



# La necesidad de cine y video maya como forma de creación y preservación de la identidad

Participante 403  
Modalidad Humanística



Ruta Inti 2023: Los misterios de la selva de Kukulcán



## Índice

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| Introducción                                 | 2  |
| Las consecuencias del turismo de masas       | 4  |
| El “video indígena”                          | 5  |
| <i>Frecuencias desde el sureste mexicano</i> | 7  |
| Conclusión                                   | 10 |
| Bibliografía y Referencias                   | 11 |

Como dijo el célebre escritor George Orwell en su obra *1984*: “quien controla el pasado, controla el futuro. Quien tiene potestad sobre el presente, la tiene sobre el pasado” (1949). Pero, te preguntarás, ¿qué tiene que ver esto con el tema que estamos tratando? Bien sencillo. Lo que el británico enunció en estas aparentemente inofensivas dos líneas es la imperiosa y urgente necesidad de que cada sociedad, colectivo o pueblo sea dueño de su propio discurso, de su historia y de los mensajes que quiere hacer llegar al resto del mundo.

## Introducción

En la actualidad, en esta conocida como sociedad de la información, el camino más rápido para difundir esos relatos son los medios de comunicación y el cine. Cabe matizar que en este ensayo trabajaremos sobre la premisa de que el cine es un medio de comunicación social, “el primero, entre los medios de comunicación desarrollados en el siglo XX en madurar como forma de arte” (Jarive, 1975, como se citó en Pardo, 1998).

De hecho, las potencias mundiales con frecuencia acaparan gran parte del interés informativo. Ya en la década de los 60 los analistas alertaban de que algunos países utilizaban los medios de comunicación, incluyendo en este grupo gran parte de los programas de televisión y las superproducciones de Hollywood, con una estrategia imperialista y neocolonialista para difundir su modelo económico, ideológico y social bajo el nombre de *mass media*. Dichas preocupaciones se plasmaron en el Informe McBride (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 1980).

Para verlo más claro, pongamos dos ejemplos:



*Viñetas de los comics del Pato Donald, sacadas del libro Para leer el Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo (Dorfman y Matterlart, 1972)*

Se trata de viñetas sacadas de los cómics de *El Pato Donald*. Estas imágenes, como explicaron Dorfman y Mattelart, perpetúan unos estereotipos y una mentalidad imperialista. En las tiras de la derecha vemos cómo miembros de una tribu de algún lugar de África, ya que no se especifica ni cuál ni dónde, se muestran servidores “para

siempre” del pato blanco. A la izquierda, tenemos el caso de los Aztecas y cómo estos regalan el oro al pato pensando que no tiene valor, creando “calcomanías y títeres en sus palacios de fantasía, buenos e inofensivos hasta la eternidad” (Dorfman & Mattelart, 1972, p. 58).

De facto, en este segundo ejemplo, los autores van un paso más allá afirmando que “Aztecland es México”, ya que contiene todos los prototipos como “burros, siestas, volcanes, cactus, sombreros enormes, ponchos, serenatas, machismo, indios de viejas civilizaciones”. No obstante, añaden que “es México para todos los efectos de reconocimiento y lejanía marginal: no es México para todas las contradicciones reales y conflictos verdaderos de ese país americano”. (Dorfman & Mattelart, 1972, p. 58)

Ahora bien, para algunos, estas viñetas y otros casos similares, son inofensivos. Sin embargo, todos estos ilusos, si me permiten la libertad de usar esta expresión, no son conscientes de la importancia de la cultura y las artes en la creación de una identidad.

Autores como Andrew Tudor (1970) indican que el cine tiene una doble función: socialización y legitimación. Define la primera como “el proceso por el cual las películas, como parte de nuestra cultura, nos suministran un mapa cultural para que podamos interpretar el mundo” y la segunda como la vía en que los seres humanos usamos los filmes “para justificar o legitimar creencias, actos e ideas” (como se citó en Pardo, 1998).

Asimismo, Jowett y Linton (s.f.) hablan del séptimo arte como un “reflector” y “moldeador” de mentalidades y comportamientos por su apelación emotivo-sensorial (como se citó en Pardo, 1998). Como muestra de esto cabe recordar la importancia que tuvo el cine en la difusión del ideario comunista durante la revolución rusa con filmes como *Octubre* (Eisenstein, 1928) o *El acorazado Potemkin* (Eisenstein, 1928); o como el estreno de *Nacimiento de una nación* (D. W. Griffith, 1915) glorificó e hizo resurgir el Ku Klux Klan en Estados Unidos.

Dicho todo esto, y recordando las ideas expuestas en textos como *Hacia un tercer cine* (Getino y Solanas, 1969) durante el nacimiento del Tercer Cine, es esencial que una sociedad, en este caso concreto la maya residente en el Mayab, tenga sus propios medios y producciones audiovisuales. Solo así podrá ser dueña de su historia y alejarse de los estereotipos y fantasías creadas por potencias extranjeras.

### **Las consecuencias del turismo de masas**

Yucatán tiene una característica especial dentro del universo de las culturas minorizadas, ya que se debe tener en cuenta la influencia directa del turismo de masas en la región. En la década de los 70 comenzó el despegue del Corredor Cancún-Tulum como zona vacacional internacional para las élites, abriendo su primer resort en 1974 como destino de “sol y playa”. Es durante estos años que gran parte de la mano de obra procedía de granjeros y habitantes de comunidades maya que se trasladaron hasta la costa desde el interior. (Papanicolaou, 2012, p. 41)

La pérdida de exclusividad del destino y el miedo a la decadencia turística hizo que se empezaran a involucrar elementos culturales de la región, concretamente las ruinas arqueológicas y los vestigios mayas para crear una nueva “marca”. Sin bien, hubo que esperar hasta el s. XXI para que las comunidades contemporáneas entraran en este nuevo proyecto. Hasta entonces, estos pueblos vivieron en una situación de “extrema pobreza y aislamiento social”, fuera del imaginario promocional. (Papanicolaou, 2012, p. 42)

Es entonces cuando el foco se desplazó hacia dichos pueblos excluidos, viéndolos como los herederos de una cultura ancestral. “La ‘cultura viva’ fue reconceptualizada como una mercancía comercializable por empresas que buscaban llevar a las comunidades mayas al circuito turístico, extendiendo así el ‘botín del turismo’ a áreas que, durante décadas, han sufrido pobreza extrema y marginación”. (Papanicolaou, 2012, p. 42)

Pero, ¿qué tiene de malo incorporar su voz? ¿Qué daño puede hacer? El conflicto radica en que, a pesar de que haya casos concretos que buscan dar a conocer la situación actual de estos pueblos, hay un gran grupo de compañías que ofrecen una “re/presentación genérica y escenificada de los mayas, una que los estudiosos y críticos han equiparado a una versión ‘Disneyficada’ de la cultura maya: aséptica, simulada y romántica” (Papanicolaou, 2012, p. 50). Es decir, se les ofrece a los extranjeros un producto comercial empaquetado que perpetúa la idea de ser una civilización “extinta”, ignorando su situación política, social y económica actual.

El problema de esta concepción histórica de una sociedad es que existe el riesgo de pensar que su interés únicamente está dentro de los límites de un idealizado pasado glorioso. Lo que, a efectos prácticos, significa clasificarla como una comunidad muerta. Para luchar contra esta etiqueta surgieron, a partir de la década de los 70 y hasta

la actualidad, diversos colectivos que crearon medios de comunicación y producciones audiovisuales que buscaban desafiar “el persistente mito de que los pueblos indígenas han desaparecido o que carecen de capacidad para tomar el control de su imagen” (Córdova, 2011, p. 82).

### **El “video indígena”**

Este auge de vías de comunicación propias se ha conformado en un movimiento que ha ido creciendo con los años, en parte gracias a la evolución y democratización de las nuevas tecnologías como internet y las redes sociales, así como de las herramientas que facilitan la creación de blogs y productos audiovisuales. La corriente ha adoptado distintos nombres a lo largo de América Latina, siendo la primera denominación la ofrecida por el Instituto Nacional Indigenista de México en 1991: “video indígena”.

Sin embargo, hoy no existe consenso sobre si el término *indígena* es correcto por ser “abarcador y homogeneizador”. Cineastas como José Espinoza prefieren hablar de grabaciones propias de cada comunidad, mientras que otros no indígenas, pero que trabajan con estas comunidades, optan por hablar de un cine que refleje la estética y perspectiva de estos pueblos, como Marta Rodríguez en Colombia, Jorge Sanjinés en Bolivia o José Antonio Guayasamin en Ecuador. (Muñoz, 2021)

A pesar de todo, la Coordinadora Latinoamericana de Cine y Comunicación de los Pueblos Indígenas (CLAPI) utiliza el término “video indígena”. Esta lo define como una “propuesta ética y estética realizada por cineastas indígenas, no indígenas o en colaboración, que aborda los temas que más inciden en los mismos pueblos (cultura, soberanía, derechos, territorio, memoria, violencia, tecnología...)” (2009). Además, debe contribuir a la “consolidación de la libre expresión de los pueblos, organizaciones y comunidades indígenas, en sus propios idiomas, valores socioculturales y desde su cosmovisión” (CLAPI, 2009).

Cabe destacar que, aunque se denomine *video*, se trata de un corpus muy heterogéneo dentro del cual se pueden encontrar radios comunitarias, reportajes, crónicas, cortos de animación, documentales, videos musicales, video-cartas, obras experimentales, ficciones, y mezclas de varios géneros y formatos. Asimismo, aunque en este trabajo nos estemos centrando en el caso concreto de la población maya en Yucatán, estos productos están geográficamente dispersos por todo el continente, con especial presencia en el pueblo Kayapo en Brasil, aunque lo mismo sucede en los Andes y

Guatemala. Es más, en este último país destaca la cineasta norteamericana Pamela Yates con una galardonada trilogía sobre la represión de la población maya: *Cuando las montañas tiemblan* (1983), *Granito: Como atrapar a un dictador* (2011) y *500 años* (2017).

Entonces, ¿por qué son realmente importantes este tipo de creaciones propias? Por lo siguiente:

“Aportan a la visibilización y a la participación política de los pueblos indígenas u originarios, incidiendo en luchas lingüísticas, legales y culturales. A través de video, los comunicadores indígenas logran documentar su memoria histórica y el acontecer actual, plasmar sus saberes y costumbres, educar a los jóvenes en las tradiciones y lenguas, y fortalecen la identidad comunitaria en una compleja realidad contemporánea” (Córdova, 2011, p. 82).

Para llegar a comprender la verdadera importancia de estos recursos como creadores y preservadores de la identidad de las gentes del Mayab, vamos a ver el caso de Yoochel Kaaj con la iniciativa Turix.

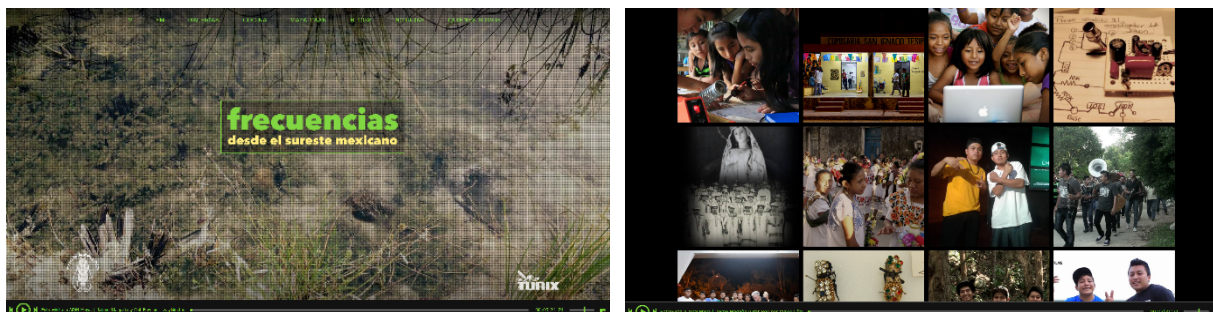
Yoochel Kaaj se como un colectivo mexicano independiente conformado en los 90 “para la experimentación y creación en las artes, humanidades y ciencias humanas en la región sur, sureste de México con técnicas, tecnologías y metodologías heterodoxas” (Yoochel Kaaj, s.f.). Inicialmente trabajaban solo con audiovisual experimental independiente, videoarte e instalación audiovisual, pero en 2002 adoptaron también la TV comunitaria, radio y electrónica experimental, arte sonoro y pedagogía.

Cabe hacer un apunte en cuanto a la pedagogía: una de las características del video indígena es que en la mayoría de los casos los creadores no han tenido formación en realización audiovisual. Gracias a este tipo de iniciativas muchas comunidades pudieron aprender las bases a través de talleres y cursos.

Además, la organización ha fundado proyectos colaborativos como el festival regional de cine Geografías Suaves en 1998, uniéndose así a otros como FICMAYAB, de carácter rotativo por el continente, o Kayché Tejidos Visuales, en Yucatán. Los festivales facilitan mucho el encuentro de las obras con el público general y conforman un espacio crítico para estos creadores.

Por otro lado, Yoochel Kaaj creó en 2002 la iniciativa Turix para el “fomento de la realización audiovisual en las comunidades rurales, con énfasis especial en las lenguas indígenas de la región” (Yoochel Kaaj, s.f.).

### *Frecuencias desde el sureste mexicano*



*Portada del sitio web. Haz click en las imágenes para ir a la página.*

*Frecuencias desde el sureste mexicano*, que forma parte de Turix, es una video revista producida en talleres de capacitación por jóvenes realizadores nativos maya. Aunque la zona principal de actuación es el sureste mexicano, participan igualmente comunidades zapotecas y mixes de Oaxaca y tzeltales de Chiapas. Se trata de un trabajo que circula entre distintas comunidades, especialmente aquellas participantes en el proyecto, y que está compuesto por producciones audiovisuales, fotografías, entradas de blog y muestras de audio.

El contenido está distribuido en siete categorías principales: TV, FM, Galerías, Cocina, Maya T’aan, Blogs y Noticias. Sin embargo, también cuenta con etiquetas por pueblos o ciudades, como Mérida y Valladolid, así como otras más genéricas como cuentos, electrónica, rap maya, reguetón maya, saberes mayas o exposiciones.

Lo primero que cabe decir es que todo el contenido está creado desde las propias comunidades como forma de narrar sus vidas y tradiciones. Por ejemplo, hay una



*Fotografía: Marcos Uxul. El gremio “juvenil obrero” que pasan frente al parque principal de Ticul, para dirigirse al barrio de san Juan.*

entrada mostrando los distintos pasos que se siguen para celebrar la ceremonia-ritual *Hertz Meek’*, u otras con festividades, como la [Fiesta gremial de San Juan](#) (Ticul, Yucatán). Este segundo caso consiste en un reportaje en el que van explicando a qué hora son las marchas, por qué barrios pasa, los distintos gremios, estandartes, y todo documentado con fotografías y grabaciones que

acompañan el texto.



*Escarabajos ornamentales*

Por otro lado, hay artículos sobre joyas tradicionales, como el [Makech o escarabajo ornamental de Yucatán](#), en el que adjuntan artículos de investigación sobre la procedencia de los objetos y tradiciones de distintos pueblos vinculadas con el mismo. En unos casos se cita cómo se usa para dormir a los bebés y en otros como obsequio entre enamorados.

La gastronomía es una parte esencial de la mayor parte de las culturas a nivel global, por lo que no es de extrañar que exista un apartado concreto de cocina tradicional. Tanto es así que en la web declaran que “la comida es parte importante de nuestra cultura en la península de Yucatán” (Yoochel Kaaj, s.f.).



*Fotografías de Chuchak waaj, creación de Milpa y un taller transpedagógico de comida*

No solo hay hasta 12 recetas distintas, sino que tienen publicaciones sobre [talleres transpedagógicos de comida](#) y programas de radio en torno a la comida, como uno emitido junto al Museo de la Guerra de Castas sobre la producción de Milpa. De hecho, en este último hay una frase muy significativa que reza que “continuar con la milpa, aunque se tenga un título universitario, es de gran valor para muchos jóvenes” (Yoochel Kaaj, s.f.).

Oraciones como esta son muy frecuentes a lo largo de la revista y recuerdan la intención de que la web sea un lugar en el que recopilar saberes y fomentar su uso en las nuevas generaciones. Gran parte de los cursos están dirigidos a jóvenes de zonas mayoritariamente rurales, como es el caso del trabajo *Arte sonoro y experimentación maya* u otros de radio. Los trabajos innovadores gozan de un gran valor artístico, sobre todo si se tiene en cuenta que parten de unos materiales austeros. En el ámbito de los cortos de ficción, encontramos que están protagonizados por niños y adolescentes, como son *La Fuga*, *Jasaoöl x kamp'éeł jool* y *El negro del pozo*.

Esto nos lleva a dos puntos importantes: el uso del maya yucateco en las producciones y la representación de cuentos y mitos tradicionales en formato de video de ficción.

En los dos casos citados en el párrafo anterior, junto con todas las recetas, la historia se cuenta en la lengua regional con subtítulos en español, “lo que los hace accesibles a miembros de la comunidad, y a la vez recalca la importancia del uso de la lengua para los jóvenes, quienes están más expuestos a perderla” (Córdova, 2011, p. 103). Es más, en la web de Turix explican que la mayoría de los trabajos están en maya yucateco por ser el “idioma natal de los integrantes más activos del Colectivo” (Yoochel Kaaj, s.f.).

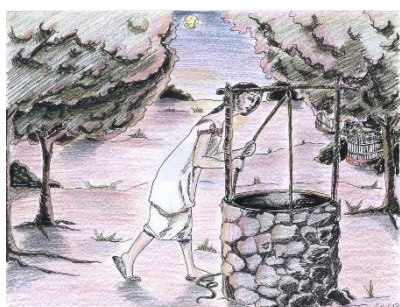


Ilustración de Aimé López. Web: Turix

En cuanto a la reproducción de mitos, la gran mayoría de ellos están en maya yucateco, mientras que otros como *La x-táabay* o [El negro del pozo](#) están tanto en el idioma natal como en castellano. Este segundo habla de una tradición que advierte del peligro de estar cerca de un pozo a ciertas horas del día. La importancia de estos relatos radica en que gran parte de estas historias se transmitían por tradición oral, por lo que al quedar en un soporte físico/virtual se garantiza su preservación y difusión fuera de los límites de las comunidades.

Otros ejemplos son el caso de [Las canciones de mi abuelita](#), en el que una niña graba a su abuela cantando unos versos que aprendió en la escuela, o las secciones de cuentos y Maya . En esta segunda se recogen diversos refranes, como el que dice que “si siembras una mata de chile en cada esquina de tu terreno, no podrán pasar los *j-wáayes*” (Yoochel Kaaj, s.f.), y costumbres, como la entrevista a un médico tradicional.

Por último, resulta esencial poner en relieve la sección de música y un par de documentales:

En la revista hay varios videos promoviendo las creaciones musicales de varios artistas mayas locales, tanto en música tradicional como en rap, reggaeton y reggae. ¿Qué tiene esto de interesante? Hace un par de páginas afirmábamos que uno de los riesgos del turismo de masas es el peligro de crear la imagen de que estas comunidades están “extintas”. Entonces, la difusión de este tipo de contenidos, tan pegados al presente y a las nuevas generaciones, es la reafirmación de que se trata de una cultura y pueblo contemporáneos, afincados en el presente y que utilizan estos géneros como una forma de expresarse.

En lo que respecta a los documentales, hay varios ejemplos de autores que crearon cortos hablando del contexto social en el que viven dichas comunidades. [\*¿A dónde va tu basura?\*](#) explica los problemas del vertedero municipal y *Los migrantes de Oxcutzcab* habla de los migrantes yucatecos en dicho territorio. Además, resultan interesantes las secciones de noticias y blogs, en las que se reivindican la actualidad y la necesidad de mantener viva la cultura, tradiciones y el idioma.

Desgraciadamente, la circulación de estos contenidos suele ser bastante limitada, especialmente fuera de las comunidades involucradas, y sigue sin entrar en las agendas de los medios masivos más allá de su participación en los circuitos de festivales de temática social. Además, se trata de proyectos en su mayoría autofinanciados o con poca e inestable financiación, de forma que la mayoría tuvieron su momento de apogeo la primera y segunda década de los 2000. El caso de Turix no es una excepción, ya que las últimas entradas datan de 2019.

### **Conclusión**

Dicho todo esto, volvamos al mantra del comienzo de este ensayo: todo colectivo debe ser dueño de su propio discurso. Vivimos en un mundo cada vez más globalizado en el que las grandes potencias, entendiéndolas tanto como gobiernos como empresas, emiten mensajes constantemente en aras de hacer llegar sus ideas al resto del mundo, particularmente en zonas en vías de desarrollo económico. Estos mensajes, cuando tratan sobre pueblos minorizados, no suelen concordar con su realidad.

Ante la búsqueda de vías de manifestar su voz, las gentes del Mayab, al igual que el resto del continente, encontraron en el video una “poderosa herramienta para difundir la situación de los pueblos indígenas a escala local y global, así como un medio de expresión creativo y de continuidad cultural” (Córdova, 2011, p. 102). Ante el riesgo de la pérdida de la cultura, las producciones audiovisuales han supuesto una plasmación física de saberes orales, cuentos, tradiciones, rituales y miles de expresiones de un patrimonio tan rico como el de la cultura Maya.

Pero para no caer en el tópico de dar por muerta a una civilización que ocupa gran parte de Mesoamérica y la conservación de saberes es necesario manifestar que estas comunidades son contemporáneas y, por ello, utilizan estos medios comunitarios para interactuar, manifestar, reivindicar y seguir construyendo su identidad. Ya sea a través

de música, experimentación artística o la defensa de sus derechos, el cine es una de las formas más eficaces de hacer llegar *su* discurso al resto del mundo.

## Bibliografía y Referencias

- Coordinadora Latinoamericana de Cine y Comunicación de los Pueblos Indígenas. (2014). [Coordinadora Latinoamericana de Cine y Comunicación de los Pueblos Indígenas \(clacpi.org\)](http://clacpi.org)
- Córdova, A. (2011). Estéticas enraizadas: aproximaciones al video indígena. *Comunicación y Medios*, (24), 81-107.
- Dorfman, A., & Mattelart, A. (1972). *Para leer el Pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo*. Coyoacán: Siglo XXI.
- Mercado Maldonado, A., & Hernández Oliva, A. V. (2010). El proceso de construcción de la identidad . *Convergencia*, (53), 229-251.
- Muñoz, L. (2021). Voces indígenas en el cine, Parte I: Indigenidad. *Palabras Propias*. [Voces indígenas en el cine, Parte I: Indigenidad – Palabras propias \(ku.edu\)](http://ku.edu)
- Papanicolaou, A. E. (2012). Authenticity and Commodification: The Selling of Mayan Culture in Mexico's Mayan Riviera. En P. M. Burns, *Controversies in Tourism*, (p. 41-51). Oxford: CABI.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1980). *Un Solo mundo, voces multiples: comunicación e información en nuestro tiempo*. París: UNESCO. [Un Solo mundo, voces multiples: comunicación e información en nuestro tiempo - UNESCO Biblioteca Digital](http://unesco.org)
- Orwell, G. (1949) 1984. Debolsillo.
- Yoochel Kaaj. (s.f.). *Yoochel Kaaj I Arte en medios*. [televisión turix – desde el sureste mexicano \(yoochel.org\)](http://yoochel.org)