

LOS ESPÍRITUS INTERFACIALES. COMUNICACIÓN, MEDIACIÓN Y PRESENCIA EN EL CULTO A MARÍA LIONZA

ROGER CANALS
(*Universitat de Barcelona*)

En el campo de la informática, el concepto de “interfaz” hace referencia a una conexión física y funcional entre dos aparatos, circuitos o dispositivos independientes. La interfaz es así una membrana que hace posible el intercambio de información entre varios conjuntos operacionales. Por otro lado, “interfaz” designa todo aquello que permite la interacción entre el usuario y el ordenador: la pantalla, por ejemplo, es una interfaz en la medida en que posibilita al usuario adentrarse en el *hardware* de la máquina —y, al revés, hace posible que el ordenador transmita mensajes e instrucciones al usuario—. Finalmente, el término “interfaz” es ampliamente utilizado hoy en día en el ámbito de la realidad aumentada y la realidad híbrida¹ para designar el conjunto de herramientas, códigos y señales que hacen posible la visualización y navegación entre el mundo físico y el mundo virtual (por ejemplo, a través de dispositivos ópticos). Así pues, en términos generales, la “interfaz” puede definirse como una superficie de contacto o, dicho en otras palabras, como un espacio de comunicación multidireccional en el que los diferentes elementos o actores en juego se entrecruzan, afectándose mutuamente.

El concepto de “interfaz” ha sido recientemente incorporado al ámbito de las ciencias sociales. El antropólogo Stephan Palmié (2013),

1. En la realidad virtual uno se sumerge de lleno en el mundo virtual sin referencia alguna al mundo físico que rodea al usuario. Esto la distingue de la realidad híbrida o aumentada.

por ejemplo, ha utilizado este término para describir la propia naturaleza de la situación etnográfica —y, por extensión, de toda realidad social—. Así, Palmié define la “ethnographic interface” como una zona de contacto donde los diferentes actores involucrados (básicamente el antropólogo o antropóloga y “sus informantes”) no se limitan a “analizar” u “observar” la realidad de “los otros” sino que generan una nueva realidad como consecuencia de su interacción a través de acciones y actos de comunicación. La interfaz etnográfica constituye un proceso creativo y dialógico de aprendizaje mutuo. Es importante resaltar que en esta producción colectiva de significados siempre intervienen, en mayor o menor medida, agentes no directamente presentes en la situación etnográfica como, por ejemplo, los profesores o amigos de los investigadores, cuyas opiniones determinan, de forma más o menos consciente, sus decisiones, o, en el caso de muchas de las comunidades estudiadas históricamente por la antropología, los antepasados, que constituyen una parte integrante de la persona. Así, toda interfaz etnográfica posee un cierto grado de “presencialidad” y de “virtualidad”.

En una línea diferente, la ensayista Ingrid Guardiola (2018) ha propuesto recientemente el concepto de “interfaz” como una herramienta teórica para pensar nuestra experiencia mediática en el mundo globalizado contemporáneo, un mundo donde las técnicas de control social a través de imágenes y dispositivos electrónicos, el Big Data y el uso masivo de internet y las nuevas tecnologías han resultado en una permanente imbricación entre lo “físico”, “lo virtual”, “lo presencial” y “lo ausente”. Nuestro tejido de relaciones sociales puede definirse como una matriz en la que, a través de actos de comunicación, se cruzan continuamente una multitud de actores sociales de muy diversa índole —desde nuestros familiares o amigos íntimos hasta las grandes corporaciones que rastrear nuestras decisiones a través de nuestros aparatos tecnológicos—. A través de estos dispositivos interfaciales incidimos en el mundo y somos afectados por él.

La idea principal que quisiera exponer en este artículo es que la noción de interfaz —entendida en términos de una superficie de contacto donde “lo físico” y “lo virtual” se imbrican continuamente mediante actos de comunicación— puede resultar de utilidad a la hora de analizar el uso de las nuevas tecnologías por parte de los creyentes de las

llamadas “religiones afroamericanas”² y, más concretamente, del culto a María Lionza, una práctica religiosa originaria de Venezuela basada en la posesión espiritual por parte de espíritus y antepasados. Como mostraré, en el culto a María Lionza las redes sociales operan como un dispositivo relacional orientado a crear situaciones de copresencialidad entre creyentes, espíritus y antepasados con el objetivo de actuar sobre lo real.

Este texto está estructurado en cuatro partes principales. La primera consiste en una introducción a los conceptos de “mediación”, “confianza” y “verificación mediática”. La segunda aporta una breve presentación de las religiones afroamericanas y del culto a María Lionza en particular. En la tercera parte analizaré algunos de los usos que los creyentes de esta “religión” hacen de internet y de las nuevas tecnologías. Finalmente, dedicaré algunas reflexiones al concepto de “circulación”, básico para entender la lógica de la comunicación en las redes sociales y el mundo digital contemporáneo. Considero que ciertos aspectos de esta reflexión acerca del uso de las nuevas tecnologías en los cultos afroamericanos (como, por ejemplo, la íntima relación entre comunicación, mediación y ritualidad) puede hacerse extensiva a otros medios de comunicación (radio, televisión, prensa) y a otros contextos culturales (como, por ejemplo, el “mundo indígena”).

Este artículo es el resultado de una etnografía llevada a cabo a lo largo de más de quince años sobre el culto a María Lionza en Venezuela, Puerto Rico, Barcelona y en internet (Canals, 2017). En este sentido, uno de los elementos que he podido constatar a lo largo de este período es que existe una íntima continuidad entre la práctica del culto dentro y fuera de Venezuela, así como en el mundo “físico” y en el mundo *online*. Esta continuidad aparece con especial claridad cuando rastreamos itinerarios espirituales concretos. Por ejemplo, debido a la grave crisis económica que atraviesa Venezuela, algunos de los *marialioncero*s³ que conocí inicialmente allí se han mudado a Barcelona, donde continúan practicando el culto, haciendo a su vez un uso intensivo de las nuevas tecnologías para realizar rituales *online* con sus

2. Por “religiones afroamericanas” me refiero al conjunto de prácticas religiosas que surgieron en América y el Caribe a partir de la conquista europea como consecuencia del encuentro entre las prácticas sagradas indígenas, el catolicismo y los ritos aportados por los esclavos de origen africano.

3. Este es el término usado para referirse a los creyentes en el culto a María Lionza.

compañeros de culto residentes en su país de origen o en otras partes del mundo. Esta nueva lógica globalizada y deslocalizada del culto a María Lionza, que contrasta con la práctica altamente localizada que lo caracterizaba hasta hace solamente una década, desvanece la distinción clásica entre “centro” y “periferia”⁴ y obliga a integrar el estudio de los medios de comunicación como un elemento estructural de la práctica religiosa contemporánea.

A nivel metodológico, he tenido en cuenta para el presente artículo informaciones encontradas en internet en grupos de WhatsApp, Twitter y Facebook entre los años 2016 y 2019. He utilizado información extraída de cuentas de acceso público y de grupos cerrados donde participo regularmente, y donde siempre me he presentado como “antropólogo” (y nunca como “creyente” o “practicante”)⁵. Finalmente, algunas de las informaciones que aquí presentaré han sido obtenidas a través de una página web sobre el culto a María Lionza que puse en marcha en 2016 y a través de la cual los creyentes han podido mandarme información sobre sus prácticas rituales⁶.

MEDIACIÓN, PRESENCIA Y VERIFICACIÓN

Durante la última década, el concepto de “mediación” ha experimentado un importante auge en el campo de la antropología (Engelke, 2010). Este interés ha surgido en gran parte vinculado a los estudios sobre religión y, más concretamente, a raíz del uso abrumador y apasionado que muchos grupos de fieles han hecho de las nuevas tecnologías y los medios de comunicación. Así, autores como Meyer (2009) se cuestionaron la razón por la que la mayoría de los movimientos religiosos se habían adaptado tan fácilmente a las nuevas tecnologías (blogs, redes sociales, cine digital), incorporándolas con sorprendente naturalidad no solamente como estrategias de proselitismo y publicidad, sino, más radicalmente, como dispositivos de acción ritual. Esta apropiación de los medios por parte de la religión (entendida como como un sistema

-
4. Barcelona, Madrid o Miami son hoy en día espacios de producción de culto tan importantes como Caracas o Maracaibo.
 5. Salvo consentimiento explícito, usaré pseudónimos para referirme a los creyentes con quien he mantenido una relación a través de las redes sociales.
 6. Véase <www.marialionza.net>.

de creencias y prácticas referentes al ámbito de lo sagrado) parecía contradecir las clásicas tesis de herencia evolucionista según las cuales la supuesta “tecnificación” y “occidentalización” del campo social tenía que traducirse en un decrecimiento de los sentimientos de pertenencia religiosa. No solamente los nuevos medios de comunicación y las tecnologías de la imagen no han suplantado la experiencia de lo religioso, sino que parecen haberla incrementado.

Lo que sugieren estos autores (Houtman y Meyer 2012) es que la propia etimología de la noción de “medio” o “mediación” nos ofrece una pista para entender, al menos parcialmente, la afinidad existente entre los medios de comunicación y el ámbito de lo religioso. Mediar significa primeramente poner en contacto, establecer una relación entre dos o más agentes sociales. Esta idea de enlace es precisamente lo que define a la religión y al ritual en particular que, como sugiere Marc Augé (2003), puede entenderse como una doble estrategia de mediación o conexión: conexión “horizontal” entre los diferentes creyentes y relación “vertical” entre estos y los seres sobrenaturales con los que los “creyentes”⁷ interactúan. La religión es así un mecanismo de mediación o relación social que opera como un dispositivo de acceso a otros niveles de lo real mediante actos de comunicación (plegarias, rezos, cantos), que poseen a su vez una dimensión corporal y afectiva.

Otro elemento que han puesto sobre la mesa estos autores es lo que llaman “la paradoja de la mediación”. Como apunta Meyer (2011), esta paradoja consiste en el hecho de que la mediación solo funciona plenamente cuando se disuelve como tal en el acto de mediación. Por ejemplo, cuando hablamos por teléfono con una persona, el teléfono actúa como medio entre los dos hablantes. Sin embargo, mientras estamos hablando no tenemos la impresión de conversar con un dispositivo tecnológico sino directamente con la persona que está al otro lado de la línea. La mediación —y, por consiguiente, la comunicación— se logra al precio de que deje de percibirse como tal, dando lugar a una situación de (aparente) copresencialidad e inmediatez. Sin embargo, el hecho de que el medio actúe como conector entre las partes (y que se “diluya” en el acto de comunicación) no significa que no influya en

7. Pongo el término “creyente” entre comillas puesto que no es claro que su relación con seres sobrenaturales pueda describirse en términos de “creencia”. De hecho, en muchos de estos contextos, la gente no “cree” en los espíritus, sencillamente vive con ellos.

el desarrollo del proceso comunicativo, al contrario: por sus propias características materiales o tecnológicas, el medio determina (al menos parcialmente) el mensaje transmitido y el contexto de recepción —*the medium is the message*, que decía MacLuhan ya en 1964—. No se puede transmitir lo mismo por radio, por internet o a través de la prensa escrita. Tampoco atendemos a los mensajes proferidos por estos medios de la misma manera.

La conclusión de todo ello es que el medio de comunicación siempre se encuentra en una suerte de ambivalencia ontológica y funcional, a la vez disolviéndose en el acto de comunicación y determinándolo por sus propias características materiales y tecnológicas. Ello produce que, tanto desde la perspectiva del emisor como desde la perspectiva del receptor, opere una ambigüedad entre el medio como “simple” conector o el medio como agente autónomo. Por ejemplo, racionalmente sabemos que cuando escuchamos la radio no estamos oyendo a una “máquina hablante” sino que estamos escuchando a quién habla a través de ella. Sin embargo, tendemos a subjetivar o sustantivar al medio “diluyendo”, en este caso, el papel del emisor. Así lo dejan entrever expresiones como “escuchar la radio”, “mirar la tele” o “leer el periódico”. Esta sustantivación del medio es particularmente clara cuando se pierden los referentes de la relación mediática —es decir, en ausencia de situaciones de copresencia—. Cuando uno lee algo en el periódico (sin atender a quién lo ha escrito) tiende a afirmar que es el periódico quien lo “ha dicho”. De la misma forma se puede sostener que alguien ha oído algo “en la radio” o visto algún contenido “en internet”, omitiendo la cuestión de la autoría. En estos casos el medio es percibido como medio y emisor a la vez.

Finalmente, es importante resaltar que para que un medio funcione como tal, es indispensable que tengamos una cierta confianza en él. Confiar en el medio significa creer que puede actuar como un conector entre dos o más sujetos sin alterar significativamente los actos de comunicación. Cuando hablamos por teléfono con alguien, por ejemplo, creemos en la veracidad del dispositivo telefónico (aunque quizás no sepamos cómo funciona). Si no creyéramos en él —es decir, si no pensáramos que es a través del teléfono que estamos hablando efectivamente con la otra persona— no llevaríamos a cabo el acto de transmisión de información propio de todo acto comunicacional. Lo mismo ocurre cuando escuchamos la radio, miramos la tele o leemos un

periódico. Cada medio posee así un determinado capital mediático que hace que creamos más o menos en él, un capital que puede variar a lo largo del tiempo y en función de cada contexto cultural⁸. Los creyentes del culto a María Lionza, por ejemplo, tienen confianza en el tabaco como medio para adivinar el futuro, pero a veces desconfían de la capacidad de los medios digitales para lograr este fin, lo que requiere de ejercicios constantes de “verificación mediática” en el entorno virtual.

Todos estos elementos son relevantes para el estudio de los usos de los medios de comunicación en el culto a María Lionza porque, como mostraré más adelante, el uso que los creyentes hacen de estos medios se fundamenta en la posibilidad de contactar con los espíritus a través de ellos, es decir, de alcanzar situaciones de copresencialidad e inmediatez, “diluyendo” el medio. Lo que vemos sin embargo es que las propias características del medio influyen en la naturaleza de los actos de comunicación que se dan a través de él, como lo muestran los rituales “expres” a través de WhatsApp, inexistentes antes de la emergencia de este dispositivo. Observamos también cómo, en el caso del culto a María Lionza, difícilmente opera una sustantivación total del medio: como todo fenómeno ligado a la magia o a la religión, la cuestión de la autoría (el quién ha dicho qué) es ineludible, y de hecho los creyentes movilizan abundantes recursos comunicativos para poder rastrear la identidad de las personas (o espíritus) que profirieron ciertos mensajes. Finalmente, quisiera mostrar en este texto cómo el culto a María Lionza contempla una serie de procesos de verificación mediática orientados a reforzar (o cuestionar) la confianza en los medios digitales.

Antes de analizar el uso específico que hacen los creyentes del culto a María Lionza de las nuevas tecnologías es importante aportar algunas informaciones básicas sobre esta práctica religiosa.

EL CULTO A MARÍA LIONZA Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

El término “culto a María Lionza” designa una práctica ritual originaria de Venezuela basada en el contacto e interacción con una serie de “espíritus” o “entidades”, también llamados “hermanos”. El culto

8. Por ejemplo, hoy en días la creencia o confianza en la fotografía es muy menor a lo que era en tiempos de la fotografía analógica. De ahí todos los procesos actuales de *image-checking*.

reúne rituales de adivinación, curación e iniciación en los que la posesión espiritual es frecuente. María Lionza es la divinidad principal de esta práctica religiosa. Se trata de una figura poliédrica y cambiante, imaginada y representada de formas muy distintas: como una india cabalgando un tapir, como una reina blanca o mestiza, o como una santa católica, para mencionar solo algunos ejemplos. La pluralidad iconográfica de María Lionza es inagotable (Canals, 2017), como lo son también los mitos y leyendas sobre su origen. Nuevas representaciones y versiones sobre la diosa aparecen constantemente, sobre todo en internet, que se ha convertido en el lugar donde mejor se expresa la creatividad visual que caracteriza el culto.

María Lionza es acompañada por un vasto panteón espiritual constituido por innumerables cortes o grupos de espíritus. Así, encontramos la Corte Médica (compuesta por célebres doctores venezolanos), la Corte Malandra (que reúne antiguos delincuentes muertos en enfrentamientos con la policía), la Corte Negra (sede de los antiguos esclavos africanos) o la Corte Vikinga (donde hallamos a los vikingos que supuestamente llegaron a Venezuela antes de la colonización española), entre muchas otras. Todos estos espíritus tienen su representación material en forma de estatuilla o de estampa. Históricamente, los altares han constituido la principal forma de visualización material de las cortes del culto (Ferrándiz, 2004). Hoy en día, los altares tradicionales son complementados por lo que he llamado “altares digitales”, suerte de *collages* hechos por ordenador en los que los creyentes hacen visible su versión del panteón espiritual. Dichos altares digitales son muy populares en las redes sociales como Facebook.

Los espíritus que componen dichas cortes pueden “bajar” al cuerpo de los médiums —también llamados “materias”— mediante episodios de posesión espiritual. La posesión es más violenta según el espíritu que “baja” y según la forma de trabajar de cada médium. Los médiums pueden ser hombres o mujeres, y suelen ir acompañados de un asistente espiritual llamado “banco”. El culto a María Lionza contempla toda una serie de protocolos para determinar si una posesión espiritual es verdadera o falsa⁹. Esta serie de mecanismos de verifica-

9. Estos protocolos tienen que ver esencialmente con la amnesia después del ritual, el tipo de mirada que tiene el médium durante la posesión y la resistencia a ciertas pruebas físicas. El término utilizado para designar la posesión falsa es “platanco”.

ción mediática son análogos a los que luego describiré en relación a la práctica del culto a través de redes sociales como Facebook o Twitter.

En términos de composición social, la pertenencia al culto no se define por criterios raciales ni nacionales. Así, el culto reúne a seguidores autoidentificados como “indios”, “negros”, “blancos” o “mestizos”. Muchos son venezolanos, pero cada vez hay más seguidores de otras nacionalidades. Los grupos de culto reciben el nombre de “caravanas”. Cada caravana tiene un espíritu principal que la identifica (Negro Felipe, Indio Tiuna, José Gregorio, etc.). Este espíritu distintivo suele ser presentado en los perfiles sociales que las caravanas tienen en las redes sociales. Aunque el culto es practicado por personas de diferentes clases sociales (desde abogados y políticos hasta representantes los estratos más humildes), es innegable que históricamente esta práctica religiosa ha tenido un rol particularmente relevante entre las clases más desfavorecidas, operando como un mecanismo de resistencia, solidaridad social y supervivencia económica, lo que se conoce coloquialmente como “rebusque”¹⁰. La dimensión económica del culto está bien presente hoy en día en internet, donde numerosos médiums ofrecen lecturas de tabaco *online* e incluso “trabajos espirituales” a distancia.

En la literatura antropológica e histórica, el culto a María Lionza se ha considerado a menudo como un ejemplo de las llamadas “religiones afroamericanas” (Mintz y Price, 1976) o “afro-latinoamericanas” (Andrews 2004), cercanas a la santería cubana, al vudú, la umbanda o el candomblé (Régine y Hervieu-Léger, 2010). Sin embargo, esta asociación es solo parcialmente correcta y puede llevar a confusión. A diferencia de las religiones afroamericanas mencionadas anteriormente, el de María Lionza no es un culto con raíces directamente africanas, traído de África por esclavos durante la conquista y hoy en día practicado mayoritariamente por descendientes de africanos. Desde una perspectiva histórica, diferentes autores sostienen que el origen del culto se remonta a un grupo de prácticas sagradas amerindias de la época prehispánica originadas en la región de Yaracuy, en la parte oriental central de Venezuela, donde la práctica del culto es todavía hoy particularmente intensa (Barreto, 1990; Pollack-Eltz, 2004). Estos

10. Término utilizado para designar las estrategias inventivas de obtención de dinero mediante trabajo informal.

rituales consistían en la adoración de las divinidades femeninas asociadas al agua de los ríos, la serpiente y el arcoíris. La adoración se realizaba a través de pequeñas estatuillas que se han encontrado cerca de los lagos o dentro de cuevas (Barreto, 1998). Estas figuras desempeñaron un papel como divinidades de la fertilidad y la cosecha y, más en general, como fuerzas de la naturaleza, y se asociaron con elementos naturales (quebradas, árboles, el arcoíris) y animales (como la mariposa o la serpiente). Desde el inicio de la colonización española, estas prácticas religiosas recibieron la influencia del catolicismo. A lo largo de los años, el culto integró elementos católicos como la adoración de los santos, la cruz cristiana o la construcción de altares religiosos (Clarac de Briceño, 1996).

Con el tiempo, el culto a María Lionza, que se extendió por todo el territorio venezolano, incorporó algunas características de los cultos de origen africano que se practicaban en Venezuela, como el de San Benito y el de San Juan, particularmente populares en regiones con gran presencia de población de ascendencia africana, como el lago de Maracaibo o la región costera de Barlovento. Además, a finales del siglo XIX, el culto experimentó la influencia decisiva del espiritismo de Alan Kardec, que se introdujo en Venezuela a través de Brasil. Durante la década de 1950, y coincidiendo con el auge del petróleo, el culto a María Lionza, que hasta entonces había sido esencialmente rural, emigró hacia las grandes ciudades como Caracas. Con esta migración, comenzó a experimentar un proceso de africanización, debido a la influencia de la santería cubana, la umbanda y el palo mayombe, un proceso todavía hoy muy vivo (Ascencio, 2012). Es por esta razón que en otro texto (Canals, 2017) he definido el culto a María Lionza como un “culto afro-americanizado”, para hacer referencia al proceso histórico a través del cual esta práctica religiosa ha incorporado gradualmente elementos de algunos de las llamadas “religiones afroamericanas”.

Esta africanización del culto se contraponen actualmente a una corriente importante dentro del mismo que reclama un regreso a su carácter puramente “indígena”. Según este movimiento indigenista, que se define como un ejercicio de purificación moral y espiritual, la vinculación del culto a María Lionza con “lo africano” ha comportado una nociva desviación en relación a la “auténtica” práctica ritual. Esta corriente sostiene que el culto a María Lionza debería abandonar quehaceres hoy en día muy extendidos como el sacrificio animal,

la posesión espiritual o el toque de tambor, y adoptar una filosofía “chamánica” y ecológica, basada en el respeto a todos los seres vivos y a la naturaleza en general. Este acercamiento se enraíza con las cosmovisiones *new age*, cuyo contacto con el culto empezó ya en los años setenta. Ambas corrientes —africanista e indigenista— se oponen en el terreno de la experiencia cotidiana (las discusiones, a veces violentas, en los espacios de culto son frecuentes), pero también a través de las redes sociales donde los creyentes se critican mutuamente en interminables chats y foros, o a través de Facebook e Instagram.

La ausencia de censos religiosos hace difícil aportar un número aproximado de creyentes del culto. Sin embargo, lo que parece claro es que, al menos hasta hace poco, constituía la segunda “religión” de Venezuela detrás del catolicismo. Hoy en día es posible que el auge del evangelismo y la consolidación de la santería cubana hayan desplazado al culto a María Lionza. Lo que sí puedo atestiguar a partir de mi trabajo de campo es que su presencia en el espacio público venezolano ha decrecido notablemente en la última década, una invisibilización que contrasta con el aumento de su popularidad en internet. Esto se debe, en parte, a las agresivas campañas de las iglesias evangélicas emergentes, difundidas a través de las redes sociales y los programas sensacionalistas en muchos medios de comunicación diferentes, que han alimentado la creencia de que el culto es una guarida de delincuentes, prostitutas e ignorantes, en la que se realizan rituales siniestros e irracionales (Smilde, 2007). Frente a estos ataques los creyentes han tendido a replegarse. La crisis económica del país puede haber también influenciado en este decrecimiento de la práctica pública (pocas caravanas pueden permitirse el coste de desplazar a todos sus integrantes hasta espacios naturales alejados de sus lugares de residencia). En todo caso, asistimos a un proceso de privatización del culto, que se practica cada vez más en los interiores de las casas y en espacios de difícil acceso.

Es importante señalar que la indiferencia ante el culto mostrado por los gobiernos de Chávez (1999-2013) y Maduro (2013-) no ha ayudado a popularizarlo o a revertir el sentimiento hostil que muchos venezolanos y extranjeros tienen hacia él. Esta desatención por parte del gobierno no es algo nuevo. Desde la era de Gómez (1908-1935), hay registros de la hostilidad de los poderes políticos hacia esta práctica religiosa —una hostilidad que no impedía que, en secreto, la mayoría de

los representantes políticos establecieran “pactos” con María Lionza y sus cortes (Coronil, 1997)—. Desde el poder, el culto a María Lionza siempre se ha visto como un elemento potencialmente subversivo. El culto, sin voceros oficiales, libros o sacerdotes, ha sido históricamente ingobernable e incontrolable, y todos los esfuerzos para legalizarlo —y, por lo tanto, controlarlo— institucionalmente han fracasado de forma estrepitosa.

Este carácter marginal y antioficialista del culto permite entender que hasta la fecha sus seguidores no hayan gozado de radios, medios escritos o cadenas de televisión donde hablar o mostrar su práctica religiosa. El culto se ha desarrollado así con cierta opacidad y marginalidad, como una realidad subterránea de Venezuela. Como desarrollaré más adelante, esta es una de las razones que permite entender el entusiasmo con el que los creyentes han adoptado las nuevas tecnologías, cuyo uso individualizado y privatizado no precisa de permisos institucionales y escapa con cierta facilidad al control estatal.

Por ende, es importante resaltar que, como apuntaba anteriormente, el culto a María Lionza es hoy en día practicado más allá de las fronteras venezolanas. Particularmente notorio es la presencia de grupos de culto en países como Colombia, España o Ecuador. Nunca como hoy había habido tantos practicantes del culto a María Lionza fuera de las fronteras venezolanas. En ciudades como Barcelona la práctica del culto es muy clandestina, y se centra sobre todo en lo que yo he llamado los “rituales de ley” (Canals, 2020)¹¹. Otro elemento clave del ritual “en la diáspora” es el uso de las nuevas tecnologías como medios de comunicación, como explicaré en el siguiente apartado.

EL CULTO A MARÍA LIONZA EN INTERNET

Como acabo de mencionar, los creyentes del culto no han dispuesto históricamente de radios, prensa o cadenas de televisión. Esto no significa que el culto haya estado ausente en estos medios. En efecto, radios y televisiones venezolanas e internacionales han hecho numerosas referencias al culto, si bien las más de las veces en términos cla-

11. Los “rituales de ley” están orientados a cuestiones administrativas y burocráticas. Son habituales los ritos para obtener la nacionalidad española, para encontrar trabajo o para convalidar el permiso de conducir.

ramente peyorativos. Así, son conocidos los documentales “amarillistas” (efectistas) que muestran el culto como una amalgama de actos demoníacos e irracionales, próximos al obscurantismo y a la magia negra. Este tipo de reportajes son habituales en cadenas globales como National Geographic o BBC. En Venezuela, se han realizado algunos telefilmes y series de televisión sobre la figura de María Lionza, entre los cuales destaca el telefilm *María Lionza* (2006), protagonizado por la ex miss universo Ruddy Rodríguez y producido por RCTV¹², que batió récords de audiencia, y donde María Lionza aparece como una divinidad indígena capaz de conciliar a un pueblo venezolano sumido en una grave fractura social a raíz del auge del chavismo.

La mayor parte de los creyentes con los que yo he podido hablar conciben estas producciones como algo lejano, ajeno y hostil. No es el caso de algunos de ellos, que vieron en algunos de estos telefilmes elementos “verdaderos”, y que los integraron como mecanismo de transmisión del culto. Así, varias veces me ha ocurrido durante mi trabajo de campo que, al preguntar acerca de una cuestión del culto, el creyente me remitiera a una serie de televisión o una película de alto presupuesto para encontrar la respuesta. Estos son ejemplos de lo que propongo llamar “reapropiación mediática” —uso “local” y “estratégico” de contenidos difundidos por los medios de comunicación oficiales—. Otro ejemplo de reapropiación mediática es la suerte de “sincretización” que algunos creyentes han hecho entre María Lionza y el filme *Avatar* (2009) de James Cameron. María Lionza ha sido así interpretada como un “avatar” (como un doble) de la Madre Naturaleza o de alguna divinidad superior. Este tipo de hibridaciones visuales, muy frecuentes en internet, deben ser tomadas en consideración en una antropología de los medios. En vez de interpretarlas únicamente como una suerte de “colonización del imaginario” (Gruzinski, 1994), pienso que deben ser entendidas como ejercicios creativos de actualización mitológica a partir de la reapropiación local de contenidos mediáticos globales.

Sin radio, televisión o prensa escrita, las nuevas tecnologías e internet se han convertido en el medio de comunicación privilegiado

12. RCTV es una cadena explícitamente contraria al chavismo. Fue cerrada en 2007, aunque después siguió operando, con distintos nombres, a nivel internacional, encontrando diversos problemas legales con el gobierno venezolano.

para los creyentes en María Lionza. Particularmente importante son las redes sociales como Facebook, WhatsApp o Twitter. Este uso se ha incrementado sin duda alguna a raíz de la propia diáspora de la población venezolana, que ha dificultado las relaciones de copresencialidad, obligando a encontrar nuevos recursos comunicacionales. La naturaleza de las páginas web dedicadas a María Lionza es muy diversa. Una distinción importante es la que separa las páginas sobre el culto y las páginas del culto. Las primeras incluyen artículos académicos, anuncios turísticos de la región de Yaracuy, enciclopedias virtuales y blogs de todo tipo. Pueden ser gestionadas por creyentes o por agentes externos a la práctica religiosa. Estas páginas se oponen a las páginas del culto. Administradas por seguidores de María Lionza, estas páginas se conciben como parte integrante del proceso ritual, es decir, como una interfaz que hace posible el contacto entre una pluralidad de actores sociales.

Entre las páginas del culto encontramos en primer lugar las tiendas esotéricas *online*. Muchos de los recursos materiales que allí se venden (plantas, imágenes, velas, inciensos, aceites) son producidos fuera de Venezuela y distribuidos internacionalmente mediante una industria esotérica globalizada —China, por ejemplo, es ya productora de imaginaria afroamericana—. En internet es fácil encontrar también un gran número de blogs gestionados por creyentes, que se presentan a menudo como “estudiosos” del culto. En estos sitios, los creyentes presentan su visión acerca de la imagen de María Lionza. También contienen innumerables versiones sobre su mito de origen. Es frecuente también observar en ellas acusaciones a otros grupos de culto o a las iglesias evangélicas, muy hostiles en relación a esta práctica religiosa.

YouTube y Vimeo también se han erigido en un banco de datos de imágenes de María Lionza. Abundan las escenas de rituales filmados por los propios creyentes, lo cual implica un fuerte cambio en relación al régimen de visibilidad históricamente operativo en el culto —es decir, en relación a lo que podía ser visto públicamente y a lo que debía permanecer oculto—. Así, muchas prácticas que anteriormente era secretas o muy difíciles de presenciar (purificaciones, iniciaciones, sacrificio de animales), ahora son expuestas y visibilizadas por los creyentes mismos en las redes sociales. La cuestión del secreto y la opacidad ritual sigue presente en el culto (especialmente las que se relacionan

con la “magia negra”¹³), pero es innegable que la exposición mediática del ritual se está constituyendo como parte integrante del ritual mismo. A menudo parece como si una forma de rendir homenaje a los espíritus fuera precisamente a través de su propia exposición en los medios, es decir, como si el número de *likes* o de comentarios dejados en YouTube fuera no solamente una forma de valorar al grupo de culto responsable del ritual, sino también una manera de homenajear a los espíritus, incrementando su popularidad y su poder. Así lo sugieren muchos comentarios como “Gracias Negro Felipe”, “Qué bien que trabaja Eric (el Vikingo)” o “Muy agradecida Tibisay”, que se dejan en los foros de YouTube. Esta plataforma se convierte así en una superficie de contacto entre diferentes temporalidades (pasado y presente) y entre diferentes actores sociales (creyentes, estudiosos, detractores del culto, espíritus). En las redes sociales como Facebook esta dinámica interfacial es todavía más evidente.

EL CULTO A MARÍA LIONZA EN LAS REDES SOCIALES

A pesar de su presencia en ámbitos como YouTube o Vimeo, es en las redes sociales como WhatsApp, Twitter o Facebook donde el culto a María Lionza ha encontrado su ámbito de acción privilegiado.

Los seguidores del culto utilizan estas redes sociales para tres fines principales. En primer lugar, sirven para transmitir informaciones prácticas o compartir comentarios de carácter aparentemente “no religioso”. Uno encuentra así numerosos *posts* relativos a temas administrativos (alquiler o compra de apartamentos o coches), políticos (a favor o en contra del gobierno de Maduro), legales (obtención de permisos o titulaciones), laborales (acerca de cómo encontrar trabajo) o sobre problemas de seguridad ciudadana. Uno podría encontrar inapropiado que este tipo de comentarios circule en un foro del grupo que lleva el nombre de María Lionza o de otro espíritu del culto. Sin embargo, yo considero que es un elemento revelador del hecho de que “lo religioso” en este culto no constituye una esfera separada o separable de la “vida cotidiana”, sino que impregna todo

13. Me refiero a aquellos rituales que no se hacen para sanar un paciente, sino para atacar a otra persona.

el campo de lo social. Cuando los creyentes hablan de la situación política de Venezuela, del cumpleaños de una sobrina o de la inseguridad ciudadana están hablando de religión, sencillamente porque en todos estos eventos intervienen de una forma u otra las fuerzas y los actores sociales que definen el campo de “lo religioso” (médiums, “brujos”, espíritus, almas, antepasados). Las redes sociales ponen en evidencia la continuidad y la inseparabilidad entre “lo sagrado” y “lo profano”.

En segundo lugar, encontramos en las redes sociales conversaciones de carácter informativo u organizativo que tienen que ver explícitamente con temas relacionados con la práctica del culto. Esta información puede concernir, por ejemplo, el lugar donde se va a realizar un determinado ritual, así como los recursos materiales (imágenes, ofrendas, velones) que hay que llevar para su correcto desarrollo. Es también habitual ver comentarios reivindicando una versión del mito a María Lionza o una determinada representación de la diosa. Muchos tuits contienen comentarios acusatorios en los que se critica cierto grupo de culto por malas prácticas o donde se advierte contra la mala intención y el engaño de determinados brujos.

El tercer grupo constituye sin duda alguna el más significativo. Se trata de los actos de comunicación que se presentan explícitamente como una extensión de la práctica ritual y en los que intervienen directamente espíritus, almas o antepasados. Por ejemplo: cada vez es más frecuente que los creyentes pidan a través de las redes sociales lecturas de tabaco *online*. La lectura de tabaco es una práctica muy extendida consistente en “leer” la forma de la ceniza para adivinar el futuro de una persona o determinar las causas de algún mal. Muchos creyentes sacan fotos de sus tabacos y las publican en las redes sociales, pidiendo que alguien con autoridad haga una interpretación de la forma de la ceniza. Normalmente la petición recibe la respuesta de alguien con quien el “paciente” ya tiene una amistad previa (al menos virtual), y suele suscitar una cadena de comentarios en la que otros creyentes dan su punto de vista sobre la lectura.

Este es un claro ejemplo de lo que propongo llamar la “cadena de mediaciones”. En el culto a María Lionza, el tabaco constituye en sí mismo una estrategia de comunicación y mediación entre los creyentes y los espíritus. La palabra de los espíritus en la ceniza es luego leída por el médium, que actúa como una segunda mediación. En las redes

sociales observamos cómo a la mediación del tabaco y del medio se le añaden tres mediaciones más: la fotográfica, la de las redes sociales (*hardware* y *software*) y las opiniones de todas las personas que intervienen en la conversación que, en la medida en que influyen sobre la lectura final del tabaco, deben ser también consideradas como actos de mediación. Se establece así una cadena de mediación que permite y condiciona la comunicación entre espíritu y paciente. Algo similar ocurre en los *posts* donde se pregunta acerca de la interpretación de un sueño (en las religiones afroamericanas el sueño es una mediación entre hombres y espíritus que debe ser interpretada por un médium con autoridad), o cuando una materia¹⁴ poseída habla con creyentes que se encuentran en otro lugar a través de Skype. Los medios de comunicación se convierten así en una interfaz que pone en contacto diferentes agentes a través de una lógica comunicativa que va más allá del modelo clásico emisor→receptor, y que adopta una estructura matricial o reticular.

Por lo que a WhatsApp se refiere, es habitual ver médiums que ofrecen consultas “expres” 24 horas al día. Se trata de algo así como una suerte de consultorio espiritual permanente para cuestiones rápidas y urgentes. Este fenómeno también es observable en Twitter. Es habitual, por ejemplo, que algún seguidor del culto pregunte, a través de un grupo de WhatsApp, acerca de cómo curar el mal de ojo por envidia. Normalmente se le recomienda hacer una limpieza con miel y leche, y reventar una vela negra. Lo relevante es que habitualmente la persona afectada suele reescribir días más tarde confirmando que la solución ha funcionado, lo cual acostumbra a generar largas listas de comentarios, agradecimientos y referencias a los espíritus. Este tipo de comentarios confirmatorios, donde se reafirma la validez y eficacia del ritual *online*, actúa como lo que he llamado “procesos de verificación mediática”. Sirven para certificar la legitimidad del medio como dispositivo de presencia y, a la vez, certifican la calidad del médium y el poder de los espíritus. Es cierto que este tipo de comentarios existen en todo proceso ritual, pero en el caso de los rituales *online* (rituales

14. La materia o médium es la persona capaz de expulsar su espíritu y acoger en un su cuerpo el espíritu de un antepasado, de una divinidad o de un difunto. Hay médiums que solo pueden “incorporar” una clase específica de espíritus o entidades. Los que pueden incorporar toda clase de espíritus son conocidos como “materias universales”.

relativamente nuevos en los que no hay una relación de copresencialidad entre los diferentes sujetos participantes en el ritual) adquieren un sentido particularmente fuerte.

Otro de los recursos de verificación mediática que he observado es cuando los espíritus intervienen “directamente” a través de las redes sociales sin la participación de los creyentes. Circulan múltiples historias de entidades que han subido fotos o comentarios para comunicar con sus fieles. Esta suerte de epifanías digitales remite claramente a los incontables casos recogidos en la tradición católica (y en todas las religiones afroamericanas) acerca de apariciones marianas, visiones o movimientos milagrosos de íconos sagrados. Son episodios en los que el signo (o medio) se funde con aquello que representa (es decir, con su referente). El medio se diluye como medio para pasar a ser explícitamente una presentación del sujeto emisor, haciendo posible un contacto “no mediado” entre quien profiere el mensaje y quien lo recibe. Estos momentos de contacto inmediato —lo que Pierce llamaría “índices” (1994)— son necesarios para continuar confiando en el medio (y, en consecuencia, en las divinidades mismas) y constituyen algo así como el grado cero de la mediación. Son episodios que también ocurren en nuestra experiencia cotidiana. Por ejemplo: el efecto que se crea cuando un programa de radio llama directamente a las casas de los oyentes o cuando una emisión de televisión invita los espectadores a asistir en el plató es el de una verificación mediática. Tenemos entonces la certeza de que lo que comunica el medio existe en sí y fuera de él. En el caso de las nuevas tecnologías, y dada la reluctancia inicial de ciertos creyentes del culto a María Lionza hacia ellas en tanto que dispositivo de presencia, estos procesos de verificación mediática son particularmente importantes, y en todo ritual *online* siempre hay, a posteriori, un sinfín de *posts* atestiguando de la certeza del ritual llevado a cabo.

Por ende, el ejemplo que he descrito en relación al uso del WhatsApp para realizar rituales exprés pone también en evidencia cómo las características materiales y funcionales del medio (en el caso de WhatsApp: la brevedad de los mensajes, la inmediatez de la comunicación y la síntesis del contenido) determina, al menos parcialmente, las características del acto de comunicación y, en consecuencia, el desarrollo del ritual. El ritual presencial implica una serie de gestos y formalidades relativos al saludo, a la exposición de los problemas y

a la petición de permiso y ayuda a las divinidades. Leer un tabaco o hacer una consulta requiere a menudo mucho tiempo. WhatsApp ha contribuido a comprimir el tiempo ritual, aportando una nueva temporalidad mediática adaptada a las necesidades de los creyentes de hoy en día.

CIRCULACIÓN Y ACCIÓN

La circulación o distribución de información se ha erigido en uno de los elementos distintivos de la comunicación contemporánea. Es cierto que desde siempre han existido estrategias de circulación de la información (oralmente o a través de medios escritos o gráficos), pero en la era digital esta dinámica ha adquirido una nueva relevancia. Pongamos el ejemplo de la fotografía. Como argumenta Fontcuberta (2010), la fotografía digital, especialmente la que se hace con dispositivos móviles, es esencialmente una imagen hecha para ser compartida a través de las redes. La captación de lo real está supeditada a un acto de comunicación. Pero no solo hacemos fotos para compartir, sino que reenviamos fotos y textos que recibimos, a menudo resignificándolos a través de comentarios o fotos añadidas. Los usuarios de las redes sociales somos nodos de redistribución de información. Es importante en este sentido poner de relieve la dimensión creativa de la circulación de información, pues circular implica siempre resignificar el mensaje inicial ya sea incorporando contenidos visuales o escritos, ya sea por el simple hecho de introducirlo en una nueva red de relaciones sociales. El acto de circulación supone también una intensificación del carácter interfacial de los medios de comunicación digitales por cuanto conlleva extender la cadena comunicativa, incorporando a nuevos actores sociales.

En el culto a María Lionza encontramos numerosos ejemplos de circulación de la información. El usuario llamado Tres Potencias puso una vez una fotografía en Twitter de la montaña de Sorte, centro de peregrinaje de los creyentes en Venezuela, donde se veía un montón de basura. La imagen se fue “retuiteando” y creó un vivo debate. Inicialmente, la mayoría de los tuits consistía en críticas hacia los creyentes irrespetuosos con este medio natural, hasta que una creyente aprovechó la cadena de tuits para pedir perdón a María Lionza, rogándole

que intercediera en el problema. La conversación terminó desembocando en la organización de una caravana para limpiar la montaña de Sorte, una iniciativa que adquirió un sentido a la vez político, religioso y ecológico, y que ocasionó que muchos creyentes que antes no se conocían físicamente entrasen en contacto y terminaran entablando una relación presencial.

Circulan también por las redes sociales muchas versiones del mito de María Lionza. La mayoría de estas versiones incluye *links* a vídeos (a menudo anónimos) sobre el mito autoproducidos por los creyentes y que se encuentran en YouTube o Vimeo. Esto también implica un cambio substancial en términos de transmisión mitológica, pues históricamente, en el culto a María Lionza, era el médium de la caravana quien relataba la versión del mito al resto de los miembros del grupo y especialmente a los más jóvenes. Como muchos de estos vídeos no tienen autoría y son de dudosa fiabilidad, los creyentes recurren a la circulación de la información para llevar a cabo los procesos de verificación mediática. Así, cuando se retuitean estos vídeos piden a menudo la opinión de otros creyentes (o espíritus). Y así, poco a poco, y a través de los dispositivos interfaciales, el mito se transmite, se re-inventa y se actualiza.

Quisiera acabar este apartado sobre la circulación de información en las redes refiriéndome a mi propio trabajo. Surfeando por internet he encontrado varias fotos mías reutilizadas por los creyentes sin ninguna referencia a mi autoría. Los creyentes les introducen nuevos usos y significaciones, extrayéndolas del ámbito académico donde inicialmente las publiqué. Esto demuestra bien lo que decía el propio Palmié (2013) en la relación a la interfaz etnográfica: estudiar un hecho social implica, de una forma u otra, intervenir en él, generando una nueva realidad. Las redes sociales favorecen estos mecanismos de reapropiación y resigificación de la información, y los académicos no estamos exentos de ello.

CONCLUSIONES

Los medios de comunicación vinculados a las nuevas tecnologías —y en especial las redes sociales— constituyen un elemento central de la actual práctica del culto a María Lionza. Los creyentes de esta práctica

religiosa han explotado con entusiasmo las posibilidades del mundo digital como estrategia comunicativa y como dispositivo ritual.

Este entusiasmo se explica por diversas razones. La primera es de carácter “administrativo”: las cuentas en Twitter, Facebook o WhatsApp, o el uso de Skype, Vimeo o YouTube, no precisan de permisos institucionales o estatales (como sí la radio, la televisión o la prensa escrita), lo cual es importante para un culto que siempre ha vivido en una situación de persecución gubernamental y de marginalidad. Internet se adapta así particularmente bien al carácter subterráneo y descentralizado que siempre ha caracterizado el culto a María Lionza. En segundo lugar, existen razones de carácter económico para entender la presencia abrumadora del culto a María Lionza en internet: los medios digitales representan dispositivos poco costosos (la mayoría de ellos son gratuitos), que pueden ser fácilmente utilizados por las clases sociales más humildes, de donde proceden la mayoría de seguidores del culto a María Lionza. Las redes sociales presentan, en tercer lugar, la ventaja de ser medios de comunicación intrínsecamente relacionales. Con ello quiero decir que no se limitan a ser canales de difusión de información (como la televisión o la radio), sino que posibilitan la creación de comunidades virtuales en las que los miembros pueden intercambiar, a menudo en tiempo real, opiniones, imágenes y documentos acústicos. Este carácter dialógico de las redes sociales encaja particularmente bien con las necesidades rituales de los creyentes en María Lionza.

Aparte de estas razones, pienso que existe una cierta homología en términos funcionales u operativos entre el medio virtual y la propia naturaleza del culto a María Lionza. Internet es un ámbito extremadamente versátil y fluctuante, donde es muy fácil subir y modificar contenidos textuales, visuales o acústicos. Este carácter líquido e inestable del entorno digital parece adaptarse particularmente bien a la condición inventiva y transgresora del culto a María Lionza, un culto en movimiento continuo, siempre apto a incorporar nuevas imágenes, nuevos mitos y nuevos recursos rituales. Esto permite entender que en internet encontremos permanentemente altares digitales inéditos, grabaciones originales de toque de tambor, películas caseras relatando de forma novedosa los mitos de las divinidades o recreaciones estéticas de lo más irreverentes sobre María Lionza y sus cortes. Parece que es en internet donde los creyentes han encontrado un espacio de libertad

ritual y artística cada vez más difícil de lograr en las sociedades donde viven.

Por otro lado, el uso de las redes sociales por parte de los creyentes en el culto a María Lionza pone de relieve que los medios de comunicación no pueden ser pensados separadamente, sino como conjuntos de medios o redes mediáticas. Los medios se entrelazan y se complementan mutuamente. Así, es habitual en el culto a María Lionza (y en nuestra experiencia mediática en general) que informaciones inicialmente “subidas” en Facebook pasen luego a Twitter, después se comenten de viva voz y terminen siendo transmitidas en una conversación (o, en nuestro caso, un ritual) realizado vía Skype. En el caso del culto a María Lionza, habría que añadir a estos medios tecnológicos las estrategias de mediación propias del culto con las que las redes sociales interactúan constantemente: el tabaco, los sueños, los cuerpos de los médiums, las imágenes religiosas o los múltiples mecanismos de adivinación ritual (caracoles, cartas, café). Asistimos así a la emergencia de cadenas de mediaciones orientadas a poner en contacto diferentes agentes sociales que no se encuentran en una situación de copresencialidad. Unas cadenas, sin embargo, que exigen, en determinados momentos, de procesos de verificación mediática que certifiquen la fiabilidad del medio. Estos procesos de verificación son particularmente necesarios ante medios poco consolidados desde el punto de vista ritual, como son las redes sociales.

En resumen, en este texto he querido mostrar cómo, en el culto a María Lionza, los medios de comunicación constituyen estrategias rituales *per se*, en los que las entidades sobrenaturales y los creyentes interactúan constantemente incidiendo sobre el devenir de los acontecimientos. En este sentido, he propuesto entender los medios de comunicación dentro del culto como dispositivos interfaciales, un término voluntariamente extraído del campo de la informática y la realidad virtual que permite pensar cómo los medios operan como zonas de contacto y de comunicación entre diferentes actores y ámbitos de lo real, haciendo posible un intercambio multidireccional de información entre diferentes agentes a través del cual estos redefinen eso que Marc Augé llamó sus “identidades relativas”. Y es que comunicar no es solo informar: es ante todo definir quiénes somos, quiénes queremos ser y qué relaciones aspiramos a mantener con los demás.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDREWS, George Reid (2004): *Afro-Latin America, 1800- 2000*. Oxford: Oxford University Press. [Edición en español (2007): *Afro-Latinoamérica, 1800-2000*. Óscar de la Torre Cueva, trad. Madrid/Frankfurt a. M.: Iberoamericana/Vervuert.]
- ASCENCIO, Michaëlle (2012): *De que vuelan vuelan. Imaginarios religiosos venezolanos*. Caracas: Editorial Alfa.
- AUGÉ, Marc (2003): *Pour quoi vivons-nous?* Paris: Fayard.
- AZRIA, Régine/HERVIEU-LÉGER, Danièle (2010): *Dictionnaire des faits religieux*. Paris: PUF.
- BARRETO, Daisy (1990): “Perspectiva histórica del mito y culto a María Lionza”. *Boletín Americanista* 39-40: 9-26.
- CANALS, Roger (2017): *A Goddess in Motion. Visual Creativity in the Cult of María Lionza*. Oxford: Berghahn Books.
- (2020): “Spirits against the Law”. *Ethnos* 85.3: 507-531.
- CLARAC DE BRICEÑO, Jacqueline (1996): *La enfermedad como lenguaje en Venezuela*. Mérida: Universidad de Los Andes.
- CORONIL, Fernando.(1997): *The Magical State*. Chicago: The University of Chicago Press.
- ENGELKE, Matthew (2010): “Religion and the Media Turn. A Review Essay”. *American Ethnologist* 37(2): 371-79.
- FERRÁNDIZ, Francisco (2004): *Escenarios del cuerpo*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- FONTCUBERTA, Joan (2010): *La cámara de pandora*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Guardiola, Ingrid (2019 [2018]): *El ojo y la navaja*. Barcelona: Arcàdia.
- GRUZINSKI, Serge (1994): *La colonisation de l'imaginaire*. Paris: Gallimard.
- HOUTMAN, Dick/MEYER, Birgit (eds.) (2012): *Things: Religion and the Question of Materiality*. New York: Fordham University Press.
- JOHNSON, Paul C. (ed.) (2014): *Spirited things. The work of “Possession” in Afro-Atlantic Religions*. Chicago: Chicago University Press.
- MEYER, Birgit (ed.) (2009): *Aesthetic formations. Media, religion, and the senses*. New York: Palgrave Macmillan.
- MEYER, Birgit (2011): “Mediation and Immediacy: Sensational Forms, Semiotic Ideologies and the Question of the Medium”. *Social Anthropology* 19 (1): 23-40.
- MINTZ, Sidney/PRICE, Richard (1992 [1976]): *The Birth of African-american Culture*. Boston: Beacon Press.

- PEIRCE, Charles Sanders (1994): *Peirce on Signs: Writings on Semiotic*, James Hoopes, ed. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- POLLACK-ELTZ, Angelina (2004): *María Lionza, mito y culto venezolano*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- SMILDE, David (2007): *Reason to Believe: Cultural Agency in Latin America Evangelicalism*. Berkeley: University of California Press.
- PALMIÉ, Stephan (2013): *The Cooking of History. How Not to Study Afro-Cuban Religion*. Chicago: Chicago University Press.