de estas discusiones interculturales y, por lo tanto, deberían ser apelados e incluidos por otros medios, como la radio. Por ende, ambos medios de comunicación tradicionales y digitales tienen un rol clave en la facilitación de conversaciones raciales e inclusivas.

- Las cámaras de eco en TikTok dificultan los diálogos interculturales, ya que filtran el contenido. A pesar de que la aplicación insiste en diversificar las recomendaciones, es difícil que el contenido de TikTok indígena llegue a personas con diferentes ideas y percepciones estereotipadas hacia los pueblos indígenas.

- TikTokers indígenas concuerdan que la recepción del TikTok indígena en general tiende a ser positiva, pero hay que recalcar que en algunos casos puede generar discursos de odio y dicriminación hacia ellos como individuos y hacia los pueblos indígenas.

- TikTok tiene el enorme potencial de convertirse en una herramienta de activismo de grupos minoritarios, siempre y cuando se trabajen en las limitaciones de su uso, cobertura y filtros.

- El efecto del TikTok indígena, en general, está por verse, ya que TikTok es una pequeña parte dentro de un contexto mediático más amplio. Sin embargo, al ser esta plataforma la que amplifica las voces de los pueblos indígenas, está generando un primer paso o una semilla hacia un futuro más diverso, inclusivo y equitativo.

Referencias

- Abu Jahal, Entsar. (Jun 2021). TikTok becomes vital weapon in Palestinians' digital war https://www.al-monitor.com/originals/2021/06/tiktok-becomes-vital-weapon-palestinians-digital-war#ixzz6z6Q00HAW
- Alarcón, Luis R. (2015). Análisis sobre discriminación en la televisión peruana: Estereotipos de la mujer andina en los programas de humor de la TV peruana. Link: http://www.concortv.gob.pe/file/2015/10-Estereotipos_de_la_mujer_andina_en_los_programas_de_humor_de_la_TV_peruana.pdf
- Alfaro, S. (2011). “Los medios de comunicación y el racismo persistente”. En: Pobreza, desigualdad y desarrollo en el Perú. Informe Perú 2010-2011. Lima, OXFAM. Link: https://www.servindi.org/pdf/Informe_peru_2010_2011.pdf
- APC, Digital Defenders Partnership (DDP), LaLibre.net Tecnologías Comunitarias, Taller de Comunicación Mujer (2019, Oct 29). Derechos digitales en el contexto de las protestas y movilización social en Ecuador en octubre de 2019. Informe.
- Arguello, G. & Benalcázar, V. (2020, Oct 13) . Del cerco a la barricada o ¿del cerco a la pantalla? El rol de la comunicación frente al cerco mediático-Paro Nacional Ecuador Octubre 2019. Libro: Comunicación, Lucha Popular y Cerco Mediático. Pg. 57 - 66.
- AUXIER, B. & ANDERSON, M. (2021, Abril). “Social Media Use in 2021”, Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/
- Ballesteros, C. (2020).La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok https://doi.org/10.20318/recs.2020.5459
- BHARATH GANESH, (Dec 2018). The Ungovernability of Digital Hate Culture.https://jia.sipa.columbia.edu/ungovernability-digital-hate-culture
- Castañeda M. & Chávarri S. (2017). DISCRIMINACIÓN ÉTNICO-RACIAL EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL. ISBN: 987-612-4126-91-8
- Corliss Outley, Shamaya Bowen & Harrison Pinckney (2021) Laughing While Black: Resistance, Coping and the Use of Humor as a Pandemic Pastime among Blacks, Leisure Sciences, 43:1-2, 305-314,
- Gabriel Weimann & Natalie Masri (2020) Research Note: Spreading Hate on TikTok, Studies in Conflict & Terrorism.
- Gehrke, M., Lizarazo, N., Noboa, P., Olmos, D., & Pieper, O. (2016, Abril) Panorama de los medios en Ecuador Sistema Informativo y Actores implicados. Pg. 20
- Hernández, M.(2015) ¿Ciberodio/hate speech online?. Del libro: Mensajes de odio y discriminación en las redes sociales (pp.51-59) Edition: 1. Chapter: 4. Publisher: CONAPRED Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación
- Janfaza, R. (2020, Jun 04). TikTok serves as hub for #blacklivesmatter activism. CNN Wire Service
- Joanne R. Gilbert (1997) Performing marginality: Comedy, identity, and cultural critique, Text and Performance Quarterly, 17:4, 317-330, DOI: 10.1080/10462939709366196
- LeBoeuf, A. (2020). TikTok, the pandemic platform for community, resistance, and activism by anjeanette LeBoeuf. Newstex.
- Levine, L. (1977) Black Culture and Black Consciousness: Afro-American Folk Thought from Slavery to Freedom. citado por Joanne R. Gilbert (1997) Performing marginality: Comedy, identity, and cultural critique, Text and Performance Quarterly, 17:4, 317-330, DOI: 10.1080/10462939709366196
- Rodríguez Cano, C. (2018). Los usuarios en su laberinto: burbujas de filtros, cámaras de eco y mediación algorítmica en la opinión pública en línea. Virtualis, 8(16), 57-76. Recuperado de https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/250/218
- Saez, Virginia. (2018). El racismo mediático: un estudio de la prensa en Argentina (1993-2011). Revista de Ciencias Sociales, 31(43), 163-182. https://dx.doi.org/10.26489/rvs.v31i43.8
- Solis Ventura, B. (2007). La discriminación en los contenidos de los medios de comunicación en México [versión Adobe Reader]. México: CONAPRED
- TOBAR JORDÁN, R., PANCHANA MACAY, A. (2009). Los medios de comunicación en Ecuador. Comunicación Estratégica. The Handbook of Spanish Language Media, Routledge. Disponible en: https://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/losmcs-en-ecuador.pdf [consulta 16 de julio de 2013] citado por Gehrke, M., Lizarazo, N., Noboa, P., Olmos, D., & Pieper, O. (2016, Abril) Panorama de los medios en Ecuador Sistema Informativo y Actores implicados. Pg. 20
- https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you

CENTRICODIGITAL

VOCES DIGITALES INDÍGENAS

UN ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN POR CÉNTRICO DIGITAL