

Autenticidad, exotismo y el buen salvaje en la Misión Nuevas Tribus

*Juan Miguel Fabbri Zeballos**

La Misión Nuevas Tribus (MNT) es un grupo transnacional de misioneros cristianos evangélicos que se propone la evangelización y contacto con naciones indígenas en situación de aislamiento en América, Asia y África, además, es un grupo vinculado con los procesos de evangelización en poblaciones indígenas dentro del territorio boliviano desde mediados del siglo XX. El presente ensayo propone como caso de estudio el video titulado: "WAYUMI – Your adventure into tribal missions // New Tribes Mission" producido por la MNT (2009). Este audiovisual circula y habita en el ciberespacio en diferentes plataformas virtuales como: Vimeo, Facebook, YouTube y GodTube. El presente artículo utiliza dicho video para abordar el problema de las políticas de representación de los pueblos indígenas en situación de aislamiento, o llamados por los misioneros como "etnias no alcanzadas", en internet. Metodológicamente se basa en el análisis del discurso visual y del análisis semiótico utilizando el video como detonador de interpretaciones. La investigación aborda discusiones conceptuales sobre: autenticidad, exotismo, buen salvaje y colonialismo reactualizando, de esta manera, debates clásicos de la disciplina antropológica.

Palabras clave: *Antropología Visual, Autenticidad, Exotismo, Buen Salvaje*

Authenticity, Exoticism and the Noble Savage through the Visual Evangelization Campaign of the New Tribes Mission

New Tribes Mission is a transnational group of evangelical christian missionaries that have the main goal to evangelize and contact indigenous people isolated in América, Asia, and Africa. This is a international christian group that has been articulated with indigenous nations in Bolivia since the first half of the twentieth century. This essay is a case study of the video "Wayumi-Your adventure into tribal missions // New Tribes Mission" produced by New Tribes Mission (2009). The audiovisual is on the web since 2009 and has been circulating through different virtual platforms such as Vimeo, Facebook, YouTube and GodTube. The article problematizes indigenous peoples representation through the name that the missionaries give them such as "unreached ethnic groups". Methodologically, the paper focuses on visual discourse analysis and semiotic analysis. The research has conceptual classic debates such as authenticity, exotism, the noble savage and colonialism on the realm of the anthropological discipline.

Key words: *Visual anthropology, authenticity, exotism, the noble savage*

* Instituto de Investigaciones Antropológicas
y Arqueológicas - Universidad Mayor de San
Andrés.
E-mail : fabbrijuan@hotmail.com

Una periodista pregunta en Roma:
¿En su país todavía hay caníbales?
Jorge Luis Borges responde:
Ya no. Nos los comimos a todos¹.

El presente artículo toma como caso de estudio el video titulado “*Wayumi*” producido por la Misión Nuevas Tribus (MNT). La MNT –o su nombre en inglés: *New Tribes Mission*– es un grupo de misioneros y misioneras de ideología cristiana evangelista que promueve la evangelización de pueblos indígenas aislados. Este grupo se fundó en Florida (EE. UU.) en 1942. El mismo año realizaron su primer viaje misionero, que tuvo como destino al pueblo ayoreo en Bolivia. Su objetivo desde su fundación hasta la actualidad es cristianizar a todos los pueblos en situación de aislamiento voluntario, bajo su lema: “alcanzando a los no alcanzados”.

Actualmente el grupo misionero trabaja en América Latina. Son más de 66 pueblos indígenas en aislamiento o de reciente contacto los “receptores” de sus misioneros, en países como Bolivia, Brasil, Colombia, Paraguay, Venezuela, Panamá y México. Sólo a manera de ejemplo, la MNT en Bolivia se propuso evangelizar a los pueblos indígenas Ayoreo, Yuquí, Ese Ejja, Yuracaré, Tsimane y Guaraní, naciones indígenas ubicadas en la región del Chaco y la Amazonía, todas estas poblaciones indígenas fueron atravesadas por la agenda misionera y evangelizadora. Algunos otros pueblos intervenidos en la región son Aché, Angaité, Baniwa, Buglere, Cora, Culina, Emberá, Gaviao, Guahibo, Guanano, Guarijío, Guaymí, Ka’apor, Kuna, Kuripako, Manjúi, Nahuatl, Naso, Nivacle, Tepehuan del Norte, Pacaas Novos, Pai Tavy Tera, Piapoco, Puinave, Pumé, Sanapana, Southern Tepehuan, Tarahumara, Tepehuan, Tarahumara del Oeste, Yanomami, etc. (Cabrera 2007; Teijeiro 2007; Misión Nuevas Tribus 2013).

La metodología de este artículo propone generar vínculos complementarios entre el análisis del discurso visual y el análisis se-

miótico. En los siguientes subtítulos desarrollo el análisis del video construyendo un marco analítico e interpretativo desde los debates de la Antropología Visual sobre el discurso visual tecnológico de la MNT. La interpretación del video fue delimitado a la representación visual, particularmente a la puesta en escena, o *mise en scène*, sobre la cual diferencié entre escenografía (locación) y personajes².

El video fue seleccionado en el sitio *web* oficial de la MNT³. Su contenido busca promocionar “*Wayumi*”, un campus en Pensilvania (EEUU) administrado por los misioneros y las misioneras. En una nota al pie del video menciona: “¿Quieres experimentar lo TRIBAL sin salir de los Estados Unidos? Tú puedes... en visitas de fin de semana o de una semana al campus WAYUMI en Pennsylvania”⁴. El video representa imágenes de la “experiencia tribal” que ofrece la MNT.

Wayumi se encuentra dentro las cuatro modalidades de viajes que ofrece la MNT en su sitio *web*. Las cuatro son: “Wayumi” (de 1 a 5 días), “Interface” (de 2 o 6 semanas), “Pasantía” (de 2 o 3 semanas), “Viajes de servicio” (de 2 o 4 semanas)⁵. Estas modalidades son presentadas para incentivar a que personas, parejas o grupos de personas se adhieran a la MNT. Wayumi es un espacio de formación para futuros misioneros(as), o visitantes que sean potenciales misioneros(as).

El título completo del video es: “WAYUMI – Your adventure into tribal missions // New Tribes Mission”. Tiene una duración de 4:07 minutos. Circula por la *web* en su canal de *YouTube* desde el 20 de agosto de 2009, y hasta junio de 2015 registra 11 350 visitas, 21 *likes* y 6 *dislikes*. Además de en su sitio *web* oficial, se encuentra publicado y circula en sus cuentas en *Facebook*, *GodTube* y *Vimeo*. En *Facebook*, publicado el 20 agosto de 2009, tiene 40 *likes*. En *GodTube*, publicado el 20 agosto de 2009, tiene 1 713 vistas. En *Vimeo* fue publicado el 29 de septiembre de 2009.

El director de comunicación del sitio web de la MNT menciona respecto a *Wayumi*:

“Wayumi es solo una experiencia de una semana o un fin de semana para mostrarle a la gente cómo es la vida en un lugar remoto y cómo funciona la MNT en ese entorno. Personas experimentadas, quienes han vivido en esas condiciones, contribuyen a la autenticidad y la enseñanza. Por supuesto, solo una parte de nuestro trabajo se encuentra en ese tipo de entornos. Pero es una gran aventura.” (Director de comunicación de la MNT, mensaje privado en *Facebook*, agosto de 2015. Trad. propia)

Paralelamente, el internet me permitió acceder a algunos usuarios de *Facebook* que participaron de *Wayumi*. Estos me brindaron comentarios sobre su experiencia en el lugar y a continuación copio dos fragmentos de chats:

Juan Fabbri: ¿Y quiero preguntarte si participaste en Wayumi? ¿y cómo fue tu experiencia? Muchas gracias, Juan.

Participante de Wayumi (mujer): ¡Sí fui a Wayumi! ¡Fue increíble! ¡Fue una experiencia muy divertida! ¡Recomiendo mucho a Wayumi!

Juan Fabbri: ¿Qué fue lo más sorprendente para ti?

Participante de Wayumi: ¡Realmente me abrió los ojos a las misiones!

Juan Fabbri: ¿Visitaste el pueblo de prueba? el video sobre Wayumi es increíble!

Participante de Wayumi: ¡Sí, es muy divertido!

Juan Fabbri: ¿Viste el desempeño de los pueblos tribales? ¿Cómo están?

Participante de Wayumi: ¡Es muy interesante! ¡Hacen un muy buen trabajo!” (Participante de Wayumi mujer, mensaje privado de *Facebook*, mayo de 2015. Trad. propia).

En otra conversación, en este caso con un participante de *Wayumi*, él me indico:

“La experiencia en Wayumi fue increíble. Creo que fue en 2010, y realmente me abrió los ojos a las misiones internaciona-

les. También hice algunos grandes amigos mientras estuve allí (...)

Sin entrar en demasiados detalles (¡definitivamente es algo que tienes que ver por ti mismo!) Wayumi es administrado por misioneros que han ido directamente a selvas similares y lugares remotos para compartir la palabra de Dios, y cuentan sus experiencias. Animar a las personas que vienen no solo a considerar las misiones internacionales, sino que también se enfoquen en ser misioneros donde actualmente vives. Esa fue una de las cosas principales que obtuve de mi experiencia, mantener una mentalidad misional a lo largo de la vida.” (Participante de Wayumi varón, mensaje privado de *Facebook*, julio de 2015. Trad. propia).

Las personas con las que pude conversar o intercambiar mensajes electrónicos fueron contactadas por medio de *Facebook*; varias me comentaron que *Wayumi* abrió sus ojos y que me recomendaban formar parte de los programas. Si bien nuestras conversaciones giraron en torno a su experiencia en el campus, sus comentarios constituyen un escenario propicio para contextualizar el análisis del video, que desarrollo en los próximos subtítulos.

La autenticidad en la historia de la antropología

En el video de Wayumi uno de los rasgos destacables es la utilización de elementos culturales indígenas. A partir de esto, reflexionaré sobre el concepto de autenticidad en la historia de la Antropología, con el fin que esto me permita construir un sistema de interpretación y comprender la transformación (o reinención) de discursos de exotismo y buen salvaje en la MNT.

La utilización, “apropiación” o “tráfico” de elementos culturales indígenas en la historia de la Antropología relacionó la disciplina con diferentes campos de producciones visuales. Son varios los autores que están pro-



Figura 1. a, b, y c: “Franz Boas demostrando la pose del bailarín Kwakiutl Hamatsa para los fabricantes de modelos en el Museo Nacional de los Estados Unidos, febrero de 1895” (Schneider en Banks and Ruby 2011: 112)

blematizando los vínculos, por ejemplo, entre la Antropología y la Fotografía (Edwards 1992, 2011a, 2011b, 2012; Edwards y Hart 2004; Pinney 2011), entre la Antropología y el Cine, o entre la Antropología y el Arte (Schneider y Wright 2005 [2010]; Schneider 2011, 2013; Andrade 2007). Dependiendo de los diferentes campos de estudio, los autores y las autoras interpretaron este espacio de encuentro como “relaciones ilícitas”, “enredos” o cruces.

Pinney (2011) plantea que en la confluencia histórica entre Antropología y Fotografía se articuló una matriz compleja entre autoridad, deseo y poder. Por su lado, Edwards argumentó que uno de los elementos importantes de análisis sobre el poder, la autoridad y el deseo en la Antropología puede ser leído en las maneras en que la disciplina representó a los pueblos indígenas. En la historia de la Antropología se presentan varios momentos en que se usaron elementos indígenas. A modo de ejemplificar estas formas de representación, tomo dos casos históricos: el primero de Franz Boas y el segundo de Alfred Kroeber y su esposa Theodora Kroeber.

Franz Boas nos presenta un caso sobresaliente cuando, a manera de performance, recreaba rituales indígenas que conocía durante su trabajo de campo (Fig. 1a, 1b y 1c). Boas no sólo produce una pose, sino él “posa” para compartir sus datos. Boas utiliza la fotografía, la pose y los elementos culturales indígenas con el fin de demostrar la forma exacta de la ceremonia Hamatsa o Hamat’sa para que los escultores del Museo Americano de Historia Natural produzcan representaciones “científicas” sobre las prácticas indígenas (Schneider 2011: 113; Edwards 2011b: 167). En este sentido la pose y los elementos indígenas utilizados por Boas eran reconocidos por el Museo como “científicos”, lo que considero que también fueron considerados como auténticos. Boas construyó su credibilidad a través de su autoridad como etnógrafo o antropólogo.

Por otra parte, la representación de los pueblos indígenas por parte de la Antropología es constitutiva de la historia de dicha disciplina. Para el historiador y antropólogo James Clifford, la representación de los pueblos indígenas por medio de etnografías es el principio de la “autoridad etnográfica” (Clifford 2001[1988]: 43). En base a diarios de campo, notas, conversatorios y una extensa documentación, los antropólogos y las antropólogas acostumbraron a recoger información para hablar sobre los pueblos indígenas. Asimismo, Gabriela Vargas-Cetina explica cómo funciona este modo de representación en la práctica:

“Representar a otras personas en el momento implicaba al menos cuatro tipos diferentes de actividades: (1) documentación, para los archivos privados del antropólogo; (2) describir en artículos y libros, para un público mayor; (3) exhibir/exponer; y (4) hablar por ellos en foros públicos. (...) Ishi y Nisa son recordatorios constantes de los poderes y los peligros de la representación antropológica (T. Kroeber 1961; K. Kroeber and Kroeber 2003; Shostak 1981).” (Vargas-Cetina 2013, 11. Trad. propia).

La historia de la Antropología es más compleja aún. El caso de Boas es uno entre muchos antropólogos y antropólogas que hicieron uso de elementos culturales indígenas ya sea para museos o para presentar sus propias investigaciones.

Otro caso al que quiero hacer referencia es el de Ishi que se encuentra vinculado a los esposos Kroeber y al Museo de Antropología de California. Este caso emblemático y controversial consiste en que Theodora y Alfred Kroeber hicieron de este último indígena “yahi” su informante clave, capturado por el sheriff local (alguacil) como el único sobreviviente tras la invasión y masacre de su pueblo. La representación de los Yahi producida por el matrimonio Kroeber no era de objetos sino era del propio sujeto llamado *Ishi*, quien fue exhibido y fotografiado (Fig. 2). *Ishi* era considerado un auténtico representante de

los Yahi, asimismo los escritos sobre los Yahi e Ishi por parte de Alfred y Theodora Kroeber fueron considerados como auténticos.

En el marco de la propuesta de la invención de las tradiciones de Hobsbawm (1983 [2002]), la estudiosa canadiense Kirshenblatt-Gimblett nos propone desplazar la discusión de la autenticidad o de qué es lo auténtico, hacia la autenticación (Kirshenblatt-Gimblett 1987: 62). Su argumento es que el establecimiento o la búsqueda por establecer algo como auténtico es otro ejercicio de poder por parte de quienes tienen el poder de producir la representación.

En este sentido, Kirshenblatt-Gimblett propone que el hecho que algo sea considerado como auténtico responde a un proceso social. Los elementos culturales indígenas

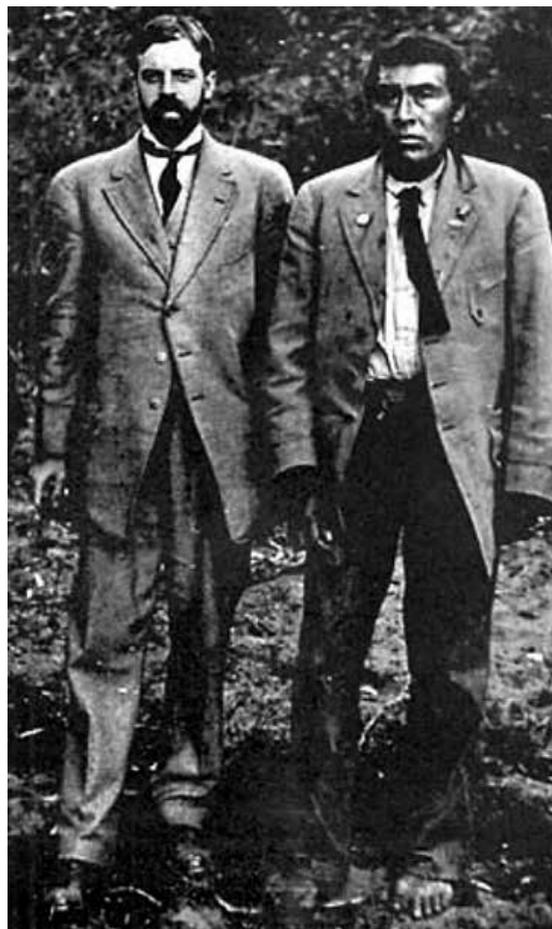


Figura 2. Alfred Kroeber e Ishi posan frente a una cámara en 1911.

usados por varios antropólogos y antropólogas responden al poder de la Antropología, que en parte está sostenido en el trabajo de campo etnográfico. Este desplazamiento de lo auténtico a la autenticación me permite pensar del poder que se halla detrás del uso de elementos indígenas en la representación.

Negación de la coetaneidad: “pretty typical village”

Considero que el problema del poder en la “autenticidad” de los elementos indígenas puede ser complementado con la negación de la coetaneidad en las representaciones de indígenas propuesto por el antropólogo polaco Fabian. En referencia a la representación antropológica, Johanés Fabian comenta: “Hemos visto en detalle cómo la Antropología ha podido mantener la distancia, más que nada manipulando la coexistencia temporal a través de la negación de la coetaneidad” (Fabian 1983: 121. Trad. propia).

Si volvemos a nuestro caso de estudio, el video de *Wayumi* nos presenta una “caverna” como locación principal. Ésta es una reconstrucción “auténtica” donde “habitan” los “no alcanzados”. Esta edificación fue elaborada en un campus de los misioneros en Pensilvania (EEUU) para representar los territorios de los “no alcanzados”, a estos sujetos que la MNT contacta y evangeliza. Las imágenes registran cuidadosamente un espacio interior (Fig. 3 y 4) y paralelamente el audio narra:

“Wayumi es un pueblo muy típico. En realidad, es como uno de los muchos pueblos que están en todo el mundo. Está lleno de vistas y sonidos que no son familiares y son diferentes a los que yo estoy acostumbrado. La verdad es que realmente este lugar me ha forzado a redefinir lo que es “normal”. (Transcripción de audio. Trad. propia).

En el audio transcrito, identifico que la MNT recurre a la frase “típica aldea bonita” (en inglés “pretty typical village”), acompañado de las imágenes que la muestran. De esta forma, el video presenta al territorio de los “no alcanzados” como una típica aldea, pero este lugar resulta inmutable, imposibilitada de experimentar transformaciones, es un lugar atemporal. Como sugiere Fabian, es esta manera de representar y anunciar los territorios de los “no alcanzados”, la que anula la coetaneidad de las naciones indígenas y niega sus cambios históricos, políticos y culturales.

Asimismo la MNT, al decir “se parece mucho a aldeas de todo el mundo” mientras vemos la típica aldea (“typical village”), logra el aplanamiento de la diversidad étnica en el mundo. A su vez, este aplanamiento está muy vinculado con las formas de imaginar la otredad, como ha observado Alvarado y Giordano:

“Las maneras en que se ha definido la ‘otredad’ visual de estos grupos están sometidas a ciertos mecanismos de construcción e interpretación de identidades y etnicidades,



Figura 3. Escenografía de *Wayumi* Fuente: Pantallazo del video de *Wayumi* en <https://usa.ntm.org/mission-trips/wayumi>. Septiembre de 2015.



Figura 4. Escenografía con hamaca en *Wayumi* Fuente: Foto de pantalla al video de *Wayumi*. Realizada en septiembre de 2015.

y de transmisión de imaginarios premoldeados en donde se manifiestan características visuales específicas para organizar la diferencia y, por lo tanto, diversas formas de ‘imaginarizarlas’ ” (Alvarado y Giordano en Carreño 2012: 96).

La representación y la forma de anunciar el espacio de los “no alcanzados” en *Wayumi*, considero una “idealización” sobre el Otro. Y considero esta forma de construir la representación un rasgo característico del discurso colonial, en que se niega la agencia de los sujetos representados y su contemporaneidad. Durante todo el video interpreto la construcción de la distancia entre el tiempo de los visitantes a *Wayumi* y los “no alcanzados”. Un momento clave para analizar es cuando los productores presentan en su escenografía o simulacro del “typical village” por dentro como una choza de madera, hamacas, fogata y luz tenue, en tanto que el exterior es una edificación de cemento en el campus en Pensilvania (Figuras 3 y 4). En su discurso, hay una intención de mostrar binariamente el territorio de los “no alcanzados” opuesto a la totalidad del campus de *Wayumi*.

El pensamiento binario que construye la MNT, en que los misioneros se presentan en oposición a los “no alcanzados”, es parte de su discurso. El lugar del “no alcanzado” es construido en oposición al lugar de la MNT y, de esta manera, los productores del discurso anulan la coetaneidad del Otro e inscriben a través de la escenografía “aquellos” espacios y tiempos por fuera de la modernidad. En este contexto, la utilización de cultura material (hamaca, fogata, arte indígena, amuletos) de las poblaciones indígenas es una manera de cifrar lo “no moderno”.

Retomamos la conceptualización de exotismo del escritor mexicano Weisz donde “El sujeto exótico se ubica en un lugar misterioso y remoto. Desde esta perspectiva, las culturas industrializadas crean su propia ficción de otredad” (Weisz 2007: 17). Entonces, podemos pensar que en *Wayumi* se presenta una construcción que responde a la elaboración

de un espacio exótico. En *Wayumi*, la otredad es imaginada y creada. Los productores representan a los “no alcanzados” y acuden a los estereotipos de la diferencia, omitiendo la posibilidad de autorepresentarse por parte de los pueblos indígenas.

Fabian desarrolla la idea que la representación como praxis tiene consecuencias: “El principal problema con esto no será principalmente la reproducción precisa de las realidades sino, ¿cómo lo llamaremos? -repetición, recreación” (Fabian 1990: 756. Trad. propia). En nuestro estudio de caso, nos enfrentamos a una recreación de la no coetaneidad. El “convincingness”, retórica o lógica al que se refiere Fabian, es lo que permite entender la escenografía presentada como un acto de recreación cuidada, es decir, una puesta en escena que tiene el control de la situación, el cual construye desde el poder, un escenario exótico donde el espacio del Otro es un simulacro.

La invención del territorio del buen salvaje en *Wayumi*

Reflexionando las propuestas de Rousseau, Defoe y Montaigne en el apartado previo, considero que el buen salvaje es aquel punto de vista o discurso que considera a los indígenas “buenos” por naturaleza o por estar más cercana a la naturaleza. El “buen salvaje” sería aquel indígena dócil al mensaje o a las prácticas occidentales. Es aquella percepción que considera al indígena como alguien que acepta el mensaje foráneo sin generar resistencia o tensiones al poder.

En el video de *Wayumi*, una locación que destaca es la “village” (aldea), la cual está representada bajo una estética sombría. Podemos apreciar en la penumbra las paredes hechas de madera, semejante a una caverna, y varios elementos culturales que representan al “no alcanzado”: máscaras, amuletos, pinturas indígenas o costillas de animales. Todos estos elementos u objetos culturales, algunos de ellos simbólicos, son

filmados en primeros planos. Hay momentos en el video en que incluso se usan efectos especiales como humo sobre el arte indígena (Fig. 6a y 6b). El lugar que presentan es misterioso, lo que me hace recordar el comentario de Weisz “[e]l sujeto exótico se ubica en lugar misterioso y remoto” (2007: 17). En esta línea, considero que en la “village” del video de *Wayumi* confluyen los discursos del buen salvaje y del sujeto exótico.

La “typical village” en *Wayumi* es el lugar donde habita el buen salvaje. Este espacio está construido e inventado a partir de estereotipos, en que los objetos de cultura material son centrales para su representación. Para Hall, “[e]l estereotipo reduce la gente a unas cuantas características simples, esenciales que son representadas como fijas por parte de la Naturaleza” (Hall 2010, 429). Es así que la representación en base a estereotipos evidencia una relación desigual de poder en que es el grupo dominante el que representa e inventa al Otro, reduciéndolo a “simples” elementos que, en este caso, son las máscaras, los amuletos, las hamacas, la fogata, las vasijas de cerámica, etc. *Wayumi* estereotipa los lugares donde habitan los “no alcanzados”.

Gustavo Malo, en la introducción al texto de *El espectáculo del otro* de Stuart Hall, se centra en esta noción de estereotipo:

“Hall define al estereotipo como una práctica representacional que esencializa y naturaliza la diferencia, fija una serie de características específicas a los individuos que lo definen. El estereotipo, por ser una práctica representacional de la diferencia, divide lo que es normal de lo anormal, lo que se acepta de lo que se rechaza, marca la diferencia en base a la inferioridad, por eso esta práctica sólo surge donde hay situaciones desiguales de poder y se construye desde los grupos dominantes, porque son ellos quienes tienen acceso a los diferentes medios para legitimizarlo” (Malo en Hall 2002: IV).

Wayumi, en una información textual con fines promocionales, plantea: “El hecho es

que este lugar realmente me ha obligado a redefinir lo que es ‘normal’”⁶ (*Wayumi*. Trad. propia). La relación entre la “bonita típica aldea” (“pretty typical village”) y el redefinir qué es normal (“redefine what ‘normal’ is”) nos propone la construcción binaria del discurso de la MNT. Ellos diferenciarían entre lo normal y lo anormal, lo típico y lo atípico, nosotros y los otros. Lo “normal”, para Foucault, es opuesto al “ilegalismo”, al delincuente, y “surge llevando en sí como un fragmento salvaje de naturaleza; aparece como el malvado, el monstruo, el loco quizá, el enfermo y pronto el ‘anormal’” (Foucault 2002 [1975]: 106). Siguiendo esta línea, la construcción de *Wayumi* es, ante las necesidades de los productores, una reconstrucción de lo anormal bajo sus “propias necesidades”. Por lo dicho, el lugar representado en *Wayumi* se convierte en el territorio “anormal”.

Foucault nos plantea que existe todo un aparato de poder que se ejerce frente a lo anormal: “La división constante de lo normal y de lo anormal, a que todo individuo está sometido, prolonga hasta nosotros y aplicándolos a otros objetos distintos, la marcación binaria y el exilio del leproso; la existencia de todo un conjunto de técnicas y de instituciones que se atribuyen como tarea medir, controlar y corregir a los anormales, hace funcionar los dispositivos disciplinarios a que apelaba el miedo de la peste. Todos los mecanismos de poder que, todavía en la actualidad, se disponen en torno de lo anormal, para marcarlo, como para modificarlo” (Foucault 2002 [1975]: 203).

La representación del “no alcanzado” es la construcción del Otro, indígena, disciplinado, quien es la representación del “buen salvaje”. Siguiendo a Muratorio (1994), la representación del Otro nos habla de los productores (imagineros) más que de los indígenas. Por esto, la producción de otredad, de anormalidad, que busca los productores de *Wayumi* para sus visitantes, se halla atravesada de sus propias necesidades como productores. Por lo tanto, en *Wayumi* encuentro el

“invento” de los misioneros del buen salvaje totalmente disciplinado.

La “típica aldea” (“typical village”) o la escenificación del video de *Wayumi*, es la invención del territorio del buen salvaje. A través de elementos estereotipados señala el territorio de los “no alcanzados”, a la vez que construye este espacio como un espacio que representa los lugares lejanos. Nuevamente recorro a Weisz: “Segalen describirá lo exótico como algo lejano en el espacio” (Weisz 2007: 21). La MNT utiliza su poder de producción de imágenes para inventar la otredad. Para el discurso de la MNT, el territorio de los “no alcanzados” es dócil, estereotipado, aplanar las diferencias culturales y es misterioso, en otras palabras, es el espacio del buen salvaje.

Pasemos ahora del territorio a la representación del buen salvaje en el video de *Wayumi*. Es mi impresión que el discurso del buen salvaje se materializa durante el video en la representación de los indígenas “no alcanzados”. Estos personajes aparecen en las partes en que se aplica una estética de video documental sobre lo que sucede en el campus en Pensilvania. Estos personajes nunca se presentan fuera de la aldea o “village” (que en el presente estudio se analizó como escenografía); todo su performance lo desarrolla en el interior de este espacio, son los habitantes de este territorio.

Estos personajes indígenas son blancos realizando la performance de indígenas, están aparentemente desnudos, con collares en



Figura 5. Fragmentos del video de *Wayumi*; en detalle un “indígena” afilando madera. Fuente: Recuperado de <https://usa.ntm.org/mission-trips/wayumi> en septiembre de 2015.

su pecho. Sus prácticas se reducen a hablar en su idioma nativo, afilar una madera, cuidar la fogata, estar sentados en las hamacas y sobre todo ser observados por los visitantes a *Wayumi*.

A mi parecer, estos indígenas representados pueden ser interpretados como la invención del indígena buen salvaje. En primer lugar, son una invención de la MNT, al permitir las visitas en su territorio e incluso que los visitantes convivan en la intimidad de su hogar, omitir el conflicto en la “zona de contacto” (Pratt 2010). En segundo lugar, no presentan resistencia ni disgustos ante la presencia de los misioneros en sus hogares; son complacientes ante los visitantes y mantienen una posición de sujetos para ser observados.

Amuletos, máscaras y la neo-extirpación de idolatrías

En los dos puntos anteriores, abordé la típica aldea (“typical village”) de manera general. Ahora voy a profundizar con mayor detalle en un tipo de elementos que compo-

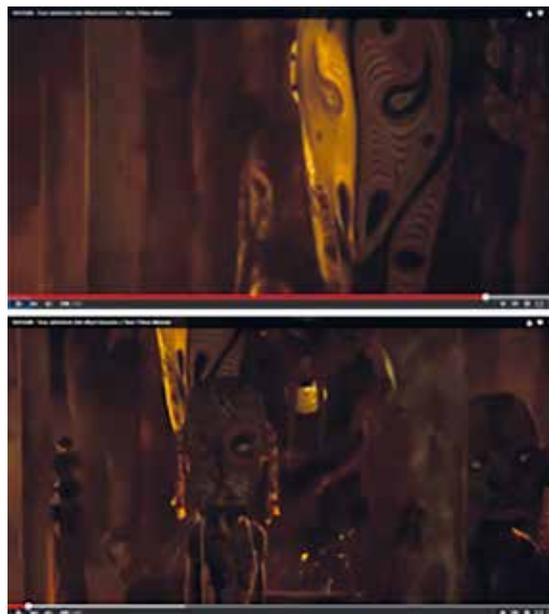


Figura 6. a y b: Fragmento del video de *Wayumi*. En detalle la cultura material “indígena”. Fuente: Recuperado en <https://usa.ntm.org/mission-trips/wayumi>. En septiembre de 2015.

nen este espacio. Como argumenté anteriormente, considero que *Wayumi* representa el territorio del buen salvaje y que, para lograr esta representación, la MNT hace uso de la cultura material de varias naciones indígenas. Entre todos los objetos que utiliza en esta escenografía, quiero destacar el uso de objetos culturales que son simbólicos e incluso algunos los puedo vincular con religiones indígenas. Debo aclarar que hay otros objetos en el video que son de la cultura material cotidiana, como las hamacas, vasijas, asientos, entre otros, los cuales no serán tomados en cuenta en este análisis. A continuación, a modo de ejemplificar, presento dos capturas de pantalla donde se muestran con claridad estos objetos: en la figura 6a vemos pequeños objetos antropomorfos de color negro y en la figura 6b vemos una máscara blanca zoomorfa.

En el video, podemos apreciar la prioridad de grabar a estos objetos exóticos. El uso de este tipo de objetos no es algo nuevo en la historia. Por ejemplo, para Weisz, los objetos exóticos cobran “valor” en el siglo XVI con el descubrimiento de América y un emergente coleccionismo en los llamados “gabinetes de curiosidades”, pero será a finales del siglo XIX que habrá un sentimiento nostálgico por regresar a la naturaleza y al “primitivismo”. Un representante de este movimiento es Gauguin. Por otro lado, durante el siglo XX, los surrealistas fueron importantes coleccionistas de este tipo de objetos (2007: 139-143). Es decir, estos objetos enmarcan la discusión en la construcción del otro exótico o del sujeto exótico. James Clifford nos propone la presencia de vínculos entre el surrealismo, el coleccionismo de objetos exóticos y la etnografía francesa (Clifford 2001 [1988]: 149-186).

Paralelamente al discurso del sujeto exótico, se activa el discurso del buen salvaje. Recordemos que el objetivo de los misioneros es evangelizar a la mayor cantidad de pueblos “no alcanzados”. Como ya vimos en el punto (somos), una de sus premisas es: “De los 6.500 grupos étnicos del mun-

do, 2.500 aún no han sido alcanzados. New Tribes Mission asiste a las iglesias locales en la capacitación, coordinación y envío de misioneros a estas etnias tribales” (<http://espanol.ntm.org/creemos> recuperado en agosto de 2015). Esta agenda misionera, que tiene más de 60 años en ejecución, adoptó nuevas formas y consolidó otras. Una muestra del establecimiento de su práctica es la enunciación pública de su método misionero, el cual lo circulan a través de su portal web:

“Método

Ministramos a etnias no alcanzadas:

En 2.500 de las 6.500 etnias del mundo, no hay ninguna iglesia local, ni está en pie ningún trabajo para lograr su establecimiento. New Tribes Mission trabaja entre estas personas.

Trabajamos en la lengua autóctona de la etnia y en términos de su cultura:

Las culturas e idiomas de estas etnias les han aislado del evangelio. El misionero debe aprender su lengua y comprender su cultura para presentar claramente el evangelio y plantar iglesias de manera eficaz.

Presentamos enseñanza bíblica fundamental:

Los pueblos no alcanzados no tienen ningún concepto del Dios de la Biblia, por tanto la enseñanza bíblica parte del mismo punto que comenzó Dios con su pueblo escogido: “en el principio”. La enseñanza bíblica cronológica presenta cimientos firmes para comprender el sentido de la muerte y resurrección de Jesús.

Establecemos iglesias maduras:

Siguiendo del modelo de Hechos donde vemos a los seguidores de Jesús llevando a cabo la Gran Comisión, los misioneros trabajan para establecer iglesias maduras capacitadas para desempeñar su cargo como **agentes de transformación** en sus propias comunidades y compañeros en el cumplimiento de la Gran Comisión.” (<http://espanol.ntm.org/somos>. Recuperado en julio de 2015)

Para Josef Estermann (2014), hay distintas maneras en que las religiones cristianas en la historia se relacionaron con las religiones autóctonas (indígenas)⁷. Sin embargo, este autor pone énfasis en cómo las iglesias neo-pentecostales de origen norteamericano, durante el siglo XX, buscan la “negación total de la religión y espiritualidad autóctonas” (Estermann 2014: 20).

“... la estrategia de la ‘negación total’ no es un asunto del pasado oscuro. Hoy en día, iglesias evangélicas neo-pentecostales y de vertiente fundamentalista intentan recuperar lo que la iglesia católica en el siglo XVII no había podido hacer. Sobre todo en el área rural con un predominio de una religiosidad sincrética y autóctona, se lleva a cabo, con el liderazgo de iglesias evangélicas de EEUU, una verdadera reedición de las ‘campañas de extirpación de idolatrías’”. (Estermann 2014: 24).

En este contexto, podemos suponer que, para la MNT el indígena es aquel Otro al cual hay que evangelizarlo, dominarlo y disciplinarlo. La ideología de la MNT niega las religiones o espiritualidades locales. Paradójicamente, su discurso visual tecnológico utiliza elementos culturales indígenas.

En la práctica de usar estos elementos indígenas, considero que se presenta un “deseo” por el Otro. La paradoja se manifiesta entre su discurso de “extirpación de idolatrías” y la importancia que le otorgan a los objetos indígenas en el video. Es importante darse cuenta que la cultura material usada en *Wayumi* sólo funciona como una forma únicamente decorativa; los objetos pierden todo su contenido simbólico cultural, es decir, encontramos el signo pero no el significado. Una máscara chamánica dentro *Wayumi* es sólo un objeto que adorna el espacio, pero que, a la vez, tiende a perder su carga cultural. En este sentido, me parece que el estereotipo funciona al eliminar su contenido cultural, simbólico y político para sólo convertirse en un elemento decorativo. Además, como podemos interpretar tras leer

su “método” misionero, ellos buscan la mejor manera de evangelizar.

Por tanto, propongo que, en el caso de *Wayumi*, nos enfrenta a una neoextirpación de idolatrías. Ya no se basa en la eliminación física de los elementos religiosos o espirituales indígenas. No hay más quemas de estos objetos, sino esta eliminación consistirá en su producción, apropiación y disciplinamiento; y su búsqueda final conllevaría a des-significar el símbolo. Puesto de otro modo, el discurso de la MNT se apropia de los elementos culturales indígenas, y al mismo tiempo elimina los sentidos endoculturales indígenas. La neoextirpación de idolatrías consistiría en la domesticación del signo indígena, manifiesto en su cultura material. Esta neoextirpación de idolatría tiene dos caras: a un lado, aparenta celebrar la diferencia cultural y, al otro lado, y simultáneamente, elimina la fuerza política, simbólica y religiosa de los objetos.

Toda la potencia significativa de los objetos culturales indígenas es controlada y transformada por un discurso misionero que lleva estos objetos al enfriamiento del símbolo y, con esto, la ahistoricidad y la apolítica. La descontextualización de los elementos indígenas no es más que una práctica neocolonial, en que los elementos no tienen ningún significado y son apropiados incluso para funcionar en su contra.

Es más. Los elementos indígenas en el video de *Wayumi*, cumplen un papel en contra de sus poblaciones: son los objetos que dan la espalda a sus culturas de origen. A esto llamo *signos traidores*. Estos signos atacan en contra de su religión de procedencia, quebrantando toda fidelidad o lealtad a sus orígenes. Evidentemente no son los signos *per se* los que traicionan sino el discurso del que ahora son parte (en tanto ahora son elementos de un discurso evangelizador).

El discurso visual tecnológico de la MNT se apropia de la cultura material de los pueblos indígenas y los exhibe en sus espacios virtuales. Hay una aparente celebración de la

diferencia. Pero simultáneamente esta diferencia es controlada, disciplinada y evangelizada. Es por esto, que estamos frente a un paradigma colonial, post multicultural, a lo que puedo enunciar como *neocolonialismo de traición*, en que las expresiones materiales de la diferencia cultural y religiosa son usadas por quienes detentan el poder contra la propia diferencia. Es decir, la cultura material indígena reafirma la posesión de la MNT sobre los “no alcanzados”.

Si trasladamos el discurso del buen salvaje al uso de los objetos indígenas, según el punto de vista de la MNT, considero que hay una domesticación, disciplinamiento de los objetos, es decir, la evangelización se concretó. Esto implica que la espiritualidad cambió y, por lo tanto, hay una resignificación de su materialidad.

El deseo por el Otro: Máscara negra

Pasemos ahora a considerar los personajes indígenas en el audiovisual. El video presenta a dos tipos de indígenas. Primero, presenta un indígena que es un componente narrativo creado para el video; no aparece como registro, sino como un personaje de la trama. Y segundo, presenta varios indígenas que son parte del registro del performance del lugar. Ambos tienen en común que están reconstruidos por la MNT. En el presente análisis me voy a detener en el primero.

Para este punto, la imagen de interés consiste en un personaje “indígena” que aparece en varias oportunidades durante el video; en un lenguaje metafórico nos da la bienvenida, nos acompaña y después nos despidió. Él aparece, en un primer momento a los 15 segundos, entre los objetos exóticos de rituales indígenas, sin ninguna referencia contextual. Aparece este personaje estético y es el primer indígena que presenta el filme. Posteriormente su imagen es parte del hilo conductor del video y finalmente cierra el producto audiovisual.

Descriptivamente, su cara y su torso están totalmente pintados de color negro. Lleva en la frente una especie de corona de conchas, a la altura de la nariz adorna su rostro una franja pintada de rojo, porta un arete nasal y otros en las orejas, tiene consigo una especie de gorro en la cabeza, y estos elementos hacen que este personaje lleve una estética étnica. Desconozco a qué cultura pertenece o representa, posiblemente es una imitación de algún pueblo indígena ubicado en el pacífico asiático. Sin embargo es difícil determinar con precisión puesto que el video no brinda ninguna referencia del lugar o cultura de origen.

Este personaje se destaca cuando, en los primeros segundos del video, los realizados muestran explícitamente que el indígena tiene los ojos verdes. Con esto la producción yuxtapone el uso de elementos indígenas y el cuerpo occidental blanco de quien los porta. En particular, hay una escena en que la producción resalta sus ojos verdes, mediante una toma en primer plano donde inicialmente observamos el rostro adornado del personaje pero con los ojos cerrados. En un segundo momento, el personaje abre sus ojos repentinamente y directo a la cámara, exaltando la yuxtaposición de la diferencia cultural. Sus rasgos son signos en la imagen que denotan una anatomía occidental. Es alguien que usa los elementos culturales indígenas, es decir, es un simulacro de indígena. (Fig. 7a, 7b, y 8).

Este personaje cobra relevancia en el video, porque acompaña los títulos principales de la grabación. Por ejemplo, el video presenta al inicio el título: “WAYUMI your adventure into tribal missions”, el cual, como vemos en las figuras 7a y 7b, es acompañado por el indígena quien aparece al lado de una escultura tribal blanca. De la misma manera, el crédito final del filme, que mencionará “New Tribes Mission presents WAYUMI”, tiene como fondo la imagen de este personaje o alguien muy parecido, quien en la penumbra apunta a la cámara con arco y flecha.

El historiador del arte Hans Belting explica en torno a máscaras que: “El rostro verdadero no es aquel que la máscara oculta, sino aquel que la máscara sólo puede generar cuando se la considera verdaderamente en el sentido de la intención social” (Belting 2007, 47). Esto nos ayuda a preguntarnos: ¿sí cuando vemos a este personaje observamos verdaderamente una máscara. Belting mencionará explícitamente que el cuerpo pintado funciona como una máscara. ¿Pero es una máscara lo que vemos cuando observamos a este personaje?

Recordemos que Fabián sostuvo que:

“Las representaciones (en plural) se considerarán como actos o secuencias de actos, en resumen, como performances. Las performances necesitan actores y audiencias, escritores y lectores. Por lo tanto, las representaciones deben extraer su convencimiento principalmente de la comunicación, la retórica y la persuasión, y solo secundariamente los ajustes sistémicos o las pruebas lógicas” (Fabián 1990: 756. Trad. propia).



Figura 7. a y b: Secuencia del video de *Wayumi*.
Fuente: Recuperado de <https://usa.ntm.org/mission-trips/wayumi> en septiembre de 2015

Desde mi punto de vista, se trata de una máscara compleja de interpretar, ya que los productores me parece que no buscan que el personaje (signo) cumpla el rol de indígena. Sino el “verdadero sentido de la intención social” es reconocer al blanco que se apropia de la cultura indígena. La máscara es el blanco que se adueña del performance y la estética indígena. Con este análisis, no estoy buscando la autenticidad o la esencia del ser de quien posee la máscara, sino reconociendo que la máscara es lo que vemos, la superficie y la intención social.

El indígena representado no corresponde al universo simbólico/cultural por donde el video circula. Es decir, esta máscara en el territorio indígena de origen, en el lugar y cultura donde fue creada, permite que los lectores decodifiquen y entiendan el “sentido de la intención social” y los significados. Pero fuera del contexto indígena, la máscara en el ciberespacio dentro el discurso de la MNT, pierde su sentido cultural original, lo que implica una resignificación de la imagen.

Considero importante que pensemos que los verdaderos espectadores del producto no son la población indígena; al contrario son internautas cuya lengua es el inglés (el video originalmente circula en inglés y no hay traducciones a otros idiomas) y que además visitan los espacios virtuales de la MNT. La máscara, en el sentido conceptual de Belting, no es únicamente propiedad de los pueblos indígenas, sino también es un con-



Figura 8. Detalle del rostro “indígena”. Fuente:
Recuperado de <https://usa.ntm.org/mission-trips/wayumi> en septiembre de 2015

cepto que nos puede servir para leer la sociedad occidental. Sobre esto, reflexiono que los productores de la MNT elaboraron esta máscara para un público occidental que desconoce (o desconocemos) el sentido social de su cultura de origen. Pero, dentro la cultura occidental, lo que sucede es que la máscara es re-interpretada en otros sentidos, en otra "intención social". Para mí, la máscara en el video de *Wayumi* está activa y representa al sujeto exótico, a la diferencia, el Otro, el "no alcanzado".

Es por esto que identifico como la parte intencional de la máscara los ojos verdes y el porte occidental del personaje, que son visibles explícitamente en el video. De esta manera, la máscara nos permite interpretar a este personaje como un blanco que se apropia de los signos del Otro. Es por esto, que las interpretaciones de esta máscara giran en torno al poder del blanco de vestirse como un indígena, sin dejar de ser el blanco. Es así que se logra el asesinato de la diferencia cultural con los propios elementos de la diferencia. En este punto retomo el concepto de "neocolonialismo de traición", en que los signos indígenas son extraídos, apropiados, vaciados de contenidos, descontextualizada y finalmente exhibidos por la MNT en sus espacios *on-line*.

Si consideramos que "[l]a máscara es un *pars pro toto* de la transformación de nuestro cuerpo en imagen" (Belting 2007: 44), lo que logra es mostrar el poder sobre los "no alcanzados" que tienen los misioneros, no sólo de llegar a sus territorios y evangelizarlos, sino también de apropiarse de su imagen (de sus máscaras), vaciarlas de contenido, producirlas y exhibirlas para sus espectadores virtuales. Este ejercicio de poder se encuentra vinculado al conocimiento que se otorga la MNT sobre los pueblos indígenas y su representación como institución de haber evangelizado territorios indígenas, haber "estado allí", pero también por su ideología de superioridad sobre los "no alcanzados".

Conclusión

Tras el abordaje realizado, concluyo primero que la MNT, dentro sus políticas de representación hacia los "no alcanzados", realiza la reactualización de los discurso de construcción del sujeto exótico, usando la cultura material como un aporte clave en construir al otro exótico. Un segundo aspecto es que, en esta reactualización de los discursos del buen salvaje, el "no alcanzado" es inventado como alguien que está dispuesto a ser evangelizado y disciplinado. Y un tercer y último aspecto, es la construcción de un neocolonialismo de traición donde el Otro es desposeído de su cultura, sus elementos culturales extraídos, apropiados, vaciados de contenidos, descontextualizada y finalmente exhibidos por la MNT en sus espacios *on-line*.

Referencias bibliográficas

- Belting, H.
2007 *Antropología de la imagen*. Argentina: Katz Editores.
- Carreño, G.
2012 Sobre Balsas y Mujeres Desvestidas: Representación y Estereotipo en la Fotografía sobre Changos". En: *Andinos. Fotografía del siglo XIX y XX. Visualidades e imaginarios del desierto y el altiplano*, 87- 98. Santiago: Pehuen.
- Cabrera, G.
2007 Las nuevas tribus y los indígenas de la amazonia. Historia de una presencia protestante. Bogotá: Litocamarago.
- Clifford, J.
2001 *Dilemas de la Cultura*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.
- Edwards, E. Comp.
1992 *Anthropology & photography: 1860-1920*. London: Yale University Press / Royal Anthropological Institute.
- 2011a Replantear la fotografía en el museo etnográfico. En *Fotografía, antropología y colonialismo (1845-2006)*, com-

- pilado por Juan Naranjo. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. 2006.
- 2011b Tracing photography. En *Made To Be Seen: Historical Perspectives on Visual Anthropology* editado por Marcus Banks y Jay Ruby, 159-189. Chicago: The University of Chicago Press.
- 2012 *The camera as historian: amateur photographers and historical imagination, 1885-1918*. London: Duke University Press.
- Edwards, E. y J. Hart. Ed.
2004 Introduction. En *Photographs objects histories: on the materiality of images*. New York: Routledge.
- Estermann, J.
2014 *Cruz y Coca. Hacia la Descolonización de la Religión y la Teología*. Abya-Yala. Quito.
- Fabian, J.
1983 *Time and the Other. How Anthropology Makes Its Other*. New York: Columbia University Press.
1990 *Presence and Representation: The Other and Anthropological Writing*. Critical Inquiry, Vol. 16, No. 4, 753-772. Chicago: The University of Chicago Press. URL: <http://www.jstor.org/stable/1343766>.
- Foucault, M.
2002 (1975) *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Gillian, R.
2002 *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. London, California y Nueva Delhi: SAGE Publication.
- Hall, S.
1997 *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*, 225-290. Great Britain: SAGE.
2003 ¿Quién necesita identidad?. En *Cuestiones de Identidad Cultural* editado por Stuart Hall y Paul du Gay, 13-39. Buenos Aires: Amorrortu.
2010 *Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales* editado por Eduardo Restrepo; Catherine Walsh y Víctor Vich. Lima, Bogotá y Quito: Instituto de Estudios Peruanos, Universidad Javeriana y Universidad Andina Simón Bolívar.
- Hobsbawm, E. y T. Ranger
2002 (1983) *La invención de la tradición*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Kirshenblatt-Gimblett, B.
1987 "Authenticity and Authority in the Representation of Culture". En *Kulturkontak. Kulturkonflikt* editado por Ina-María Greverus, Konrad Kostlin y Heinz Schilling, 59-70. Frankfurt: Institut für Kulturanthropologie, Universität Frankfurt.
- Marcus, G. y M. Fischer
2000 (1986) *La antropología como crítica cultural: un momento experimental en las ciencias humanas*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Misión Nuevas Tribus
2013 Sitio web de la Misión Nuevas Tribus. <https://usa.ntm.org/mission-trips/wayumi>. Visitada en junio de 2015.
- Misión Nuevas Tribus-Comunicación
2015 Intercambio de correspondencia. Mensaje privado en Facebook.
- Muratorio, B.
1994 *Imágenes e imagineros: representaciones de los indígenas ecuatorianos, siglos XIX y XX*. Quito: FLACSO Sede Ecuador.
2011 *Photography and anthropology*. London: Reaktion Books.
- Pratt, M. L.
2010 *Ojos Imperiales. Literatura de Viajes y Transculturación*. México D.F: FCE.
- Schneider, A.
2011 Unfinished dialogues: Notes toward an alternative history of art and anthropology. En *Made To Be Seen: Historical Perspectives on Visual Anthropology* editores Marcus Banks y Jay Ruby, 108-135. Chicago: The University of Chicago Press.

Teijeiro, J.

2007 *Regionalización y diversidad étnica cultural en las tierras bajas y sectores subandino amazónico y platense de Bolivia*. La Paz-Bolivia: Plural.

Vargas-Cetina, G.

2013 Introduction: Anthropology and the Politics of Representation. En Vargas-Cetina, Gabriela. *Anthropology and the Politics of Representation*, 8-17. Tuscaloosa: Universidad Alabama.

Weisz, G.

2007 *Tinta del Exotismo. Literatura de Otridad*. México: Fondo de Cultura Económica.

Este artículo es parte de mi tesis de maestría en Antropología Visual y Documental Antropológico en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO-Ecuador), realizada entre los años 2013-2015, con el título: Construcción del discurso visual tecnológico de “etnias no alcanzadas” por parte de la misión evangélica Nuevas Tribus: un estudio web a inicios del siglo XXI.

Notas

1 Recuperado de “Las anécdotas más divertidas de Borges”. Disponible en línea: <http://www.lanacion.com.ar/150648-sus-anecdotas-mas-divertidas>

2 Esta división no reduce la importancia del sonido, movimiento de la cámara, montaje, iluminación y otros campos de la producción audiovisual; los cuales por fines metodológicos en esta oportunidad quedan excluidos.

3 La dirección web es <https://usa.ntm.org/mision-trips/wayumi>. Visitada en junio de 2015.

4 “Want to experience TRIBAL without leaving the USA? You can ...in weekend or weeklong visits to the WAYUMI campus in Pennsylvania”.

5 Para acceder a las diferentes modalidades de viajes de misioneros ingresar a: <http://espanol.ntm.org/viajes-misioneros>

6 “The fact is this place has really forced me to redefine what ‘normal’ is” (*Wayumi*)

7 Para Josef Estermann por lo menos hay 6 maneras de clasificar el “relacionamiento entre los conquistadores (catolicismo español renacentista) y la religión autóctona de *Abya Yala* (religiosidad indígena)” en los más de 500 años desde la llegada de los españoles y portugueses al continente (Estermann 2014, 20). El autor nos plantea las siguientes vertientes: “1. Negación total de la religión y espiritualidad autóctonas. 2. Paralelismo o yuxtaposición religioso. 3. Incorporación de la religión autóctona por aquella de los conquistadores. 4. Intentos de aculturación: adaptación de la religión autóctona a la foránea. 5. Intentos de inculturación: contextualización del Evangelio en los universos religiosos autóctonos. 6. Diálogo interreligioso.” (Idem.). En la actualidad estas tendencias continúan paralelamente. No se puede hablar de posiciones superadas sino de transformaciones o adaptaciones de los discursos a los tiempos actuales.