

# La devolución etnográfica como dispositivo metodológico: la producción simultánea de un documental etnográfico y un video promocional en etnoempresas turísticas en la selva central peruana

Luz María Álvarez Castillo

 <https://orcid.org/0000-0001-8327-0169>  
Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)  
luz.alvaca@gmail.com

## RESUMEN

*El objetivo principal del presente trabajo es reconocer y analizar la materialidad, agendas y recorridos de los objetos (primero en proceso y posteriormente terminados) resultantes de una producción audiovisual como metodología para la investigación académica. Asimismo, considerar la devolución (siguiendo la lógica del intercambio de Mauss) hacia nuestros colaboradores como un dispositivo de intervención en terreno. El referente empírico del análisis es una aproximación etnográfica a proyectos de etnoempresas turísticas autogestionadas por un grupo de emprendedores indígenas en la selva central peruana, quienes, mientras impulsan el etnoturismo en la región, reelaboran su propia indigeneidad. La metodología central de la investigación consistió en producir de manera simultánea un audiovisual de corte etnográfico y un video promocional a manera de devolución. Encontramos que la cámara, así como los audiovisuales, son objetos que pasan a ser extensión del cuerpo y experiencia del antropólogo-cineasta, investigador/productor, deviniendo en agentes que condicionan y determinan el campo de investigación.*

Palabras clave: *identidad indígena, devolución etnográfica, metodologías audiovisuales.*



## **Ethnographical restitution as a methodological device: The simultaneous production of an ethnographic documentary and a promotional video in touristic ethno-enterprises at the Central Peruvian jungle**

### *ABSTRACT*

*The aim of this paper is to recognize and analyze the materiality, agendas and routes of the audiovisuals resulting from practice as research: the whole process of production of an audiovisual as a methodology for academic research. Likewise, the present work opens the dialog for an exchange with our collaborators as an intervention device (Mauss, 2002). The empirical reference is based on my ethnographic approach to touristic ethno-enterprises projects managed by a group of indigenous entrepreneurs in the Central Peruvian Jungle, who while promoting ethno-tourism in the region, explore and question their own indigeneity. The central methodology of this research is to simultaneously produce an ethnographic audiovisual and a promotional video as an exchange. We found that the camera, as well as the audiovisuals, are things that become an extension of the body and experiences of the anthropologist-filmmaker, researcher / producer, becoming agents that define and constrain the field of research.*

*Keywords: indigenous identity, ethnographic restitution, practice as research.*

## INTRODUCCIÓN

El punto de partida del presente argumento es reconocer el proceso de producción de un audiovisual —en su totalidad— como una metodología para la investigación académica<sup>1</sup>. En las siguientes líneas busco exponer y discutir las problemáticas y preguntas metodológicas que definieron el proceso de producción del video documental *Pedro, «Mapitsi»*<sup>2</sup>:

El documental tiene como propósito mostrar tres etnoempresas<sup>3</sup> turísticas al pie de la Carretera Marginal (La Merced-Satipo) en Chanchamayo, selva central, a través de la experiencia de mi principal colaborador, Pedro, «Mapitsi» Pérez Martínez.

Mapitsi es un empresario indígena que vive constantemente una serie de paradojas, un vaivén entre tener que satisfacer los estereotipos de lo que tendría que ser «*un asháninka salvaje*» en la industria cultural turística y sus aspiraciones de ser reconocido como un emprendedor. La capacidad de liderazgo y gestión de Pedro es tal que nos permitió producir, a través su experiencia, un panorama de la industria turística en La Merced. El documental lleva por nombre *Pedro, «Mapitsi»* porque la narrativa gira en torno a Pedro y a la búsqueda por su nombre: por su indigeneidad<sup>4</sup>.

La discusión antropológica desde la cual se desarrolla la presente investigación dialoga con la categoría analítica *indigeneidades contemporáneas*, propuesta por De la Cadena y Starn (2010). Quiero hacer un par de acotaciones que me parecen pertinentes. Kuper (2003) insiste en que la categoría *indígena* tiene que ser contundentemente cuestionada debido a sus orígenes teóricos esencialistas. Para el autor, la categoría *indígena* resulta en eufemismos que tienen que ver con *lo primitivo*. No podría estar más de acuerdo con este argumento. Aunque bien, ante dicha afirmación, Wolfe (2006) hace una importante advertencia: sería una trampa considerar, de manera universalista, que en todos los contextos la categoría *indígena* deviene ser llanamente un sinónimo de «primitivo» o «salvaje». Entiendo que el aporte de la mirada etnográfica en esta discusión es reconocer e

identificar las particularidades del proceso, del cómo es que se va construyendo la autoadscripción indígena desde distintos frentes y momentos.

Es decir, es necesario diferenciar entre *lo indígena* entendido como una categoría antropológica que podría pasar por anticuada —e incluso caduca—, y *lo indígena* entendido como categoría política, la cual evidentemente continúa protagonizando los movimientos de recuperación de territorio y exigencia de derechos colectivos en contextos postcoloniales. Es por esa razón que lo indígena en este espacio nos interesa en tanto proceso político: finalmente, tenemos la intención de problematizar e interrogar el proceso en lugar de dar por sentado *el ser indígena* como una categoría antropológica.

Pero bien, cuando esquematizo con fines descriptivos la forma en que se ha conformado la indigeneidad emprendedora en la región y la manera como la Iglesia Adventista del Séptimo Día o las ONG han intervenido, es evidente que lo indígena, entendido como categoría antropológica —anacrónica y colonial— se entreteje con el entendimiento de lo indígena como categoría política.

Para los fines de la presente investigación me parece pertinente la propuesta analítica que hacen De la Cadena y Starn (2010), porque permite organizar y dar cuenta de la disputa política en torno a la categoría indígena en la región como un proceso, como un *posicionamiento* contingente y estructurado, en el cual se articulan (i) elementos ideológicos; (ii) coyunturas específicas, y (iii) temas políticos.

Otra acotación importante respecto del modo en que estamos entendiendo la articulación particular y localizada de una indigeneidad contemporánea en el presente trabajo es que, tal como advierte Cohen (2000), ha sido sumamente dañino para las ciencias sociales entender la política identitaria como una mera táctica y estrategia, tal como propuso Goffman (1963) en su momento. Es decir, la autoadscripción indígena, en este contexto, definitivamente no se entiende como una estrategia política: es algo mucho más complejo, donde intervienen redes de significación regionales y localizadas, como son, en este caso, la aspiración a reclamar una ciudadanía, por más precaria que esta pueda parecer. La indigeneidad, entendida como proceso, implica una negociación constante entre, por un lado, las clasificaciones impuestas por los *otros* y una búsqueda por definirse a sí mismos (De la Cadena y Starn, 2010; Tuhiwai, 2010).

La intervención en campo constó de la realización simultánea de: (i) un video documental de corte etnográfico (que debía cumplir con una serie de lineamientos académicos para poder titularme como magíster en Antropología Visual); (ii) un videoclip promocional que tiene como propósito la promoción comercial de la Aldea Asháninca San Pedro; la finalidad de este último es *retribuir* la participación

de Pedro y colaboradores en el presente proyecto de investigación<sup>5</sup>. La producción simultánea de dos audiovisuales tan disímiles, en lo que refiere a agendas y audiencias, motivó una serie de dinámicas específicas durante todo el proceso de investigación que vale la pena explicitar y analizar.

Tomando en cuenta lo anterior, me parece pertinente enfatizar la dimensión material, o más bien, la *materialidad* de los audiovisuales. Es decir, cuando intervenimos el terreno en tanto investigadores/realizadores, resulta necesario abrir la discusión en torno a la economía visual<sup>6</sup> de los audiovisuales que generamos en contextos de investigación, los cuales no se limitan a ser llanamente herramientas metodológicas, o bien dispositivos de intervención, sino que estos productos audiovisuales, al formar parte de diversas agendas y al tener sus propios recorridos (los cuales pueden desbordar circuitos académicos) dan cuenta de lo que Miller (2005) ha denominado como *la agencia de los objetos*. Tendríamos que interrogarnos cómo es que nuestros productos audiovisuales configuran el campo, cómo es que los audiovisuales irrumpen en la vida cotidiana de nuestros colaboradores, primero como *objetos en proceso* y finalmente como *objetos terminados*.

## EL AUDIOVISUAL COMO OBJETO EN PROCESO: LA CÁMARA COMO UN AGENTE QUE ABRE Y ENCUADRA EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

Mi primera intervención en terreno fue a manera del tradicional binomio antropólogo/turista. Mi cuerpo irrumpió en el espacio a manera de turista más que como antropóloga (O'Rourke, 1988). Con cámara en mano, me acerqué a las agencias turísticas a mi paso preguntando por «turismo vivencial indígena». Una guía de turistas anotó en un panfleto promocional el número celular de Pedro, «Mapitsi», quien, según la guía, ofrecía «un show auténtico y verdaderamente indígena». Posteriormente entendí que dicha aseveración encapsula todo un conflicto regional en torno a tres etnoempresas autoadscritas, o bien autodenominadas como

<sup>5</sup> Figura 2 en Anexo.

<sup>6</sup> El estudio de la imagen, a partir de su economía visual, implica el análisis de la imagen en al menos tres niveles: producción, circulación y consumo e intercambio (Poole, 2000; Cánepa, 2011; Ardevol, 1998.) «El estudio de la imagen visual en el contexto moderno nos plantea directamente el problema de la relación entre representación, verdad y poder» (Cánepa, 2011, p. 13).

ashánincas en la región, las cuales se disputan el liderazgo del mercado turístico local, así como la *autenticidad del show asháninca*<sup>7</sup>.

Una vez que mi cámara y yo nos presentamos ante Pedro, «Mapitsi», Pérez Martínez y le propusimos hacer una tesis documental, él aceptó inmediatamente. Por mi parte, a mí me sedujo la comodidad con la que el cuerpo de Pedro interactuaba con la cámara. «Él es mi personaje», pensé.

La cámara no es invisible, no está en el vacío, abre un nuevo campo de experimentación en el proceso de interacción entre el investigador y los sujetos participantes en el estudio, que, a su vez, genera un nuevo tipo de datos complejos de analizar (Ardévol, 1998, p. 8).

Podemos afirmar que la cámara, al abrir un nuevo campo en la experiencia etnográfica, deviene un agente<sup>8</sup>. Miller explica la *agencia de los objetos* como una relación (un proceso de objetivación) que produce materialidad: ¿Es el rey el que hace a la vestimenta, o es la vestimenta la que hace al rey? Miller propone que la materialidad debe ser entendida como un proceso complejo de objetivación, donde el sujeto y el objeto se alteran mutuamente. Es decir, el rey hace a sus ropas y sus ropas hacen al rey: «el sujeto es el producto del mismo acto de objetivación que crea la vestimenta» (Miller, 2005, p. 32).

Para Jean Rouch (1995), la cámara participante es más bien una metáfora corporal, donde el etnógrafo encarna la cámara y esta pasa a ser parte de la experiencia sensorial del etnógrafo. Cánepa (2011) traduce la cámara participante *rouchiana* como un «elemento mediador en la situación de campo» (Cánepa, 2011, p. 19), el cual hace posible el cine-trance, donde la cámara viviente pasa a ser parte del cuerpo del etnógrafo.

Es decir, la cámara forma parte de nuestra corporalidad, es parte del sujeto que pretende intervenir un espacio. Y no solo eso: tal como afirma Boudreault-Fournier (2017), cuando hablamos de imaginación cinematográfica (proceso de producción y realización etnográfica) y re-imaginación de la audiencia (la audiencia experimenta el objeto audiovisual final), el lugar de un espectador es clave. Nos encontramos escribiendo-produciendo para otro que mira: una audiencia.

Cuando afirmamos que la cámara es un agente más en la experiencia etnográfica, admitimos que esta tiene un lugar y un posicionamiento protagónicos en la investigación misma. Sería ingenuo no considerar a la cámara como un objeto

---

<sup>7</sup> Precisaré esta situación en la siguiente sección.

<sup>8</sup> Para Gell (1998), a partir del contexto histórico-político configurado por los sujetos (o agentes primarios) los objetos o (agentes secundarios) logran intervenir la realidad social.

que no solo modifica, sino que define la relación, el vínculo y el contrato entre el investigador y los colaboradores.

Desde el momento en que Pedro y yo pactamos la realización del video documental para mi tesis, él insistía en la importancia de divulgar sus esfuerzos por difundir su cultura: la cultura asháninca.

## PEDRO ANTE LAS CÁMARAS: DE-MOSTRANDO UNA INDIGENEIDAD EMPRENDEDORA

El interés y el compromiso de Pedro, «Mapitsi» con el presente proyecto, su facilidad para interactuar no solo ante, sino también con la cámara, así como su insistencia en el mostrar-hacer su cultura (Correa, 2006), podría resultar en un paralelismo con una serie de procesos locales, los cuales han tenido lugar desde los primeros asentamientos de grupos autoadscritos como ashánincas en la región de Chanchamayo, hasta la fundación de la etnoempresa turística disidente liderada por Pedro, «Mapitsi».

En la actualidad, a pesar de la crisis económica post pandemia COVID-19, continúan operando tres espacios destinados a la recepción de turismo masivo en tres CC.NN. en la región de Chanchamayo, selva central: Pampamichi, Marankiari Bajo y San Pedro Marankiari. Las aldeas ubicadas en Pampa Michi y Marankiari Bajo se rigen bajo el régimen de comunidad nativa (CC.NN.)<sup>9</sup>; es decir, dichas comunidades se rigen por estatutos comunales propios de un régimen de derechos diferenciados promovido por el Estado peruano. La aldea situada en San Pedro de Marankiari es la apuesta de Pedro, «Mapitsi» y socios por generar una etnoempresa asháninca independiente de las autoridades comunales, todo con la finalidad de mantener una relación cercana con el sector turístico privado.

Para poder rastrear los posicionamientos contingentes y estructurados que han ido configurando la indigeneidad particular que se ha ido gestando en la región, es importante apuntar que los asentamientos ashánincas en Chanchamayo

<sup>9</sup> En el Perú, las poblaciones que son declaradas comunidades nativas reconocidas por el Estado usan la sigla CC.NN. Según el artículo 8 de la Ley N° 22175 de Comunidades Nativas y de Desarrollo Agrario de la Selva y Ceja de Selva del año 1978, las Comunidades Nativas (CC. NN.) son definidas como: «conjuntos de familias vinculadas por su idioma, caracteres culturales y sociales, tenencia y usufructo común y permanente de un mismo territorio, con asentamiento nucleado o disperso; y que tienen origen en los grupos tribales de la Selva y Ceja de Selva». Dicho reconocimiento permite que las CC.NN. ejerzan un autogobierno a través de asambleas y autoridades comunitarias.

están directamente relacionados con la fundación y propagación de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, que, a partir de una metodología de «evangelización contextualizada», emprendió una labor salúbrica en la región a partir de proyectos desarrollistas (La Serna, 2004). Dichos proyectos han tenido continuidad a través de la CECONSEC<sup>10</sup> (Santos y Barclay, 1995) y asociaciones civiles nacionales y extranjeras que, en un mismo tenor, han intervenido en la región, promoviendo la formación de lo que han denominado *ciudadanos líderes y emprendedores*<sup>11</sup>.

Pedro, «Mapitsi», nació en Pampa Michi, comunidad asháninca que se adscribió oficialmente al régimen de comunidades nativas (CC.NN.) en el año 1975. A partir del año 2003, Pampa Michi se convirtió en una comunidad receptora de turismo masivo, debido a que autoridades comunales, de la mano del publicista Henry Ginés, gestionaron la realización de un reportaje sobre Pampa Michi y otros atractivos turísticos regionales.

Entre 2005 y 2008, la ONG SEPAR (Servicios Educativos, Promoción y Apoyo Rural)<sup>12</sup>, con el apoyo de Héctor Martín —el entonces presidente de la CECONSEC—, realizaron un «diagnóstico situacional de turismo» con la finalidad de replicar el modelo de la empresa turística en Pampa Michi en otras CC.NN. ubicadas en las provincias de Chanchamayo, Satipo y Oxapampa. Dicho estudio concluyó con que no contaban con servicios básicos, como drenaje y agua potable domiciliada. Por ello, se implementó una serie de programas de desarrollo complementarios, los cuales, según Espejo (2016), derivaron en la formación de al menos quince emprendedores indígenas que trabajan de manera independiente, como es el caso de Pedro, «Mapitsi», quien se considera parte de la ONG SEPAR, pues fue uno de los beneficiarios de dichos proyectos complementarios<sup>13</sup>.

En el caso de Marankiari Bajo, entre mediados de la década de 1990 y el año 2006, y a pesar de que la comunidad no contaba con servicios de energía eléctrica ni conexión a internet<sup>14</sup>, fue intervenida por al menos catorce instituciones diferentes, todas ellas destinadas a desarrollar las tecnologías de la información y la comunicación - TIC (Correa, 2006).

---

<sup>10</sup> Central de Comunidades Nativas de la Selva Central - CECONSEC es la organización sin fines de lucro más importante de la región, fundada en 1980.

<sup>11</sup> Revisar: Santos y Barclay (1995); García (2001); La Serna (2012); Álvarez (2020).

<sup>12</sup> Según Ana Espejo, la ONG SEPAR ha sido la única que ha intervenido en la CC.NN. Pampa Michi (entrevista realizada en diciembre de 2016 en La Merced, Chanchamayo).

<sup>13</sup> Entrevista realizada en La Merced, Chanchamayo, diciembre de 2016.

<sup>14</sup> La comunidad cuenta con energía eléctrica desde febrero de 2004 (Correa, 2006) y hasta la actualidad (2022) no tiene servicios de internet.

Correa (2006) y Rosas (2016)<sup>15</sup>, quien ha ocupado el cargo de jefe de la comunidad más de una vez<sup>16</sup>, afirman que Marankiari Bajo es reconocida por ser una comunidad innovadora y emprendedora, la cual busca, mediante el desarrollo económico, aportar a la preservación de la cultura asháninca. Ha sido a partir de discursos de aserción étnica y estrategias mediáticas como la CC.NN. ha logrado gestionar una serie de proyectos referentes a la producción agrícola (Correa, 2006) y su marca registrada *pitsi*<sup>17</sup>.

Según Rosas, desde el año 2000 ya se hablaba del «boom del turismo» en la región, pero los comuneros estaban «cohibidos»<sup>18</sup>, no querían portar la *cushma* (prenda tradicional asháninca) y atender a los turistas. No fue sino hasta el año 2006 cuando el turismo comenzó a ser un tema prioritario en la página web de la comunidad<sup>19</sup>. Incluso las autoridades comunales, con ayuda de la difusión de la página web, lograron gestionar la construcción de *bungalows* e instalaciones diseñadas para la recepción de turismo (imitando el modelo de Pampa Michi)<sup>20</sup>. Pero cuando Pedro, «Mapitsi» lideró el «equipo técnico en turismo de la CIAMB<sup>21</sup>», se dio inicio formalmente a la actividad turística en la comunidad como una actividad económica.

En la región ha habido un diálogo constante entre: la iglesia adventista, comuneros, organizaciones civiles que apelan a alguna adscripción indígena (como la CECONSEC), ONG tanto nacionales como extranjeras y autoridades comunales. Dichos actores han puesto énfasis en la difusión de la cultura asháninca mediante etnoempresas.

En el año 2013, Pedro comenzó a tener un mayor éxito comercial en comparación con su competencia en Pampa Michi, debido a que Pedro y sus socios se dieron a la tarea de promover una red de colaboración entre agencias de viajes, autoridades gubernamentales y representantes de colegios de educación básica; es decir, promovieron una red comercial que reforzaban mediante «auspicios» y comisiones. Debido a ello, las agencias de viaje locales tenían una clara preferen-

<sup>15</sup> Entrevista realizada en la CC.NN. Marankiari Bajo, 7 de noviembre de 2016.

<sup>16</sup> Durante mi intervención en terreno, Osbaldo Rosas Rodríguez fungía como jefe de la CC.NN. Marankiari Bajo y Miguel Ángel Collantes como alcalde de Marankiari Bajo Centro Poblado.

<sup>17</sup> Palabra asháninca que se traduce como «miel».

<sup>18</sup> Entrevista realizada el 7 de diciembre de 2016.

<sup>19</sup> <https://ciamb.org/> Fecha de consulta: julio 2022

<sup>20</sup> Figura 4 disponible en Anexo.

<sup>21</sup> CIAMB, por sus iniciales: Comunidad Indígena Ashaninka Marankiari Bajo. CIAMB es el indicativo del nombre de la comunidad como marca.

cia por trabajar con Pedro y socios. De inmediato, la situación generó discordias entre Pedro y su competencia dentro de Pampa Michi.

La asemblea comunal, la máxima autoridad de la CC.NN. Pampa Michi, dictaminó que Pedro únicamente podía recibir turistas en determinados días y horarios, lo cual no fue bien recibido por sus socios. En una ocasión, un guía de turistas decidió no obedecer el acuerdo comunal e insistió en ser atendido por Pedro. Después de que los visitantes fueron atendidos por Pedro, el guía y conductor de la movilidad fueron castigados a golpes con *la chalanca* (una ortiga con pelos urticantes que causan ardor y dolor al contacto directo con la piel). *La chalanqueada* significó un distanciamiento entre las autoridades de la CC.NN. Pampa Michi y los propietarios las agencias y guías turísticos independientes organizados<sup>22</sup>.

La *Chalanqueada*. Es así como se ha denominado aquel conflicto y es un hito importante en la industria turística local, pues coadyuvó a que los propietarios de agencias turísticas y guías independientes organizados respaldaran la propuesta hecha por Pedro, quien sugirió laborar en la CC.NN. vecina, Marankiari Bajo, para no tener que obedecer los acuerdos comunales en la CC.NN. Pampa Michi. Para Pedro, la *Chalanqueada* es un ejemplo de la tensión constante entre la convivencia del régimen de CC.NN. y los intereses y el funcionamiento del sector privado.

En el año 2013, una vez que Pedro logró activar el turismo en Marankiari Bajo, la asamblea comunal de la CC.NN. Pampa Michi decidió expulsar a Pedro y su familia nuclear<sup>23</sup> de la comunidad. La expulsión implicó que Pedro, su esposa e hijos perdieran derecho sobre tierras comunales; es decir, Pedro y su familia se vieron obligados a abandonar su casa y renunciar al derecho de laborar en territorio comunal.

Luego de la integración de la CC.NN. Marankiari Bajo a los circuitos turísticos oficiales, un grupo de comuneros propuso expulsar a Pedro. El argumento principal fue que Pedro no era originario de Marankiari Bajo. Durante el mismo periodo, Pedro fue invitado a participar en una campaña electoral local, situación que motivó acusaciones que afirmaban que Pedro estaba utilizando a la comunidad de Marankiari Bajo para lograr tener un mayor poder político en la región y beneficios personales.

Después de las dos expulsiones, Pedro, «Mapitsi» optó por independizarse de las autoridades comunales. Para lograrlo, junto con sus socios (tres familias

---

<sup>22</sup> La importancia del suceso en la región es también mencionada en la narración que Sánchez en su etnografía (Sánchez, 2014).

<sup>23</sup> El acontecimiento también es mencionado por Sánchez (2014) en su etnografía.

que lo siguieron desde Pampa Michi), compró un terreno en la CC.NN. San Pedro de Marankiari, y en noviembre de 2014 inició actividades la aldea asháninca San Pedro de Marankiari, registrada como asociación (A.C.).

A pesar de la disidencia de Pedro con las autoridades comunales, y la competencia comercial que existe entre los tres espacios, Pampa Michi cuenta con *stands* de artesanías en Marankiari Bajo. Pedro aún es presentado en eventos promovidos por la municipalidad o la CECONSEC como parte del equipo técnico en turismo de la CC.NN. Marankiari Bajo. Finalmente, la meta de Pedro es ser reconocido como un empresario y líder regional.

Otro ejemplo del papel de Pedro como un líder local, a pesar de su disidencia con el régimen de comunidades nativas, es la gestión de un «centro asháninca», resultado del convenio firmado el 2 de junio de 2017 entre Pedro, en calidad de presidente de la aldea asháninca, y Máximo Carlos Cisneros Retto, en calidad de CEO de la Fundación Cristiana para la Solidaridad y Cooperación Internacional. Dicho convenio fue promovido por una alianza entre Pedro con las autoridades de Marankiari Bajo Centro Poblado. El centro asháninca pretende ser un espacio dedicado al estudio de la lengua, gastronomía y medicina asháninca, donde podrán laborar comuneros de las tres CC.NN.

Siguiendo un esquema de gestión similar, el 22 de junio de 2019 la aldea fue sede del «primer festival etnocultural místico de la selva central» *Tsame Pareneki*, el cual convocó a comuneros de todas las CC.NN. de la región, para participar en actividades en torno a expresiones culturales ashánincas y deportivas.

## DEVOLUCIÓN: UN CONTRATO QUE HIZO POSIBLE ABRIR EL CAMPO DE INVESTIGACIÓN

Una vez identificadas las demandas de nuestros colaboradores, pudimos proponer y acordar una devolución, o bien, restitución:

Por un lado, las devoluciones o «restituciones» a los sujetos protagonistas de la investigación, forman parte de una manera de entender nuestro trabajo y pertenencia a un campo (al cual decidimos incluirnos con la finalidad de acercarnos a la comprensión de algunos procesos sociales que tienen lugar en él). Así, entendemos este trabajo de «devolución» como parte de una dinámica de dar y recibir, en la que todos (investigadores y sujetos-objetos de investigación) jugamos ambas posiciones (Bedacarratx, 2002, p. 161).

En este sentido, me queda claro que la propuesta de mirar a la indigeneidad de la región, en tanto posicionamiento contingente y estructurado, como la configuración de una indigeneidad emprendedora<sup>24</sup>, tiene que ver con el hecho de considerar la devolución no solo en términos prácticos (en este caso la producción de un video documental), sino también como un posicionamiento ético.

Yo entré a terreno con una serie de preguntas, intenciones e intereses, pero conforme iba avanzando la investigación y mi implicación en campo, fui capaz de mirar que los grupos económicos autodenominados ashánincas estaban exigiendo un reconocimiento (principalmente por las municipalidades, es decir, en la política pública) como ciudadanos emprendedores, como actores que aportan al desarrollo económico de la región.

Aquí abro paréntesis sobre cómo es que se entrelazan lo indígena como categoría antropológica y lo indígena entendido como categoría política. La labor de las tres etnoempresas es constantemente desacreditada por (i) académicos; (ii) representantes de ONG, y (iii) líderes del sector turístico. Los argumentos siempre giran en torno a la autenticidad: hay un constante reclamo por la falta de *autenticidad* en el repertorio de lo asháninka exhibido ante los turistas en las tres etnoempresas. Las denuncias tienen que ver con qué instrumentos que utilizan no son los originales, las danzas presentadas no son las tradicionales, las vestimentas no son realizadas con técnicas *ancestrales*, etc.

Es decir, hay un reclamo por que los sujetos que se autoadscriben como ashánincas en la región no corresponden a una autenticidad de carácter moral fundamentado en un concepto de la identidad estático y atemporal (Cohen, 2000)<sup>25</sup>.

Dicha situación continúa pareciéndome ofensiva por absurda: los no indígenas cuestionando a los ashánincas debido a que, desde sus expectativas, estos no son lo suficientemente ashánincas. Dicha situación la traduje desde lo que Yúdice (2002) ha denominado *imperativos sociales de la performance*, los cuales han operado a manera de estereotipos entre los sujetos indígenas en la región<sup>26</sup>. Porque aparentemente, hay un entendimiento generalizado de que las categorías indígena y empresario son incompatibles.

Desde que mi cámara y yo nos presentamos y le propuse a Pedro que aceptara ser el protagonista de una tesis documental, tanto Pedro —como posteriormente

---

<sup>24</sup> Ahondo en la constitución de la indigeneidad emprendedora en otro texto disponible para la consulta abierta. Revisar Álvarez (2020).

<sup>25</sup> Cohen (2000) afirma que existe un trinomio inseparable: límite-autenticidad-identidad. Esto último tendría que ver con considerar lo indígena como una categoría analítica antropológica.

<sup>26</sup> Revisar La Serna (2004, 2011 y 2012) y Álvarez (2018).

cada uno de sus colaboradores—, uno a uno fue enfático al momento de expresar su demanda principal: denunciar la falta de apoyo gubernamental hacia el sector turismo en la región. Siempre ante la cámara, enlistaban todas sus problemáticas y exigencias: la lente resultaba en una ventana para dirigirse a autoridades regionales y nacionales.

La molestia radicaba en que, a pesar de que funcionarios han utilizado a las etnoempresas y otros emprendimientos turísticos (siempre impulsados por la sociedad civil de manera independiente y autogestionada) para proselitismo electoral<sup>27</sup> y autopromoción, las etnoempresas carecen de apoyo y reglamentación por las autoridades locales.

Como ya he mencionado en líneas anteriores, el lugar de la imagen y el mostrar hacer ha sido fundamental, no solo para la constitución de las tres etnoempresas, sino también para lograr visibilizar problemáticas en las CC.NN. y posicionarse ante las autoridades gubernamentales y ONG para lograr la concreción y gestión de proyectos<sup>28</sup>.

Baz (1993) propone que toda relación intersubjetiva puede ser interrogada a partir de un esquema con base en el ensayo sobre el don de Mauss: dar-recibir-devolver: «Hablar de diálogo es asumir plenamente una situación donde los involucrados se reconocen mutuamente en su dignidad de sujetos como condición de cualquier intercambio» (Baz, 1993, p. 90). Es decir, la devolución tiene que ver con el posicionamiento ético del sujeto que investiga frente al sujeto investigado, siempre y cuando la investigación sea considerada como un proceso dialógico donde operan el vínculo y el encuentro. Como investigadores tenemos que cuestionarnos verdaderamente qué es lo que devolvemos, y si aquello que devolvemos es proporcional a lo que recibimos.

La decisión fue unánime: la devolución explícita tendría que ser un video promocional de lo que Pedro y socios habían denominado el «Corredor Turístico Bocatigre», como una alternativa al corredor turístico oficial. Es necesario mencionar que, a pesar de que la mayoría de las atracciones turísticas en la región tienen que ver con senderismo y «turismo de aventura» alrededor de atractivos paisajísticos, ríos y caídas de agua, no existe una autoridad gubernamental local que asuma la tarea de promover y supervisar los lineamientos de seguridad

---

<sup>27</sup> Un ejemplo de dicha situación es un video promocional, producido por la municipalidad del Perené, realizado en la CIAMB y protagonizado por Pedro, disponible en el canal de youtube de la CIAMB: [https://www.youtube.com/watch?v=bXNBZ25A2\\_M&t=242s](https://www.youtube.com/watch?v=bXNBZ25A2_M&t=242s) (fecha de consulta: julio 2022).

<sup>28</sup> Revisar Correa (2006) y Álvarez (2018).

necesarios para recibir turismo masivo en la región. Dichas tareas las asumen los propietarios de las atracciones y las agencias de turismo locales.

La reflexión en torno a la devolución me parece que puede dialogar con una de las principales preocupaciones metodológicas apuntadas por Jean Rouch en lo que refiere al lugar de la cámara y la relación sujeto-objeto en la antropología:

[...] la irrupción del antropólogo no les arroja beneficios. La gente no lee el informe. Con una cámara se puede obtener un resultado más fructífero. La película puede mostrarse a la gente, que puede así discutirla y tener acceso a lo que les ha sucedido. Por malo que el filme sea les permitirá reflexionar sobre sí, y les dará una oportunidad de verse desde cierta distancia. [...] [la utilización de la cámara en antropología visual] No creo que sea una respuesta completa, pero tiene un mérito que es el de dejarle a la gente algo, en lugar de limitarse a tomar cosas de ellos (Rouch, 1985, pp. 97-98).

Jean Rouch (1985) también hace hincapié en la importancia de cuestionarnos como investigadores, qué *beneficios* tendrán nuestros colaboradores o las comunidades con la que trabajamos. *El antropólogo-cineasta* no puede ser el único efectivamente beneficiado del encuentro que implica un proceso de investigación. Para Rouch es necesario poner el acento en la necesidad de trabajar por una antropología compartida que mire las posibilidades que el video ofrece, para poder así aportar a un proceso reflexivo junto con los agentes y comunidades con los que trabajamos.

Si bien podríamos afirmar que todo proceso de investigación conlleva ya en sí un proceso retribución o devolución, en el sentido de entender la investigación como una relación dialógica que deviene efectivamente un diálogo, es necesario insistir en que, como investigadores, logremos que nuestro proceso de devolución sea proporcional a lo que nosotros recibimos, y sobre todo que la devolución sea *compartida*, es decir, que las demandas del terreno sean la columna vertebral de la devolución.

Colombres (1985), recuperando la idea de antropología compartida *rouchiana*, insiste en la necesidad de establecer un «cine-diálogo», entendido como una permanente «búsqueda sin fin donde etnógrafos y *etnografiados* se comprometan a marchar juntos en el camino de lo que alguien llamó «antropología compartida» (Colombres, 1985, p. 22). Para Hernández (1985), tendríamos que plantearnos la relación entre sujeto investigador y objeto investigado como la constitución de «actores mancomunados que investigan su propia realidad, con el objetivo explícito de transformarla y, con ello, modificar el rumbo de su propio destino histórico» (Hernández, 1985, p. 137).

Sin caer en romanticismos y no posicionarnos —necesariamente— como académicos/activistas, es indispensable que, como parte del proceso de imaginación cinematográfica, asumamos la responsabilidad sobre el cómo intervenimos en la cotidianidad de nuestros colaboradores, y plantearnos cómo es que podemos efectivamente compartir el quehacer antropológico con nuestros colaboradores, en lugar de proceder únicamente en una lógica de recibir-recibir-recibir.

## CONCILIANDO AGENDAS: LA DEVOLUCIÓN COMO POSICIONAMIENTO Y COMO DISPOSITIVO

La primera dificultad metodológica evidente fue el aspecto medular de nuestra experiencia etnográfica: la producción simultánea del documental etnográfico y del video promocional.

Es decir, por un lado, en el documental etnográfico, buscábamos representar emprendedores indígenas, ciudadanos que a pesar de las adversidades son capaces de autoemplearse y fungir como empresarios y líderes que aportan al desarrollo económico local. La agenda conjunta que adopté con Pedro tuvo que ver con lograr una representación que pudiera dejar entrever la complejidad del entretreído entre (i) política pública; (ii) discursos de aserción ética, y (iii) ideologías emprendedoras, sin dejar de lado el hecho de que los sujetos que se adscriben como indígenas tienen una serie de dificultades para ser reconocidos como líderes empresarios, aunque, en términos prácticos, efectivamente son líderes empresarios.

Con una agenda abismalmente distinta, en el video promocional, el objetivo es mostrar visualmente a la aldea como un lugar exótico y remoto, perfecto para turistas ávidos de aventuras y experiencias distintas, como si la experiencia en la aldea se tratase de un simulacro de primer contacto con una comunidad distante y genérica.

El hecho de que, con el video promocional, ambos buscamos reforzar los imperativos de la performance que estereotipan a los ashánincas como sujetos *otros*, distantes, *salvajes*<sup>29</sup>, motivó a que, en mi rol de realizadora, me sintiera incómoda, e incluso avergonzada. Reconozco que superar la vergüenza y acceder a producir dicho objeto fue la manera que encontré para aportar a la demanda de mis interlocutores.

Ardévol (1994) afirma que, durante todo nuestro proceso de investigación, nos encontramos en un vaivén constante entre observar (es decir, tomar distancia)

<sup>29</sup> Revisar Trouillot (2011) y Bartra (2011).

y participar (nos permitimos absorber por la situación de campo). Encuentro que parte de ese vaivén en el proceso de investigación es negociar nuestra propia voz como investigadores. También vivimos un vaivén entre las demandas del campo y nuestras propias agendas y demandas institucionales como productores/investigadores y antropólogos/cineastas.

Pedro fungió como un coproductor en la realización del documental y un productor del video promocional. Todas las entrevistas fueron discutidas, planeadas y filmadas junto con Pedro; paralelamente a la realización de las entrevistas y observaciones pertinentes para el documental, realizábamos entrevistas y secuencias planteadas para el video promocional.

Regularmente, en una misma visita filmábamos tanto para el video promocional como para el documental. Lo anterior propició que nuestros interlocutores, ya fueran sus socios o las autoridades comunales, no tuvieran totalmente claro el lugar de la cámara, es decir: a menudo se preguntaban por la audiencia a la que se tendrían que dirigir: si se trataba de una posible clientela, de una autoridad gubernamental, o bien de alguien a quien denunciar sus problemáticas. Lo anterior es evidente en algunas de nuestras entrevistas utilizadas en el documental etnográfico.

Durante mis primeras visitas, durante 2015 y la mayor parte de 2016, yo operé la cámara. La dinámica al establecer un *rapport* y comenzar a filmar los primeros meses consistía en que Pedro me presentaba con quien fuese nuestro interlocutor como «la mexicana que estaba dando a conocer la región a partir de un video promocional». Su tono solemne, más la presencia de nuestro modesto equipo de grabación, completaban el cuadro y conseguíamos la entrevista. Aunque yo siempre insistí con nuestros interlocutores que estaba realizando mi tesis de maestría, después de escuchar acerca del video promocional, la tesis y la investigación pasaban a un segundo plano.

Quiero enfatizar una vez más el lugar de la cámara y el equipo de grabación como objetos que modifican las relaciones sociales. La presencia de la cámara nos dotaba, a mí y a Pedro, de una especie de aura que implicaba cierta autoridad y credibilidad tal, que nuestro interlocutor siempre terminó dándonos la entrevista. Con dos de nuestros colaboradores —el entonces jefe de la CIAMB y la hermana de Pedro, quien labora en Pampa Michi—, conseguir la entrevista fue especialmente difícil: constantemente se negaban, pero una vez que sus cuerpos se encontraron con la cámara y micrófonos, cambiaron de opinión y accedieron a participar.

Asimismo, gracias a la presencia de la cámara y la posibilidad de una audiencia, Pedro aceptó a ir a Pampa Michi (no había ido a su comunidad natal desde que lo expulsaron). Pedro, al ir acompañado de su pequeño y modesto equipo de filmación (yo y nuestro compañero camarógrafo), decidió protagonizar un par de entrevistas en Pampa Michi junto con su hermana, e incluso narró su desalojo ante la cámara.

Para Boudreault-Fournier (2016, 2017) la investigación resulta un proceso creativo, donde el antropólogo, en tanto agente creativo, es un *investigador-productor* además de ser un observador-participante. Es decir, los investigadores, con nuestros cuerpos y cámaras, producimos situaciones y encuentros específicos. Además, los procesos de filmación de imagen y sonido, más el proceso de edición, sirven para explicitar el lugar de enunciación del investigador.

El proyecto fue totalmente autofinanciado, junto con el apoyo de la universidad para el uso del equipo. Es por esa razón que Pedro y yo carecíamos de control sobre poder filmar lo que habíamos planeado filmar. Lo que logramos filmar fue el día a día de Pedro y sus emergencias cotidianas, lo cual limitó considerablemente el rango de control sobre las condiciones de filmación. Finalmente, yo me encontraba interviniendo su espacio laboral.

El proceso de edición puede ser entendido como el montaje de imágenes y sonidos que devienen composiciones o videoclips originales, y estos videoclips pueden dar cuenta de la experiencia sensorial que se tuvo durante el momento de la recolección. En este sentido, Boudreault-Fournier (2017) propone que la edición en sí misma, como proceso, independientemente de la grabación, puede ser considerada como una práctica etnográfica.

Por cuestiones de distancia y falta de recursos, no fue posible que Pedro se involucrara de una manera activa y constante en el proceso de edición del documental, lo cual agotó las posibilidades de una producción colaborativa en ese sentido. Aunque también debo admitir que parte de mi agenda personal como investigadora en formación era realizar yo misma la edición, siguiendo la propuesta de la imaginación cinematográfica y el lugar del investigador como productor expuesta líneas arriba.

Una vez que inicie el proceso de edición en forma, y realice los primeros cortes del material audiovisual, me encontré con una segunda gran dificultad, la cual considero está relacionada con que mi formación básica es en el área de las ciencias sociales. En un inicio, los primeros cortes del documental etnográfico estaban saturados de texto, es decir, eran decenas de minutos de *talking heads*, primero de Pedro y posteriormente de sus colaboradores.

A partir de discutir los cortes en el aula con mis asesores, y posteriormente con Pedro, pude entender que el formato escrito de la investigación y el formato audiovisual tienen sus posibilidades y sus limitaciones. Es decir, no vale la pena hacer un documental saturado de entrevistas y *talking heads* si contamos con un espacio, como una presentación escrita, en el cual podamos organizar y presentar la misma información. El reto siempre constó en entender —y posteriormente decidir— qué información podría transmitirse mejor en la presentación escrita y cuál a través del audiovisual, sin perder de vista que la problemática abordada en el documental tendría que entenderse independiente de la parte escrita de la investigación.

Considero que la mayor dificultad con la que nos encontramos durante la producción del material audiovisual fue generar imágenes al lado de Pedro que fueran pertinentes para discutir nuestra pregunta de investigación. Este aspecto fue un proceso de aprendizaje largo y conjunto.

Editar, analizar y discutir para volver a filmar fue el dispositivo metodológico para producir el corte final. A partir de las primeras entrevistas, y lo que yo iba investigando acerca de los procesos locales, Pedro y yo fuimos proponiendo puestas en escena de algunas secuencias, como son la participación de Pedro en una celebración en la Iglesia Adventista de su comunidad. Ambos concordamos en que era importante representar visualmente la presencia de la Iglesia Adventista en la región, por lo que convinimos en asistir a una celebración.

Después de varios meses de trabajo conjunto, fuimos ganando confianza en nuestro proceso creativo. Llegó un punto en el cual tuvimos la confianza suficiente para recrear momentos que habíamos vivido juntos y nos parecían importantes, como cuando me mostró su colección de libros acerca de la cultura asháninca. En un primer momento me pareció muy potente lo siguiente: Pedro, «Mapitsi», como autodenominado asháninca, tiene que acercarse a los antropólogos para conocer su propia cultura, para buscar qué significa ser asháninca y mostrarlo en el show asháninca. Pero después, caí en la cuenta de que esa imagen me es más cercana de lo que me esperaba. En realidad eso hacemos todos<sup>30</sup>: leemos sobre la propia cultura en algún momento. Así fue como comenzamos a crear una especie de complicidad con el cuerpo, donde uno le indicaba al otro si era necesario provocar alguna situación o conversación.

En las últimas dos visitas de filmación, entre los meses de octubre y diciembre de 2016, conté con el apoyo de un camarógrafo, uno distinto cada vez, lo cual

---

<sup>30</sup> Figura 6 en Anexo.

también representó dificultades debido a que Pedro tuvo que adaptarse al nuevo integrante en el equipo cada vez. La comunicación no verbal entre ambos no era la misma, es decir, nuestros cuerpos no se comunicaban de igual manera. Ahí fue cuando se hizo evidente que ya teníamos un sistema de comunicación a partir de gestos y señas para darle a entender el uno al otro qué había que filmar, o cuándo había que parar, o si habría que cambiar de tema en alguna conversación, etc.

Durante 2017, después de mostrarle a Pedro un par de cortes del video documental, una vez que Pedro ya tenía más claro que él sería el personaje principal del documental, presentaba nuestro trabajo como «la película sobre su vida». Y su agenda comenzó a tener que ver con el representarse a sí mismo como un emprendedor, y esa agenda, como ya he dicho anteriormente, pasó a ser mía también.

Esta agenda en común con Pedro nos llevó a tomar una decisión creativa en lo que respecta al documental: los audiovisuales tendrían que ver con de-mostrar —una vez más— el esfuerzo físico y corporal, la gestión, la dedicación y los sacrificios que implica mantener las aldeas turísticas de Marankiari Bajo y San Pedro Marankiari.

Una decisión narrativa compleja fue preguntarme: ¿cómo establecer los límites editoriales entre el antropólogo-cineasta y los colaboradores? Me cuestioné el incluir o no un fragmento de una entrevista con Vilma, una hermana de Pedro que es profesora intercultural bilingüe asháninca. En la entrevista, Vilma afirma que Pedro «no era asháninca» en el sentido de que no celebraba públicamente su aserción étnica, hasta que se integró al turismo como una actividad económica. En la misma entrevista, Vilma admite que ella, por su parte, no tenía más que rechazo hacia la cultura asháninca hasta que comenzó sus estudios para ser profesora intercultural bilingüe.

Pedro consideró que ese comentario le quitaría credibilidad a su personaje como líder local y como emprendedor asháninca. Finalmente yo decidí utilizarlo en el corte final, porque desde mi punto de vista, ese discurso puesto en contexto forma parte de su proceso genuino como líder local. Una vez que Pedro vio la edición final del documental, estuvo de acuerdo con que dicho fragmento fuese incluido en la película.

Pedro y yo tenemos agendas distintas; me parece que es un conflicto genuino en cualquier proceso de representación, o más bien, objetivación de alteridades. Pero también creo que si nuestros colaboradores, aun viendo el producto final, no están de acuerdo, se debe lograr una negociación. La circulación de las investigaciones en tanto objetos terminados tiene consecuencias directas e indirectas en la cotidianidad de nuestros colaboradores.

## LOS OBJETOS TERMINADOS: EL VIDEO PROMOCIONAL Y EL DOCUMENTAL ETNOGRÁFICO. SUS AGENDAS Y RECORRIDOS

Boudreault-Fournier (2017) afirma que la imaginación cinematográfica, como una etnografía, se desarrolla en dos momentos: un primer momento es cuando el antropólogo/productor filma audio, video, y posteriormente edita su experiencia sensorial y política; el segundo momento se da cuando el espectador o lector re-imagina de manera creativa los lugares, personas, atmósferas y sucesos que están representados en el audiovisual.

Una vez que editamos la versión final de nuestros productos audiovisuales como procesos de investigación —es decir, cuando llegamos al objeto terminado—, la investigación, lejos de cerrarse, se abre a otros recorridos.

El video promocional que realizamos, que fue producido apegándonos a la agenda de Pedro y socios, ya ha tenido su propia circulación. El video se encuentra en el canal de youtube de la aldea asháninca<sup>31</sup> que fue creado durante el proceso de investigación, así como en la página de Facebook oficial de la aldea San Pedro de Marankiari. Pedro ha compartido el video promocional en eventos promocionales entre agencias turísticas y también lo ha utilizado para legitimar su propio liderazgo frente a instancias gubernamentales como las municipalidades locales aledañas y el Ministerio de Cultura y Comercio Exterior - MINCETUR.

Pedro asegura que, gracias al trabajo que hemos realizado, los visitantes se han duplicado durante 2018 en comparación con 2017. En este sentido, creo que considerar la devolución como parte de la situación de campo nos permite abrir el espectro de negociación con nuestros colaboradores. Asimismo, gracias a la presencia de la aldea asháninca en redes sociales, el cantautor Marco Antonio Moreno realizó un videoclip musical<sup>32</sup> donde podemos ver danzar a Pedro y a varios comuneros de la aldea.

El video promocional también ha servido para incentivar un mayor protagonismo de las etnoempresas en videos promocionales producidos por las municipalidades<sup>33</sup>. Dichos videos representan a las etnoempresas como lugares que ofrecen aventura e historia entre exotismo y diversión.

---

<sup>31</sup> Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=CE6HQZpa2mE&t=2s> (Fecha de consulta: julio 2022).

<sup>32</sup> Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=knADag2aKIY> (Fecha de consulta: julio 2022).

<sup>33</sup> Como los siguientes videos disponibles en YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=8Dn8dvkZw5o> (Fecha de consulta: julio 2022) <https://www.youtube.com/watch?v=p72tuJffWvI> (Fecha de consulta: julio 2022).

Para Pedro, *Pedro*, «*Mapitsi*» —el documental etnográfico— es, como él mismo lo ha expresado en reiteradas ocasiones, «la película sobre su vida»; en cambio, para mí, *Pedro*, «*Mapitsi*» es mi tesis documental. Pedro es un personaje que encarna una serie de problemáticas regionales; es decir, Pedro encarna, materializa una serie de ideas y posicionamientos. Pedro y yo vivimos nuestro encuentro y proceso de investigación de maneras abismalmente distintas; sobre todo yo, que siempre estuve detrás de la cámara<sup>34</sup>.

El primer visionado de la versión terminada del documental, fuera del contexto universitario, tuvo lugar en noviembre de 2018 en la aldea asháninka San Pedro de Marankiari. Pedro y Marta Corinaupa (cónyuge de Pedro) me hicieron la propuesta de que el documental fuera comercializado a manera de *souvenir* en la aldea. Inmediatamente después de escuchar su petición, me pareció totalmente legítima, pero después de pensarlo detenidamente y conversarlo, comenzó mi incomodidad. Por una parte, si ya hemos trabajado conjuntamente en una devolución explícita siguiendo enteramente la agenda de Pedro y socios, ¿tendría que dar una respuesta positiva a tal petición? En ese momento me resultó incómodo el hecho de involucrar un acuerdo comercial en nuestro trabajo. Me preguntaba: ¿qué implicaciones tiene, específicamente en lo que refiere a nuestra credibilidad como investigadores, llegar a un acuerdo económico con nuestros colaboradores?

Decidí no dar una respuesta contundente. Si Pedro decide comercializar el documental por sus propios medios, yo podría tomar distancia y mantenerme al margen. Hasta ahora, julio de 2022, no he tenido noticias de que Pedro haya decidido comercializar el documental.

Entre 2019 y 2021 limité la circulación del documental a festivales de cine antropológico, etnográfico o documental. Durante este proceso, me fue complejo posicionar el documental, en el sentido de que es una realización de corte académico y autofinanciada, por tanto, evidentemente no cumple con las exigencias de festivales especializados en cine documental. Son muy pocos los espacios que buscan exhibir y discutir investigaciones audiovisuales modestas realizadas por estudiantes o investigadores en formación.

En 2019, *Pedro*, «*Mapitsi*» fue seleccionado para ser parte de la selección oficial del IV Festival de Cine Etnográfico de Ecuador 2019, a cargo de la FLACSO sede Ecuador. El documental fue seleccionado en el contexto del año internacional de las lenguas indígenas. El hecho de que el documental formara parte de dicho circuito con miras tan específicas da cuenta del reconocimiento

<sup>34</sup> Figura 8 en Anexo.

de una audiencia académica ante la dimensión pedagógica de las etnoempresas. Los colaboradores de la aldea, basándose en manuales de educación intercultural bilingüe proporcionados por el ministro de Educación peruano, cantan canciones sencillas de recordar en asháninka ante los turistas. Este recurso ha sido aprovechado por colegios de educación básica locales y de otros departamentos, como Huancayo, Tarma, e incluso Lima.

El documental fue proyectado en dos sedes del festival, en las ciudades de Quito y Cuenca. Por cuestiones de distancia geográfica y falta de recursos, no me fue posible asistir a las proyecciones y saber de primera mano cómo es que fue recibido el documental ante la audiencia que asistió al festival.

En el año 2020, el documental formó parte de la selección oficial de la Muestra de Antropología Audiovisual de Madrid, a cargo del Museo de Antropología de Madrid; en dicho festival, el documental ganó la categoría *Estudiante*. La organización del festival fue entorpecida por los lineamientos de distanciamiento social debidos a la contingencia por la pandemia; dicha situación no me permitió interactuar con la audiencia en ese festival, a pesar de que agendamos un conversatorio a distancia vía videollamada.

A raíz de la participación en la MAAM, la distribuidora Antropodocs and Films, con sede en Madrid, me contactó para ser la distribuidora oficial del documental. Firmamos un contrato que estipula que, por tres años, básicamente ellos se encargarían de buscar espacios donde las vistas del documental pudieran ser monetizables.

Debo confesar que mi actitud ante la propuesta monetaria de la distribuidora fue totalmente opuesta a la propuesta monetaria que ya me habían hecho mis colaboradores. Desde un inicio pensé en que, si hubiera regalías por los visionados, tendría que donarlas a la aldea de Pedro. Actualmente el documental se encuentra disponible en dos plataformas: Vimeo y la plataforma play.noficcion. Hasta el día de hoy no he recibido ninguna retribución económica por visionados.

Algo que me resulta incómodo, pero creo que da cuenta perfectamente de la agencia del documental en tanto objeto terminado, en el sentido de que el documental ya tiene una vida propia independiente de realizadores y sus intenciones. Es el hecho de que Antropodocs and Films ha modificado la sinopsis sin mi consentimiento, e incluso lo promociona en redes sociales de una forma que a mí me parece inadecuada, porque una vez más, incita al exotismo del empresario indígena, casi cuestionando esa posibilidad en lugar de reconocerla<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> <https://ne-np.facebook.com/antropodocs/posts/3002136616772278/> (Consulta: julio de 2022).

En 2021, *Pedro*, «*Mapitsi*» fue parte de la selección del festival Etnovideo-gráfica, a cargo del Museo Etnográfico de Castilla y León. Una vez más, no me fue posible saber cómo es que la audiencia interactuó con el documental, por las mismas condicionantes que con la MAAM. Y esta incógnita es parte del proceso: ahora el documental es un objeto que viaja sin sus realizadores y sin su sustento escrito, el documental dialoga por sí mismo en otros contextos de maneras insospechadas, al menos para mí y para Pedro como realizadores.

Por una parte, están nuestra intención y agendas con las que realizamos el documental, pero estas no tienen que ver necesariamente con el diálogo que el documental tendrá con sus audiencias. Y su vida social continua.

## CONCLUSIONES

La investigación que deviene objetos audiovisuales, a partir de su circulación va articulando su propia vida social y sus agendas, independientemente de las intenciones y agendas que a sus realizadores les demandaron representar en un inicio. Es por esa razón que considero valioso que, como investigadores, busquemos espacios donde podamos dar cuenta del recorrido que hacen las investigaciones-objeto, y cómo es que este recorrido forma parte de la experiencia etnográfica.

Una vez que comencé la labor de distribución del documental en festivales de cine etnográfico y cine documental independientemente de los realizadores y sus intenciones pude constatar lo siguiente: (i) la etnografía como método se ha ido inmiscuyendo en los mundos y mercados de la producción cinematográfica, incluso Foster (2001) habla del *giro etnográfico* en los circuitos del arte contemporáneo, pero este intercambio no parece inversamente proporcional; (ii) aunque algunos autores afirman que en los últimos años ha permeado un «giro sensorial» en las ciencias sociales, donde incluso se propone hablar de una antropología «multisensorial» o bien «transmédica» en vez de antropología visual (Domínguez y Ziri6n, 2017), encuentro que la falta de espacios híbridos, que oscilen entre lo acad6mico y lo cinematogr6fico, es evidente.

Creo que vale la pena, siguiendo con el esp6ritu emprendedor de la presente investigaci6n, proponer la gesti6n de espacios que est6n dispuestos a promover la producci6n y distribuci6n de audiovisuales como metodolog6as para la investigaci6n social, sobre todo de producciones modestas y autogestionadas.

A prop6sito de esta discusi6n, que evidentemente tiene que ver con admitir que la l6nea divisoria entre ciencia y arte se ha venido difuminando, ello no

significa que se deje de lado el rigor y la singularidad que hacen que una producción audiovisual —en tanto metodología— sea de interés antropológico. Y es en medio de esta discusión donde me encontré durante toda mi investigación.

Debo admitir que me fue muy complejo experimentar con un lenguaje cinematográfico que me permitiera explorar la discusión antropológica de la cual busqué ser partícipe, pero creo que es un espacio que deberíamos atrevernos a explorar cada vez más, sobre todo quienes venimos de una formación en ciencias sociales. ¿Cómo traducir la teoría, las preguntas antropológicas a imágenes? ¿Cómo evocar teoría con imágenes corporales?

## REFERENCIAS

- Álvarez, Luz (2018). *Asháninca INC. Sobre turismo local y producción de etno-mercancías en la Aldea Asháninca San Pedro Marankiari A.C. Chanchamayo, Selva Central* (tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Álvarez, Luz (2020). Pedro, «Mapitsi»: un indígena empresario. Anotaciones sobre la consolidación de una indigeneidad emprendedora a través de tres emprendimientos turísticos en la Selva Central Peruana. En G. Cánepa y L. Lamas, *Épicas del neoliberalismo. Subjetividades emprendedoras y ciudadanías precarias en el Perú*. (pp. 223-245). CISEPA, PUCP.
- Ardévol, Elisenda (1994). *La mirada antropológica o la antropología de la mirada* (tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona.
- Ardévol, Elisenda (1998). Por una antropología de la mirada: etnografía, representación y construcción de datos audiovisuales. *Revista de dialectología y tradiciones populares del CSIC L. Calvo, Perspectivas de la antropología visual Madrid*, 53(2), 217-240. <https://doi.org/10.3989/rdtp.1998.v53.i2.396>
- Barnard, Alan (2006). The concept of indigeneity. *Social Anthropology*, 14(1), 17-32. <https://doi.org/10.1017/S0964028205001849>
- Bartra, Roger (2012). *El mito del salvaje*. Fondo de Cultura Económica.
- Baz, Margarita (1993). La entrevista de investigación en el campo de la subjetividad. En I. Jáidar (ed.), *Caleidoscopio de Subjetividades, Cuaderno del tipi*, 8 (pp.77- 96).
- Bedacarratx, Valeria (2002). Implicación e intervención en la investigación social. *TRAMAS*, 18(19), 153-170.
- Boudreault-Fournier, Alexandrine (2016). Microtopia in Counterpoint: Relational Aesthetics and the Echo Project. *Cadernos de Arte e Antropologia*, 5(1), 135-154. <https://doi.org/10.4000/cadernosaa.1060>

- Boudreault-Fournier, Alexandrine (2017). Recording and Editing. En E. Elliot y D. Culhane (eds.), *A different kind of ethnography. Imaginative Practices and Creative Methodologies* (pp. 69-90). University of Toronto Press.
- Bruner, Edward M. (1989). Of Cannibals, Tourist, and Ethnographers. *Cultural Anthropology*, 4(4), 438-445. <https://doi.org/10.1525/can.1989.4.4.02a00070>
- Cánepa, Gisela (2011). La Antropología Visual en el Perú. En G. Cánepa (ed.), *Imaginación visual y cultura en el Perú* (pp. 11-60). Fondo Editorial PUCP.
- Cannibal Tours (1988). Dennis O'Rourke. 70 min.
- Cohen, Anthony P. (ed.) (2000). *Signifying identities. Anthropological perspectives on boundaries and contested identities*. Routledge.
- Colombres, Adolfo (1985). Prólogo. En A. Colombres (coord.), *Cine, Antropología y Colonialismo* (pp. 11-56). Ediciones del Sol-CLACSO.
- Comaroff, John y Comaroff, Jean (2009). *Ethnicity, Inc*. University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226114736.001.0001>
- Correa, Norma (2006). *Asháninka online: ¿nuevas tecnologías, nuevas identidades, nuevos liderazgos? Una aproximación antropológica a la relación de la Comunidad indígena asháninka Marankiari Bajo con las tecnologías de la información y de la comunicación* (tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú.
- De la Cadena, Marisol y Orin Starn (eds.) (2010). *Indigeneidades contemporáneas: cultura, política y globalización*. Instituto de Estudios Peruanos. <https://doi.org/10.4000/books.ifea.6218>
- Deleuze, Gilles (1983). *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2*. Paidós.
- Domínguez, Ana y Zirión, Antonio (2017). Introducción al estudio de los sentidos. En A. Domínguez y A. Zirión (eds.), *La dimensión sensorial de la cultura. Diez contribuciones al estudio de los sentidos en México*. (pp. 9-33). Ediciones del Lirio.
- Foster, Hal (2001). El artista como etnógrafo. En *El retorno de lo real: la vanguardia a finales de siglo* (pp. 175-207). Akal.
- García, Pilar (2001). *Cruz y arado, fusiles y discursos. La construcción de los Orientes en Perú y Bolivia, 1820-1940*. Instituto de Estudios Peruanos e Instituto Francés de Estudios Andinos.
- García-Canclini, Néstor (2014). *Art beyond itself. Anthropology for a society without a story line*. Duke University Press. <https://doi.org/10.1515/9780822376972>
- Gell, Alfred (1998). *Art & Agency. An anthropological theory*. Clarendon Press Oxford.

- Howes, David (2014). El creciente campo de los estudios sensoriales. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre los Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 6(15), 10-26.
- Keper, Adam (2003). The return of the native. *Current Anthropology*, 44(3), 389-402. <https://doi.org/10.1086/368120>
- La Serna, Juan Carlos (2004). Misiones adventistas como agentes de modernización y articulación regional en la Selva Central peruana. Un acercamiento al proyecto misional indígena del Perené (1920-1948). En D. Ortman (ed.), *Anuario de Ciencias de la religión: las religiones en el Perú de hoy* (pp. 243-283). Universidad Nacional Mayor de San Marcos/Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica.
- La Serna, Juan Carlos (2011). Visiones de progreso, otredad y fronteras internas en la construcción de la Amazonía peruana. Una aproximación a los discursos visuales sobre «la montaña» a fines del S. XIX. En G. Cánepa (coord.), *Imaginación visual y cultura en el Perú* (pp. 221-246). Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- La Serna, Juan Carlos (2012). *Misiones, modernidad y civilización de los campos. Historia de la presencia adventista entre los asháninkas de la Selva Central peruana (1920-1940)*. Fondo Editorial de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- MacDougall, David (2006). *The corporeal image. Film, ethnography and the senses*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400831562>
- MacDougall, David (2009). Anthropology and the Cinematic Imagination En C. Morton y E. Edwards (eds.), *Photography, Anthropology and History* (pp. 55-65). Ashgate.
- Marcus, George E. (1990). The Modernist Sensibility in Recent Ethnographic Writing and the Cinematic Metaphor of Montage. *Visual Anthropology Review*, 6(1), 2-12. <https://doi.org/10.1525/var.1990.6.1.2>
- Miller, Daniel (2005) (ed.). *Materiality*. Duke University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv11hpnrp>
- Poole, Deborah (2000). *Visión, raza y modernidad: una economía visual del mundo andino de imágenes*. Sur Casa de Estudios del Socialismo.
- Rouch, Jean (1985) Antropología visual (entrevista con Dan Georkas, Udayan Gupta y Judy Janda). En A. Colombres (ed.), *Cine, antropología y colonialismo* (pp. 81-104). Ediciones del Sol-CLACSO.
- Rouch, Jean (1985). El cine del futuro. En A. Colombres (ed.), *Cine, antropología y colonialismo* (pp. 69-78). Ediciones del Sol-CLACSO.

- Rouch, Jean (1995). El hombre y la cámara. En E. Ardevol y T. Pérez (eds.), *Imagen y Cultura. Perspectivas del cine etnográfico* (pp. 195-121). Diputación de Granada.
- Sánchez, Dolly (2014). *Avizorando una ilusión. Turismo, mediadores e indígenas en Pampa Michi* (tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia.
- Santos, Fernando y Barclay, Frederica (1995). *Órdenes y desórdenes en la Selva Central. Historia y economía de un espacio regional*. Instituto de Estudios Peruanos. <https://doi.org/10.4000/books.ifea.2530>
- SEPAR (2008). *Diagnóstico situacional de turismo. Proyecto Meviselva «Medios de vida sostenibles para las comunidades de la Amazonía Central de la Selva Central»*. OXFAM.
- Stoller, Paul (1993). *The Cinematic Griot. The ethnography of Jean Rouch*. Cambridge University Press.
- Trouillot, Michel-Rolph (2011). *Transformaciones globales. La antropología y el mundo moderno*. Universidad de Cauca.
- Tsing, Anna (2010). Identidades indígenas, nuevas y antiguas voces indígenas. En M. de la Cadena y O. Starn (eds.), *Indigeneidades Contemporáneas: cultura política y globalización*. (pp. 45-82). Instituto de Estudios Peruanos. <https://doi.org/10.4000/books.ifea.6226>
- Yeh, Emily T. (2011). Indigeneidad tibetana: traducciones, semejanza y acogida. En M. de la Cadena y O. Starn (eds.), *Indigeneidades contemporáneas: cultura política y globalización* (pp. 83-113). Instituto de Estudios Peruanos. <https://doi.org/10.4000/books.ifea.6228>
- Yúdice, George (2002). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Gedisa.
- Zirión, Antonio (2015). Miradas cómplices: cine etnográfico, estrategias colaborativas y antropología visual aplicada. *Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. 78 (enero-junio), 45-70. <https://doi.org/10.28928/revistaiztapalapa/782015/atc2/zirionperez>
- Zirión, Antonio y Cuevas, Valeria (2017). El giro sensorial en el cine etnográfico: exploraciones antropológicas más allá de lo visual. En A. Domínguez y A. Zirión (eds.), *La dimensión sensorial de la cultura. Diez contribuciones al estudio de los sentidos en México* (pp. 9-33). Ediciones del Lirio.

## ANEXO

Figura 1. Portada del documental etnográfico.



Figura 2. *Still* del video promocional Ruta Bocatigre, Chanchamayo, Selva Central.

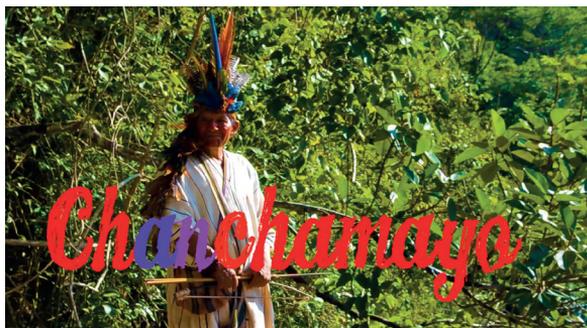


Figura 3. Entrada a la comunidad nativa CC.NN. Pampa Michi. *Still* del documental «Pedro, Mapitsi».



Figura 4. Entrada a «El remanso» en la CC.NN. Marankiari Bajo. *Still* del documental «Pedro, Mapitsi».



Figura 5. Entrada a la Aldea Ashaninka San Pedro de Marankiari. En la CC.NN. San Pedro Marankiari. *Still* del documental «Pedro, Mapitsi».



Figura 6. Pedro explica un libro que trata sobre la presencia adventista en la comunidad. *Still* del documental «Pedro, Mapitsi».



**Figura 7. Pedro y Brandon construyen un acueducto para la Aldea Asháninca.  
*Still* del documental «Pedro, Mapitsi».**



**Figura 8. Pedro se prepara para recibir a los visitantes en la Aldea Asháninca.  
*Still* del documental «Pedro, Mapitsi».**

