

VOCES DIGITALES INDÍGENAS



UN ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN POR CÉNTRICO DIGITAL

ANTECEDENTES

- XX La actual pandemia de covid-19 y confinamiento produce el boom en el uso TikTok.
- XX Movimientos sociales como BLM y movilizaciones indígenas en Chile, Ecuador, Bolivia y Colombia, generaron el avance de la conciencia social en los jóvenes.
- XX Nacimiento del TikTok indígena que genera contenido de entretenimiento producido por jóvenes activistas indígenas.

METODOLOGÍA



588

enuestas 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



HALLAZGOS

- 1 La amplificación de la voz indígena empodera a los creadores indígenas, los reconecta con su cultura y comunidad, y preserva la sabiduría indígena para las generaciones más jóvenes.
- 2 Los consumidores indígenas ven en los "TikTokers" indígenas figuras aspiracionales de representación de su cultura.
- 3 Los consumidores de TikTok no indígenas presentan una actitud de aprendizaje y curiosidad ante los contenidos indígenas.
- 4 La radio tiene el potencial de contrarrestar la falta de acceso a internet en comunidades rurales e indígenas facilitando las conversaciones raciales inclusivas.
- 5 TikTok es una pequeña parte dentro de un contexto mediático más amplio, por ello, el efecto del TikTok indígena en la sociedad en general está por verse.
- 6 TikTok tiene potencial de convertirse en una herramienta de activismo de grupos minoritarios. La amplificación de las voces indígenas es la semilla con mirada hacia un futuro más diverso, inclusivo y equitativo.

DATOS



TikTok tiene mayor impacto en personas menores de 35 años.



Es menos probable que indígenas que consumen TikTok indígena reproduzcan estereotipos de pobreza, oficio y clase social.



8 de 10 TikTokers indígenas reportaron que recurrieron o reconectaron con sus comunidades o abuelos para generar su contenido.



66% de los encuestados no-indígenas quieren conocer y aprender sobre las lenguas, cultura, y estilo de vida de los pueblos y nacionalidades indígenas.



Es altamente probable que ecuatorianos no-indígenas consumidores de TikTok quieran explorar la gastronomía indígena.



CITAS

- XX "Yo mismo tengo que leer para hacer los videos, preguntar a mis papás, a mis abuelos"
- Charik, tiktoker kichwa-otavalo
- XX "Hacer videos de TikTok es una forma de recuperar quién eres, de dónde vienes"
- Elsy, tiktoker kichwa-puruhá
- XX "Hay otro sector más joven [en TikTok] que es lo que necesitaban para volver y cuestionar sus raíces y recuperar lo que los abuelos no le han querido contar, por temor...gracias a estos referentes [TikTokers indígenas] se dan cuenta y que hay que hacernos cargo, si no nos hacemos cargo nosotros, ¿qué va a pasar? Ahí sí vamos a desaparecer."
- Sofía, tiktoker Mapuche
- XX "Me da alegría porque hay jóvenes que se avergüenzan de ser indígenas, entonces hay gente que veo que no se avergüenzan 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."
- Encuestada indígena consumidora de Tik Tok.
- XX "Ha cambiado un montón mi mentalidad de cómo viven las personas indígenas, cuáles son sus tradiciones, su cultura"
- Participante no-indígena de grupo focal