

REPOSITORIO ACADÉMICO UPC

Chamanes en la red: Mercantilización de la cultura y uso de las redes sociales para proliferar discursos entorno a lo chamánico

Item Type	info:eu-repo/semantics/bachelorThesis
Authors	Rojas Alegria, Nicole Sofia
Publisher	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)
Rights	info:eu-repo/semantics/openAccess; Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International
Download date	24/05/2023 16:56:31
Item License	http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/
Link to Item	http://hdl.handle.net/10757/652545



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

**Chamanes en la red: Mercantilización de la cultura y uso de las redes
sociales para proliferar discursos entorno a lo chamánico.**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Comunicación y Periodismo

AUTOR

Rojas Alegria, Nicole Sofia (0000-0003-0075-3136)

ASESOR

Sánchez Dávila, Mario Elmer (0000-0002-8973-3678)

Lima, 4 de julio de 2020

DEDICATORIA

Para Segundo, quien en vida soñó con verme graduada.

Para María, quien aún no se encuentra con Segundo,

pero lo recuerda a cada instante y me motiva a

nunca dejar atrás mis sueños.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco la paciencia y la fe que cada una de las personas más importantes de mi vida ha tenido durante este último año, especialmente desde que llegó el COVID-19 a Perú. Estos meses han sido más agobiantes que los anteriores y no hubiera podido superar cada una de las crisis que he experimentado sin ayuda de las personas más maravillosas que la vida me ha regalado.

En primer lugar, a mi madre Ana, por haber estado conmigo cada madrugada, calmándome, dándome su apoyo incondicional. A mi abuela María, por seguir a mi madre y motivarme siempre, sobretodo recordándome lo importante que es para mí dar este primer paso fuera de la universidad para enfrentarme al mundo.

A mi hermano Luis que, pese a su poca capacidad para expresar algunas emociones, me preguntaba por mi trabajo y me hacía reflexionar sobre todo el avance que semana a semana he logrado. A mi papá, por alegrarse con cada buena nota y no juzgar mi desempeño, porque no hay ningún obstáculo que no pueda vencer, porque si él pudo salir adelante sin tener ni un sol, yo también.

A mi novio Snehider, por amanecerse conmigo siempre, por cuidar de mí y no dejar que me rinda ni un segundo. Por ser mi alarma, mi guía, mi consejero. Agradezco no haberle pedido nada y que haya hecho todo lo que necesite para mantenerme fuerte, porque sé que él sabe cada una de las palabras que contiene este trabajo de investigación y cuanto me ha costado mantenerme en paz.

A mi asesor de tesis Mario, por guiarme, por confiar en un tema que me interesa, por motivarme a seguir investigando y recomendarme siempre más y más lecturas.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación evidencia la migración del mundo entorno a lo chamánico a las redes sociales. Esa migración ha permitido una mercantilización de la cultura; es decir, ha hecho más fácil la venta de este mundo entorno a lo chamánico a través web. Cada uno de los personajes analizados en la investigación difunde un determinado discurso entorno a lo chamánico que se construye a través de diversos elementos como la vestimenta, los instrumentos musicales, un determinado tono de voz o gestos. Estos discursos antes podían ser difundidos en espacios físicos; sin embargo, gracias a las redes sociales ahora pueden ser anunciados de manera virtual. En la actualidad, estos ‘‘chamanes’’ difunden contenido en redes sociales que evidencia un trabajo de producción, edición y conocimiento web, lo que les permite convertirse en creadores de contenido con un fin netamente mercantil.

Palabras clave: Chaman, mercantilización de la cultura, redes sociales, discurso entorno a lo chamánico.

Shamans on the net: Mercantilization of Culture and use of social networks to proliferate
discourses around the shamanic

ABSTRACT

This research work shows the migration of shamanic work shows the migration of shamanic world to social networks. This migration has allowed a commodification of culture; that's to say, it has made it easier to sell this world around the shamanic through the web. Each of the characters analyzed in the research disseminates a certain discourse around the shamanic that is constructed through various elements such as clothing, musical instruments, a certain tone of voice or gestures. These discourses could previously be broadcast in physical spaces, however, social networks can now be advertised virtually. Currently, these "shamans" disseminate content n social networks that evidences a production, editing and web knowledge, allowing them to become content creators for a purely commercial purpose.

Key word: Shaman, commodification of culture, social networks, shamanic, discourse

TABLA DE CONTENIDOS

1	CAPITULO I: introducción	1
1.1	Problema de investigación.....	2
1.2	Pregunta de investigación.....	2
1.3	Objetivos.....	2
1.3.1	Objetivo general	2
1.3.2	Objetivos específicos.....	2
1.4	Justificación	3
1.5	Aporte	4
1.6	Contextualización	6
1.7	Metodología.....	7
2	CAPÍTULO II: ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	8
2.1	Chamanismo y espiritualidad en la era de internet.....	8
2.2	Mundo web	12
2.3	Chamanismo: Practica ancestral	13
3	CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO.....	15
3.1	Redes sociales.....	15
3.2	Chamán.....	16
3.3	Trance	16
3.4	Ritual	17
3.5	Turismo místico.....	18
3.6	Discurso.....	18
3.7	Era digital	19
3.8	Identidad virtual.....	19
4	CAPÍTULO IV: ANÁLISIS	20
4.1	Mercantilización de la cultura en la web	20
4.2	Discursos en los perfiles entorno a lo chamánico.....	28
4.3	Uso de redes sociales para transmitir discursos.....	45
5.	CAPÍTULO V: CONCLUSIONES.....	54
6	REFERENCIAS.....	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Publicación del Chamán Qénte.....	22
Figura 2. Publicación del Chamán Peruano	22
Figura 3. Publicación del Chamán Peruano II.....	23
Figura 4. Publicación del Chamán Peruano III	20
Figura 5. Publicación del Vidente de Nacimiento José.....	24
Figura 6. Publicación del Vidente de Nacimiento José II.....	24
Figura 7. Publicación del Vidente de Nacimiento José III.....	25
Figura 8. Publicación de Mayahuasca Shaman José Luis	15
Figura 9. Publicación de Mayahuasca Shaman José Luis II	20
Figura 10. Publicación de Mayahuasca Shaman José Luis III.....	26
Figura 11. Chamán Qénte transmitiendo en vivo.....	29
Figura 12. Chamán Qénte en cueva	31
Figura 13. Chamán Qénte haciendo conjuro	31
Figura 14. Vidente de Nacimiento José en Laguna Negra.....	32
Figura 15. Vidente de Nacimiento José fotomontaje laguna	33
Figura 16. Vidente de Nacimiento José realizando curación	33
Figura 17. Chamán Peruano realizando virtual.....	35
Figura 18. Chamán Peruano junto a maestro realizando ritual	37
Figura 19. Chamán Peruano junto a comunidad	38
Figura 20 Chamán Peruano en ritual con comunidad	38
Figura 21. Mayahuasca Shaman José Luis meditando.....	39
Figura 22. Mayahuasca Shaman José Luis dando consejos a seguidores	40
Figura 23. Mayahuasca Shaman José Luis transmitiendo en vivo.....	41
Figura 24. Promoción de Chamán Qénte	47
Figura 25. Foto de perfil de Facebook de Chamán Qénte.....	47
Figura 26. Chamán Peruano realizando ritual en laguna	48
Figura 27. Chamán Peruano al lado de Jorge Muñoz	49
Figura 28. Publicidad de amarres de Chamán Peruano.....	49
Figura 29. Publicidad de Chamán Peruano con número	50
Figura 30. Publicidad de Chamán Peruano para amarres.....	50
Figura 31. Fotomontaje publicidad de Vidente Nacimiento José	51
Figura 32. Publicidad de Vidente de Nacimiento José anunciando rituales	52
Figura 33. Mayahuasca Shaman José Luis en sesión Mayahuasca.....	52
Figura 34. Participantes de sesión Mayahuasca	54

1 CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

Los chamanes son una parte importante de nuestra historia ancestral. Con sus rituales, costumbres y creencias, nos han transmitido la idea de que son unos doctores espirituales capaces de sanarnos de cual mal que nos impide ser felices. Ellos, son considerados como el nexo entre el mundo espiritual y terrenal, lo que les permite ayudarnos, ser nuestros guías y también nuestros adivinos.

Más allá de lo que es y lo que no es ser chamán, algunas personas mantienen la idea de que estos personajes que proliferan un discurso entorno a lo chamánico son efectivos, por lo tanto, acuden a ellos con el fin de contarles sus problemas en busca de una solución mágica que diagnostique, cure y advierta todo mal. Aquellos “chamanes” tradicionales se ubicaban en espacios físicos como galerías, pueblos recónditos o incluso ferias a los que la gente acudía, y quizás continúa acudiendo, para solucionar lo más pronto posible sus problemas.

Este mundo entorno a lo chamánico no se ha limitado y hoy podemos observar cómo ha migrado a espacios digitales. Esta adaptación ha mantenido algunas costumbres, creencias, rituales y objetos simbólicos usados por generaciones, pero también ha incluido el uso de herramientas digitales las cuales hoy permiten a estos personajes desarrollar contenido en la web y difundir un discurso diferente, mucho más elaborado, pero sobre todo más actualizado.

Hoy en día, ya no es necesario que quienes tienen fe en estas prácticas acudan a un espacio físico, sino que solo con un par de clics puede consultar y hasta pagar por servicios de estos doctores espirituales. Ellos, para atraer a más clientes, han aprendido a utilizar las diversas herramientas que las redes sociales ponen a nuestra disposición, pero también han incluido un trabajo de producción y edición que constituye estos discursos chamánicos los cuales son mostrados ante el público virtual.

Conocer cómo se forman estos discursos ayuda a entender la manera en que la comunicación digital es accesible incluso para culturas ancestrales. Aquellos personajes que difunden un discurso entorno a lo chamánico; por ejemplo, han logrado adaptarse a esta nueva forma de comunicación y no perder la esencia de sus rituales, vestuarios y creencias, pero sí sumarles nuevas características que esta vez sólo son posibles en un ámbito digital.

Las prácticas chamánicas continúan siendo vigentes en nuestro país, pues no es extraño que, en fechas especiales como fin de año, los diversos medios transmitan estos rituales en señal abierta. Normalmente, se pueden ver reportajes, entrevistas y hasta secciones completas dedicadas a las limpiezas para la buena suerte, las lecturas de carta de tarot o los amarres. Este mundo entorno a lo chamánico no solo es nacional, ya que también es recurrente saber de turistas que vienen en busca de hacerse una limpieza o experimentar con el Ayahuasca. Todas esas prácticas que aún se practican en nuestro territorio, han migrado a las redes sociales, muchas veces con el fin de publicitarse y obtener un beneficio económico.

1.1 Problema de investigación

Las redes sociales permiten difundir una gran variedad de temas. Dentro de ellos, existen personajes que han optado por crear contenido relacionado al chamanismo. En ese sentido, se desconoce el discurso entorno a la práctica chamánica que dichos personajes proliferan en diversas plataformas digitales.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cuáles son los discursos entorno a la práctica chamánica que existen en plataformas digitales?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar los discursos entorno a la práctica chamánica que utilizan diversos personajes en plataformas digitales.

1.3.2 Objetivos específicos

- Lograr definir qué es el chamanismo y cómo la esencia de estas prácticas tradicionales permanecen en el tiempo para, ahora, ser trasladadas a diversas plataformas digitales.
- Reconocer cuatro personajes que generen constantemente contenido audiovisual con un discurso entorno a lo chamánico.

- Identificar las prácticas entorno a lo chamánico difundidas en plataformas digitales.
- Definir cuáles son las prácticas entorno al chamanismo que se mantienen vigentes en las plataformas digitales.
- Reconocer los métodos que utilizan los personajes para crear contenido.
- Identificar cómo estos personajes transmiten sus prácticas entorno a lo chamánico
- Comparar, entre ellas, las estrategias de los cinco personajes para generar contenido audiovisual entorno a lo chamánico.

1.4 Justificación

El tema a desarrollar es importante, porque representa la migración de las prácticas y creencias ancestrales, en torno a lo chamánico, un entorno digital. Este discurso, proporcionado por las cuatro personas incluidos en el estudio, genera un impacto en la comunidad, quienes puede, libremente, acceder al contenido que ellos proporcionan en redes.

El discurso entorno a lo chamánico se ha trasladado a un plano ancestral. Es decir, aquellas prácticas que usualmente se encontraban en un entorno físico, ahora también funcionan en las redes. En ellas, podremos ver cómo las personas crean contenido innovador para atraer a sus clientes. Ese contenido, está plagado de rituales, vestimenta, música y hasta espacios geográficos que intentan relacionarse con el mundo del chamanismo.

El tema es necesario socialmente, ya que busca analizar un fenómeno que lleva años apareciendo y dominando la sociedad. La migración de nuestras costumbres, gustos y aficiones al mundo digital cobra importancia para entender el mundo que antes existía y compararlo con el mundo en el que vivimos hoy. En este caso, este tema servirá para visibilizar cómo el discurso entorno a lo chamánico sobrevive a esta migración, sin dejar de lado aquellos rituales, vestimentas o conjuros que los caracterizan. El estudio también es necesario socialmente, porque permite evidenciar que el mundo virtual es versátil, innovador y promueve la creatividad. Poco a pocos, estos personajes que difunden un mensaje entorno a lo chamánico, han logrado venderse a través de las redes utilizando las mismas palabras, tonos de voz o vestimentas, pero esta vez mezcladas con edición audiovisual.

El estudio Digital In realizado elaborado por We are Social y Hootsuite (2019) indica que el 83% se encuentra usualmente conectado en al menos una de sus redes sociales durante el día.

También señala que el tiempo promedio que se encuentra online es de 2 horas con 16 minutos por día. En ese sentido, podemos entender que la cantidad total de tiempo que se invierte en redes es bastante. Este tiempo equivale, básicamente, al tiempo que demoraría ver una película diaria.

El tema a desarrollar es novedoso, porque se ha escrito muy poco sobre este grupo de creadores de contenido que se encuentran usando las tecnologías en las redes para poder comunicarse con su público o atraer más de este. Además, poco se conoce de cómo estos personajes que proliferan este discurso entorno a lo chamánico logran difundir sus prácticas empleando estrategias de comunicación digital.

Cabe también resaltar que la propuesta de investigación es viable en tanto se entienda que existe contenido bibliográfico disponible acerca de la cultura chamánica, mientras que el acceso a las plataformas digitales en donde se realizará el trabajo de campo es libre.

1.5 Aporte

Considerando exclusivamente artículos académicos o noticias, se puede decir que la mayoría que tratan temas con respecto a lo chamánico, está directamente relacionado a las estafas que diversos personajes realizan en las redes sociales. La mayoría de las notas, reportajes o artículos, hablan de estafas colectivas nacionales e internacionales que personas, bajo la careta de un chamán, logran concretar a sus víctimas. También, se pueden observar discusiones en donde se pone a tela de juicio la veracidad de las prácticas chamánicas que estos personajes ofrecen a través de plataformas digitales. El tema del chamán en las redes sociales, es tocado por el lado mediático - morboso para juzgarlos o satanizarlos.

Un ejemplo reciente, podría ser el de una nota publicada por el diario "El País" Sahuquillo (2019) de España, en donde el titular " El chamán que quería exorcizar a Vladimir Putin" se convierte en una demostración de la idea que se tiene en cuanto a lo que representa el chamán para cierto sector de la sociedad. El artículo cuenta como este chamán se volvió viral en las redes sociales por sus comentarios con respecto a la intención que tenía de exorcizar a Putin.

El Artículo "Psychedelic Culture: one or many?" publicado por el escritor y periodista Erik

Davis (2001) menciona que hablar del chamán es hablar de todo y nada a la vez. Anuncia el chamán viene a ser algo así como una conexión de un mundo místico, ancestral con el mundo exterior. El chamán, en ese sentido, viene a ser parte de un pensamiento abstracto que persiste en la sociedad. Davis considera que el chamanismo, en sí mismo, es muy tecnológico y se presta como para poder ser trasladado a un mundo moderno como el que vivimos en la actualidad.

Precisamente, esta misticidad de las practicas realizadas por chamanes, como podría ser una pasada de cuy para determinar si existe o no una enfermedad, se presta para poder ser trasladada y entendida en la modernidad; es decir, el mundo digital que ahora conocemos. El chamán logra utilizar el cuy como objeto que envuelve todas aquellas dolencias del paciente que va a todos los hospitales y no encuentra que tiene, bajo esa premisa, este le cree al chaman la enfermedad o la aporte de su cuerpo que se encuentra afectada porque le tiene fe, porque le cree, pero más que todo porque el propio chamanismo, en su estado natural, logra poder captar todas esas tecnologías que quizás sepa por conocimiento, experiencia o azar, para reflejarlas y atribuirles al elemento utilizado, para este caso, el cuy. El escritor cuenta que este efecto placebo es satisfactorio de ver; es decir, atrae, engancha y causa curiosidad pese a que no se crea realmente en él.

Poder entender al chamanismo como una comunidad o conjunto de creencias y prácticas que proliferan el encontrar la cura a las afecciones y problemas de la gente, ayuda a encontrarle sentido al por qué el chamanismo sigue siendo tan rentable o efectivo cuando se intenta producir contenido sobre él. Es decir, si existen negocios, ferias o anuncios publicitarios dedicados al chamanismo, existe entonces personas que creen o tienen curiosidad por ver cómo y de qué manera los llamados chamanes intentan o logran sanar los problemas de quienes lo solicitan. Ver a un personaje vestido con muchos colores o con un manto con bordados típicos de nuestro país resulta atractivo, mucho más atractivo podría resultar ver a este mismo personaje escupiendo ante la gente brebajes, utilizando plantas para ‘limpiar’ a las personas de los males, exagerando su voz e invocando mediante frases ritos que, según su cultura, ayudan a eliminar la infelicidad de la vida de las personas.

1.6 Contextualización

El ser humano tiene necesidad de comunicarse a través de la palabra, mediante ella, difunde sus creencias, pensamientos y emociones. Esta oralidad, cobra, bajo ciertos escenarios, importancia vital para lograr el entendimiento, e incluso, para generar un determinado discurso. Las iglesias; por ejemplo, utilizan la palabra hablada para poder difundir y persuadir en los ciudadanos en orden de adoctrinarlos. El antropólogo Josep María Fericgla afirma:

“El Santo Daime, la União do Vegetal o las Iglesias peyoteras norteamericanas transmiten toda su doctrina por medio de la palabra hablada.” Josep Fericgla (2000)

Tal y como estas iglesias difunden su doctrina a través de la palabra, los chamanes, como grupo que difunde creencias y prácticas ancestrales, podría ser comprendido como una doctrina que, por medio de la palabra, se difunde y fortalece. Desde este punto de vista, podemos entender que comprender la oralidad, como doctrina en el discurso chamánico, es vital para poder analizarla.

Cabe resaltar que es necesario entender las principales características orales que los chamanes utilizan para generar sus discursos. Por ejemplo, la identificación emocional, presente en las difusiones y rituales que los chamanes realizan. Fericgla menciona que esta característica es evidenciada cuando los chamanes llegan a llorar o emocionarse al hacer sus ritos o contar relatos místicos. Es decir, ellos causan estas emociones con el fin de que el cliente, o el posible cliente, pueda sentirse identificado emocionalmente con lo que el chamán predica. A ello, el autor le atribuye la necesidad de los chamanes a crear un contexto que permita generar esas sensaciones o; por ejemplo, usar una determinada entonación que ayude a esta identificación.

Otra característica mencionada es la repetición de las mismas creencias y costumbres entorno a estas prácticas chamánicas. Pocas veces se enseñan nuevos conocimientos o existen pocas noticias. Casi siempre, suele ser el mismo discurso repetido una y otra vez.

Se podría entender esta última característica, una vez más como un claro ejemplo de que la palabra o el discurso chamánico está relacionado directamente con la doctrina que diversos grupos religiosos profesan y difunden ante la sociedad. Pocas veces existen cosas más allá de lo que ya está dicho.

El estudio antropológico realizado por Patrice Bidou y Michel Perrin (2000) “Lenguajes y palabras chamánicas: Chamanismo y simbolismo onírico en el pueblo Achuar”, recuerda; por

ejemplo, que para estudiar el discurso chamánico, será necesario primero entender todo lo que este comprende. Se menciona que el chamán ha sido, desde siempre, el poderoso encargado de revertir el mal, de curar a quién parece no tener esperanzas para sobresalir de alguna situación, pero también el personaje más conectado con lo mítico, que dice o pretende hacer creer al resto que conoce absolutamente todo o que sus ancestros lo han conocido. Este personaje se vende como un ser intelectual, poderoso, que tiene capacidad o “luz divina” para poder tomar acciones sobre lo que parece irreversible. Los chamanes también repiten historias míticas que son expuestas a sus seguidores o clientes, pero es justo ahí donde nace el discurso de estos personajes, ya que ellos se incluyen en las historias mediante intervenciones entre el tema que están hablando en orden de poder aportar o hacer un comentario relacionado a sus prácticas chamánicas. De esta manera, logran justificar el contar estas historias al igual que sus intervenciones sobre el tema.

1.7 Metodología

Para la investigación se realizará un proceso de observación de cinco creadores de contenidos que difunden discursos entorno a lo chamánico en diversas plataformas digitales. Los personajes a estudiar serán: Vidente de Nacimiento José, Chaman Peruano, Chamán Quéte y Mayahuasca Shaman José Luis.

De cada uno de los perfiles mencionados, se seleccionarán las publicaciones que puedan contribuir mejor al desarrollo de la investigación. Este proceso de selección tendrá como criterio la calidad y contenido que tenga cada publicación, ya que contar con los mejores ejemplos que evidencien el uso de las herramientas de las diversas plataformas digitales, ayudará a generar y mejor análisis del discurso de la práctica chamánica.

Finalmente, se tendrán en consideración artículos académicos, libros y tesis relacionados al tema de investigación. Estos proyectos ayudaran a poder; por ejemplo, definir que es el chamanismo, como funciona esta cultura y de qué manera es transportada o entendida por la sociedad. También los diversos estudios ayudaran a entender como las tecnologías de información, tal y como son las redes sociales, permiten dar un espacio óptimo para que las personas creen contenido de manera rápida y efectiva. Además, servirán como guía para comprender como existe y persiste este fenómeno de los chamanes en las redes sociales en el mundo digital, ya que este nuevo sector que se dedica a la creación de contenidos, mantiene el esquema, tradiciones, costumbres, practicas, entre otros aspectos relacionados a las antiguas creencias y prácticas chamánicas ya conocidas en la sociedad.

2 CAPÍTULO II: ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1 Chamanismo y espiritualidad en la era de internet

Neochamanismo y tecno espiritualidad: El caso del movimiento “trance” en Andalucía.

Lagunas y Bozano (2014) recalcan que el chamanismo ha sido descrito y definido, por muchos especialistas, de diferentes maneras; sin embargo, existen ciertas similitudes que pueden tomarse como referencia para ser tomadas como un concepto general. En primer lugar, el chamanismo es una visión bipolar del mundo, combina, de acuerdo a lo que se necesite, el mundo terrenal y lo no material. En segundo lugar, la lógica chamánica propone que este personaje sea una conexión entre ambos mundos anteriormente mencionados. Finalmente, el chamanismo es una institución social. Esto justificaría su necesidad de adaptarse a la sociedad con el tiempo.

Ante estos cuestionamientos acerca de lo que es y no es un chamán los autores afirman que surge un nuevo concepto denominado Neochamanismo, este atribuye a la labor de un chamán convencional, un nuevo fin comercial. Esta nueva era considera el multiculturalismo como un buen negocio, pues está de “moda” estas mezclas culturales, muchas veces relacionadas con el arte.

El tecnochamanismo, por su parte, concibe a la tecnología como el espacio primordial en donde diversas prácticas culturales se desarrollan. Internet funciona, para los chamanes, como un medio en donde poder expresarse, formar y amplificar conciencias tiene verdadero sentido. Es decir, se logra una mejor difusión de prácticas y creencias y cada innovación tecnológica en las redes puede servir más para sus objetivos. Los tecno chamanes; además, se valen de la tecnología para lograr penetrar en la mente de sus usuarios y conseguir que ellos lleguen a creer en sus verdaderos “poderes”. Esto lo logran a través de la música o la danza e incluso emisiones de dispositivos tecnológicos.

Magia y Superstición en la era de Internet

Arroyo (2006) menciona que el internet, en sí mismo, es un artefacto cultural, puesto que comprende un solo espacio que puede ser varios a la vez; es decir, internet comprende diversos grupos que se encuentran denominados como páginas web, plataformas digitales, etc. Internet comenzó a ser únicamente de uso bélico, pero su versatilidad y funcionalidad logró que, hoy en día, pueda ser reconocido como el principal medio de comunicación. La red que ha sido posible gracias al internet, ha logrado las mil y un maneras establecer contacto con diversas personas que quizás tienen nuestros mismos gustos o preferencias ante determinado tema. Como consecuencia, terminamos formando parte de una comunidad.

La autora resalta que, al ser internet mucho más que un artefacto tecnológico, se logra tener una comunicación más óptima y en cierto modo más libre. Internet es funcional para quien lo decide usar, es barato, es cómodo y se siente seguro. Por ello, manifestaciones mágicas, religiosas o de superstición, han logrado encontrar en el internet una cuna de infinitas posibilidades para difundir contenido y lucrar o brindar enseñanzas a sus respectivos públicos objetivos. En el estudio esta nueva corriente que ha nacido en la web se denomina Netlore es decir internet y folklore combinados, esta vez, para crear contenido totalmente distinto al acostumbrado, en esta nueva forma de comunicarse.

Neo chamanismo: el ritual transferido

Lombardi (2011) admite que cuando hablamos de chamán nos referimos a una persona que, es un experto en curar a personas que lo necesitan a través de rituales. El concepto que conocemos como neo chamán es diferente, ya que cuando se utiliza este término uno se refiere a una manera más occidentalizada de ver a estos chamanes tradicionales. Es decir, ya es posible mezclar las prácticas ancestrales con las técnicas de psicoterapia moderna. El neo chamanismo altera o exagera las prácticas, ritos y discurso en general de los chamanes tradicionales para que la figura del chamán sea idealizada, considerándose efectivas y modernas. De esta manera, es posible que se construya una nueva forma de chamanismo que es construido a través de la nueva vida virtual en donde las comunidades permanecen y se relacionan mediante la web.

Esta nueva forma de hacer chamanismo, dice Lombardi (2011), elimina las barreras que existían acerca de que el fiel tenía que buscar al "experto"; es decir, el chamán, pues ahora son ellos quienes viajan mediante las redes con sus creencias, ritos y enseñanzas. El internet, esta vez nos permite ver cómo estos personajes difunden un discurso entorno al chamanismo. También, es importante mencionar que los chamanes, cuando se trasladan, tienen que tener un

primer contacto virtual con quien lo requiere, pues este se vuelve un medio indispensable en la actividad chamánica de nuestros tiempos. Ahora existen opciones que permiten buscar que especialista se adapta más a las expectativas de quien lo busca; por ello, es necesario tener un buen perfil que, a manera de currículum, logre hacer sentir al usuario que necesita de ese experto.

Chamanismo: El pasado en el presente.

Mingo (2007) menciona que: “ ¿Qué es el chamanismo? Este vocablo deriva de la palabra de origen tungús saman. La etnia tungús habita extensas áreas de las estepas siberianas orientales y se puede vincular al grupo lingüístico mongol. Saman parece significar «aquél que sabe» aunque esta etimología es algo discutida. También podría aludir a «agitarse, saltar, bailar, etc” (pg 1)

Alberto Mingo menciona que pensar en los chamanes cómo unas personas místicas que se dedican a realizar curaciones o “trabajos” espirituales a cambio de regalos o beneficios económicos es desperdiciar toda la carga cultural que estos personajes tienen en nuestra sociedad. Además, recalca que los chamanes constituyen un sistema espiritual que está presente en diferentes partes del mundo y que, casi cómo una religión, ha ayudado a las personas a darle sentido y creer que pueden intervenir y entender cosas que solo podrían ser abordadas por este tipo de prácticas.

Fenómeno religioso, la evangelización en la era digital.

Castrillón (2003) dice que el internet no solo es un lugar en el que uno puede buscar información o producirla. Esto debido a que diversas plataformas digitales han logrado establecer una nueva manera en la que los humanos nos desarrollamos. Estas nuevas modalidades pueden incluso llegar a ser más fuertes que las relaciones que establecemos con nuestro amigos o personas cercanas, ya que internet nos permite conocer diferentes cosas acerca de la vida de alguien desde un determinado perfil. La religión ni puede verse separada de estas conexiones virtuales, ya que existe aún gran cantidad de personas que proliferan su fe mediante las redes, por ende, perfiles o páginas que difunden contigo sobre diferentes doctrinas. Se menciona; por ejemplo, que internet no es para nada un medio laico, ya que es común ver publicaciones relacionadas a lo espiritual. Por ello, surge la pregunta de cómo se ven reflejadas estas religiones o prácticas en la web.

El autor habla también de que la religión del Dios tradicional queda de lado, puesto que la religión se vende y forma parte de un mercado que debe de ser atractivo para el consumidor, religiosamente hablando, es decir encontrar divinidad en cuestiones como el chamanismo que son más esotéricas y de cierto modo "venden más".

El sincretismo católico, según Castrillón (2003), se basa en adoptar diferentes culturas o creencias diferentes y agruparlas en una sola nueva. Esto es lo que ocurre actualmente con las religiones. Por ello, es posible que esto también se vea reflejado en la red. Se resalta que páginas de meditación llega a millones de espectadores, mientras las católicas o páginas que hablan de Dios solo llegan a miles. En internet existe una lucha por lo más "llamativo" para el consumidor de tal manera que queda en segundo plano el respeto por las prácticas, rezos o ritos originales.

Nuevo chamanismo Nueva era

La autora Caicedo (2009) analiza el nuevo chamanismo conocido como neo chamanismo o chamanismo New Age situándose en Colombia a su vez, como el uso de yajé, mayor conocido como ayahuasca constituye esta nueva visión de chamanismo de la nueva industria. En el estudio se reconoce; por ejemplo, que hoy en día la creencia en lo chamánico ya no solo está relacionada a personas de clase media o de sectores considerados "populares", sino que, al momento, existe un interés por las clases altas de conocer las maravillas que ofrece el Ayahuasca, brebaje que lleva años siendo conocido, pero que recién se encuentra en su mayor éxito comercial.

Caicedo (2009) habla también de las adaptaciones que ha tenido que sufrir el chamanismo en orden de poder ser conocido y aceptado en el contexto que ahora se tiene, como sus prácticas se encuentran más occidentalizadas que nunca y también los ritos han logrado reinventarse en orden de seguir esta renovación general en un "nuevo mundo" como en el que nos encontramos viviendo. La autora describe cómo estos procesos tradicionales son capaces de cambiar en un solo territorio que vendría a ser Colombia. Hoy en día, existen chamanes tradicionales que aún no guardan contacto las poblaciones de la ciudad; sin embargo, existen otros que se han renovado casi por completo y que ahora cumplen una función de suma importancia en la sociedad.

Caicedo (2009) también menciona la libertad que tienen los chamanes de la nueva era para generar su propia forma de hacer chamanismo; es decir, de conectar con la espiritualidad. Estas

atribuciones se las da la propia nueva era que existe, ya que está permite modificar costumbres tradicionales de lo que se conoce cómo chamanismo, en orden de mejorar los rituales o las estrategias que se utilizan para conectar a sus clientes con el mundo espiritual.

2.2 Mundo web

Aproximaciones a la realidad virtual y sus posibles alcances

El Tecnochamanismo es entendido como una nueva forma de transmitir cultura mediante tecnologías digitales. Lara (2018) menciona que, en ese sentido, el internet y las prácticas ancestrales de chamanismo se vuelven interdependientes como una cultura que cobra vida en un espacio virtual. El tecnochamán será el encargado de utilizar, a manera de herramienta, cada una de las facilidades digitales que Internet nos pueda brindar en orden de lograr mayor sensibilidad de parte de los usuarios para transmitir su mensaje. Ejemplo de ello podría ser un chamán que transmite en vivo un ritual y que mientras lo hace predica la importancia de tener fe en sus prácticas o dice que todos necesitan ser "curados" por lo tanto hace un llamado a sus espectadores para hacerse una limpia. Esto podría apelar a las emociones de los espectadores y terminarlos por convencer de solicitar sus servicios. Es evidente que se logra una transmisión óptima de sentimientos que reforzarán su objetivo de que la gente lo reconozca o crea en su verdadero poder chamánico. Al hablar de realidad virtual; por ejemplo, también se añaden cuestiones como las cámaras de privación sensorial o estimulación magnética..

¿Sirven para algo las redes sociales en el sector cultural?

De la Peña (2014) admite que las redes sociales mantienen una arquitectura en la que existen reglas. Además, añade que para que algún tipo de cultura o creencia se mantenga el web, será necesario atraer a las nuevas generaciones, debido a que concentran el mayor porcentaje de población activa. También, se resalta que la cultura es enfrentarse a nuevas experiencias y precisamente las redes sociales nos ofrecen estas nuevas maneras de compartir contenido en orden de generar impacto en la sociedad. Por ello, quienes quieran difundir una cultura o creencias deberán aprovechar estas nuevas herramientas para difundirse. Otra característica clave que el autor resalta es la relación directa que existe entre consumidor y creador de contenidos, ya que mediante los comentarios mantienen una interacción permanente que ayuda a los creadores a modificar e innovar de acuerdo a las necesidades del usuario. Esto quiere decir que quienes intentar difundir su cultura deberán de leer a los consumidores de su contenido para mejorar la calidad de sus publicaciones.

No será posible salir beneficiado en las redes sociales sin una buena estrategia, planeamiento y un contenido que merezca la pena ser visto. Finalmente, De La Peña (2014) resalta que el uso correcto de las redes en cuestiones cultural podría traer buenas ganancias financieras si se aplica todo lo anteriormente mencionado.

2.3 Chamanismo: Practica ancestral

Chamanismo y turismo místico en el Perú: Un estado de la cuestión

Huerta (2016), estudia el chamanismo y el turismo místico en el territorio nacional, pues pese a que es consciente de que estas prácticas son internacionales, encuentra en el Perú contenido suficiente como para evidenciar las tendencias que existen, incluso de extranjeros, para estudiar cómo se desarrolló y se mantiene el chamanismo en distintas zonas de nuestro país. Los principales ejes se encuentran en el norte y selva del Perú, pues la mayor parte de investigaciones y temas de interés al respecto, han sido desarrollados dentro de estas áreas.

El autor resalta que el tema del chamanismo resulta interesante para más de uno, ya que hablar de algo místico y desconocido suele atraer más a la población. Se abordan conceptos como el turismo místico que comprenden la necesidad de los usuarios por ser atendidos por los chamanes. Se admite; por ejemplo, que esta necesidad los lleva a viajar solo para recibir atención de un chamán determinado que el usuario sienta, se de confianza. Huerta menciona también la importancia o el valor que se le agrega un chamán, cuando este vive en un entorno de comunidad alejada de la ciudad, ya que se considera que mientras más cerca de espacios naturales se encuentre, mejor comunicación tendrá con ellos, por lo tanto, los rituales serán más efectivos.

La cura chamánica: Una interpretación psicosocial

Pelcastre - Villafuerte (1999) explica, a través de análisis de nuestra sociedad, cómo los chamanes son entendidos y percibidos en las diferentes comunidades. La cura chamánica se convierte en el principal interés de todos los que acuden a consultar con un especialista en magia y espiritualidad y esta cura es concebida como un poder que solo estos personajes pueden lograr gracias a sus conocimientos adquiridos o dones sobrenaturales que les han sido regalados. La autora resalta que nuestra lengua está llena de simbolismos y significados relacionados a ellos y que, por tanto, es coherente poder considerar aceptable los diversos métodos de sanación que los chamanes utilizan o muestran al público.

Pelcastre menciona que la técnica del éxtasis es la principal razón por la que los chamanes se distinguen de los médicos convencionales, ya que ellos también tienen conocimientos médicos naturales que utilizan en la cotidianidad. Menciona; por ejemplo, el uso de elementos como velas y altares como una realidad que los propios chamanes conciben. Esta atmósfera que crean, añadiéndole poca luz al contexto, genera una sensación de cercanía con el usuario y misticismo. En este texto se menciona también a elementos como escaleras o árboles que muchas veces están ubicados cerca a los chamanes, esto se encuentra relacionado con la creencia de que así ellos tienen más acceso al cielo. Muchas veces en los rituales, los chamanes pudieran decir cosas sin sentido y esto se justifica, debido a que se asume que ellos están en contacto con el otro mundo que, como se cree, nosotros no podemos entender.

El chamanismo y la corporalización del chamán: Argumentos para la deconstrucción de una falsa categoría antropológica.

El autor Martínez (2009), trata de desmitificar el trance y ya no considerarlo un acto espiritual, sino llevarlo a uno netamente fisiológico. Además, destruye todo concepto que indique estas prácticas constituyen a un proceso lleno de simbolismos. Martínez critica a diversos autores que se han encargado de considerar como sobrenatural o mágico el trance, que puede ser ocasionado mediante otros medios como las drogas, pero que los diferentes escritores han atribuido indiscutiblemente a los chamanes. Alrededor de los estudios chamánicos que existen siempre estos son considerados como los únicos que pueden realmente alcanzar un tipo de trance que les permita conectarse con el más allá en orden de alterar las cosas terrenales y solucionar problemas o que el simple hecho de ser el medio ayude a solucionar algo.

El autor también critica que algunos autores de artículos relacionados al chamanismo no demuestran haber tenido contacto directo con ellos, por lo que no han podido observar cómo realmente ellos entran en un supuesto trance espiritual. Añade que los estudios carecen de descripción de este trance por lo que no pueden transmitir o considerar que este realmente te conecte con el más allá. Para ello, se basa en calificar cada una de las alteraciones que los chamanes sufren cuando realizan sus trances y las explica desde manera científica, dando a entender que la migraña o complicaciones oculares podrían generar casi los mismos efectos.

La huella del chamán: Mitos y rituales de una espiritualidad ancestral.

Sánchez (2011) describe cómo se realizan diversos rituales chamánicos, y cómo determinadas características son esenciales para poder crear esta atmósfera que hace sentir al cliente que está teniendo una conexión. Por ejemplo, el pedir que cierre los ojos o hablarle despacio. Sánchez también menciona el simbolismo de los objetos que el chamán utiliza al momento de realizar las ceremonias; por ejemplo, su atuendo. La autora menciona; por ejemplo, que un chamán puede llevar puesta una máscara o un tótem que representa a algún animal o pinturas color ocre en la cara. También es importante darse cuenta de los instrumentos que el chamán utiliza para realizar sus rituales, aquí entran en juego algún tipo de espada, un palo, un espejo e incluso el fuego que cumple un rol de elemento natural indispensable que puede significar varias cosas a la vez.

La autora hace un espacio también para hablar de los instrumentos musicales que generan un ambiente propicio para realizar sus ceremonias. El uso de estos diferentes artefactos ayuda a que la imagen del chamán pueda constituirse ante quienes solicitan sus servicios místicos. La voz también juega un rol importante en sus rituales, pues a través de cánticos y buenas entonaciones también se ayuda a crear un mejor ambiente y, sobre todo, a sentir esa conexión con el más allá.

3 CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO

3.1 Redes sociales

Clyde (2014) menciona que las redes sociales son un conjunto delimitado de personas, comunidades o grupos vinculadas por diversas relaciones sociales. Es decir, un grupo que se relaciona entre sí independientemente del medio. Estas cobran sentido en el análisis de diversos comportamientos entre los implicados en un determinado sector. Mitchell también argumenta que, en una red social, cada actor asume un diferente rol.

Por su parte, Wasserman y Faust, recalcan que existen unos cuantos conceptos más necesarios para poder comprender las redes sociales. En “Social Network Analysis Methods and Applications”, se tiene en cuenta; por ejemplo, a los actores sociales. Los actores sociales vendrían a ser considerados cómo indispensable para que estas redes sociales existan. Una red social no necesita estar compuesta por individuos, ya que también podría tratarse de empresas, agencias de servicio público de la ciudad o del propio estado. En segundo lugar, estos autores hablan de los lazos relacionados, importantes para la transmisión de valores, sentimientos, información, entre otros requerimientos de quienes se encuentren conformando esta red.

Finalmente, se habla de conceptos como díada, tríada y grupos, que sirven para cuantificar y determinar los actores sociales que se encuentran interactuando en dicha red social. Cabe resaltar que para Wasserman y Faust, estos tipos de actores siempre serán un conjunto finito.

3.2 Chamán

Hultkrantz (1984) en “El viaje del chamán” define al mismo como un individuo entrenado para hacer el uso correcto de su imaginación mental. Este sujeto, es capaz de conectarse con espíritus o guardianes, en busca de ayudar a miembros de la comunidad que cree en él. Además, un chamán es también aquel que puede lograr poner en estado de trance a sus clientes, a quienes asegura poder curar. Este estado de trance modifica a la mente sin perder consciencia. De esta manera, las personas pueden realmente sentir lo que pasa a su alrededor. Los chamanes se encuentran bien instruidos para llevar estas prácticas a cabo, por lo mismo, se necesita un amplio conocimiento de herramientas necesarias para la ejecución de estos rituales. El poder del chamán lograra recuperar a quien lo solicita y, finalmente, apoyar a la comunidad a la que pertenece con sus poderes curativos y su sabiduría. Hultkrantz también añade que el chamán es conocido como quien tiene una facilidad para llegar a un estado mental necesario para desarrollar ciertas actividades místicas.

Por otro lado, Carlos G. Musso en “Medicina Chamánica: su análisis desde una perspectiva científica”, dice que el chamán es un sujeto presente en muchas sociedades cazadoras-recolectoras. Su función es, básicamente, dominar la experiencia y generar un estado de trance en donde el chamán se convierte en una especie de conexión entre el mundo terrenal y el espiritual. Desde ese concepto, se le atribuye poderes curativos y dominio sobre las fuerzas naturales. Para Musso, La ciencia moderna ha logrado situar a la medicina chamánica como la generación del estado extático que se considera como la percepción alterada de la propia mente ocasionados por enfermedades, ambientes inhóspitos o elementos farmacológicos. Además, el autor resalta que la labor del chamán en una determinada sociedad no debe ser confundida con el rol de un hechicero o curandero, ya que si bien el chamán puede desempeñar también estas actividades, lo que lo caracteriza con mayor fuerza es el dominio del trance; es decir, de la alteración de la realidad en orden de conectarse con espíritus.

3.3 Trance

Rouget (1980) menciona ciertas características del trance para diferenciarlo del estado de éxtasis. Por ejemplo, menciona que un estado de trance comprende movimiento, ruido, presencia de una crisis, una sobre estimulación sensorial, un estado de amnesia y que no produce alucinaciones. Por otro lado, para Rouget el estado de éxtasis vendría a ser inmóvil, silencioso, acompañado de alucinaciones, con recuerdo y privación sensorial. Esta forma de describir ambos conceptos termina por exponer cómo se puede reconocer el estado de trance, muchas veces confundido con el de éxtasis. El autor define el trance como un estado psicológico que es parte de nuestra naturaleza y que, precisamente, enlaza dos mundos: el cuerpo y alma.

Rouget explica que en un proceso de trance existen distintas etapas que logran llegar al mencionado estado. Para empezar, se deberán de exponer signos y símbolos culturales que ayuden a generar sensibilidad emocional en el individuo. Estos podrían estar relacionados; por ejemplo, a algún tipo de religión; es decir, elementos sagrados los que ayudarán a transmitir un código sensorial presente en la descripción de los objetos, quizás divino, que sean expuestos durante el ritual. El autor añade la importancia de la comunicación no verbal, ya que esta atmósfera “mística” se logra también mediante música o el olfato transmitir dichas sensaciones.

3.4 Ritual

Giove (s,f), explica que la palabra “ritual”, proviene de “rito. Sin embargo, existe una diferencia colectiva entre ambas. Cuando hablamos de ritual, nos estamos refiriendo al conjunto de prácticas que cobran un valor simbólico en un determinado espacio. Para realizar un ritual, será necesario tener conocimiento de lo que se quiere hacer, pero también de una preparación previa que permite tener todos los materiales físicos o mentales para su realización. La autora identifica tres etapas necesarias en un ritual. La preparación con el inicio de este, el desarrollo del mismo y la conclusión de la sesión llevada a cabo.

Giove sustenta que un ritual necesita de un personaje; es decir, un actor que realice dicho ritual. Este sujeto, deberá realizar una preparación previa que puede ser un proceso de meditación en el cual se podrían ver involucradas acciones como una dieta o incluso abstinencia sexual. Cada ritual posee un orden específico, pues cada paso o material cobra un valor simbólico en una

determinada cultura. Los participantes o el participante de la ceremonia, evidenciará cada parte del ritual e interioriza lo que se desarrolla. La autora menciona además que el que realice la ceremonia, se encontrará en constante observación y control de lo que se lleva a cabo con el fin de que los objetivos establecidos antes del ritual puedan ser concretados. La importancia de estos procesos se encuentra relacionado a la necesidad de una experiencia sensorial que tienen los clientes o usuarios, para poder sentirse curados, aliviados o partícipes de lo que desarrolla el encargado.

3.5 Turismo místico

Gamboa (2016) menciona que, diferentes estudios han relacionado lo místico con lo religioso. Este hecho daría evidencia de que, a primera vista, existe una relación entre lo denominado místico y lo religioso. Se menciona también que la principal diferencia entre ambas es que el turismo místico habla de una experiencia personal y secreta, mientras que en la religiosa suele ser en conjunto y ser vociferaba ante los demás. Se explica también que la experiencia mística tiene una naturaleza ‘amorfa’, evidenciada en las experiencias de las mismas. La experiencia mística, finalmente, termina siendo muy personal e intransferible, ya que supone una experiencia muy discreta y vivencial (Scholem 1969).

Gamboa menciona que el turismo místico es inmanente; es decir, muy personal y sus efectos serán sólo válidos dentro de la persona que tuvo la experiencia, ya que cada una tendrá una percepción y vivencia distinta, mientras que el turismo religioso supone una experiencia trascendental, ya que puede pasar de un ámbito a otro y seguir siendo muy similar o igual. Gamboa señala también que, desde la antropología del turismo, el rasgo que más caracteriza al místico, es el viaje que los ciudadanos hacen para llegar a diversos consultores espirituales o lugares considerados de gran potencial energético.

3.6 Discurso

Vicente Manzano (2005) menciona que el discurso va mucho más allá de la palabra hablada, pues constituye una serie de acciones y símbolos que se atribuyen en diversos aspectos y actores de la sociedad. Se menciona; por ejemplo, que los seres humanos somos seres sociales y lingüísticos. Desde esa perspectiva, entendemos que, desde que nacemos, formamos parte de la sociedad y nos relacionamos unos con otros. Todo lo que está a nuestro alrededor

adquiere un simbolismo de acuerdo a lo que represente a nuestra sociedad y lo concebimos de esa manera. Manzano explica que, al unir el lenguaje, considerado cómo todo aquello que va más allá de la palabra, con la vida social, se obtiene el discurso. Para él, estos tienen un significado complejo, ya que engloban cuestiones cómo cultura, religión, creencias y son lanzados en un espacio que no necesariamente es físico, pero, mediante el análisis se entiende.

El autor; por ejemplo, menciona que no existe un discurso de la derecha cómo persona en sí misma, sino que es una serie de pensamientos, ideas o comportamientos que constituyen este discurso que es repetido por un determinante número de individuos. Un discurso puede ser desde un breve texto hasta las leyes. En ese sentido, Manzano considera que el análisis del discurso en un ámbito multidisciplinar, porque pese a que tiene un solo fin, comprende una serie de aspectos relevantes y necesarios para su elaboración.

3.7 Era digital

Téllez (2017) denomina a la era digital cómo una época que nos ofrece un espacio en la red. Esta era nos permite comunicarnos de una nueva manera; es decir, establecer relaciones virtuales. Menciona que las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) nos permiten tener en consideración nuevos conceptos relacionados al mundo digital. Dentro de ello, se abre paso a una especie de comunidad denominada ‘ciudadanía digital’, cómo efecto de esta nueva era digital que cambia la manera en la que las personas nos interrelacionamos.

Por su parte, Xavier Barandarian (2003) menciona que sería importante separar los términos y entender que cuando hablamos de era, nos referimos del tiempo que suceden las cosas. Así cómo cuando hablamos de digital para referirnos al proceso de digitalización de la vida o de la comunicación. Es decir, el paso a la web de diversos objetos y funciones y, cómo consecuencia, de las propias relaciones del individuo. Además, añade que esta era digital permite transferir nuestra forma de interacción a un mundo web que suele diferenciarse del mundo real por su facilidad para ser configurable y manipulable. Este proceso de digitalización de la existencia permite el surgimiento de un espacio libre para quien tenga acceso a él lo que, ha traído y de seguro seguirá trayendo, diversos conflictos en la sociedad.

3.8 Identidad virtual

Muros (2011) resalta que puede que algunas características de nuestra formación social se encuentren presentes en la creación de nuestra identidad virtual. Menciona también que la identidad virtual es fluida y sus modificaciones, dependen del contexto que se tenga en este segundo universo existente en la web. La autora admite que la red nos permite adoptar una nueva identidad y esta se vuelve tan fuerte que podemos actuar todo el tiempo como si existiera esta nueva identidad creada en un plano digital. Sin embargo, esta identidad no podrá conformar ni representar lo que verdaderamente somos, sino solo lo que asumimos, debido al propio contexto virtual en el que nace y que se presta para nuestro deseo de querer ser otras personas o quizás aumentarle algo a nuestro yo real.

Beatriz Muros añade que para poder entender y analizar nuestra propia identidad virtual, será necesario tomar en consideración otros factores. Es así como logramos comprender que esta identidad es un proceso de adaptación por el que todo individuo nuevo que entra a él, deberá de moldearse de acuerdo a la sociedad en la que se desarrolle. De esta manera, poder ser parte de una red social; es decir, de una comunidad virtual las cuales marcan sus propios límites o características de aceptación. Sin embargo, cuando existen reflexiones acerca del comportamiento la autora presenta ciertos problemas. Es decir, uno puede cambiarse el nombre, la edad o apariencia.

4 CAPÍTULO IV: ANÁLISIS

4.1 Mercantilización de la cultura en la web

Durante los últimos años, las redes han facilitado la manera en que nos comunicamos. A través de ellas, podemos difundir diversos contenidos audiovisuales que nos permiten transmitir mensajes más claros e interactivos. En ese contexto, diversas marcas han dejado de publicitarse en medios convencionales como la radio o la televisión y han pasado a difundir sus promociones a través de diversas redes sociales. Diversos rubros han migrado a las plataformas digitales y el sector cultural no escapa de ello.

Según Peña (2014) quienes ahora están interesados en difundir una cultura; es decir creencias y costumbres, deberán de aprovechar las nuevas herramientas digitales para difundirse. El autor resalta que estas nuevas características son claves, ya que generan una interacción permanente entre el consumidor y creador de contenidos. Esto permite al creador modificarse e innovarse de acuerdo a las necesidades de los usuarios.

Es así como el conocido chamanismo ha logrado llegar a las redes sociales y venderse, como si se tratara de un producto, a través de las diversas plataformas digitales. Diversas personas difunden un discurso entorno a lo chamánico y se anuncian como uniones entre lo divina y lo terrenal, capaces de acabar con todos los males de quien los contacte. Pero ¿Qué es el chamanismo? Alberto Mingo Álvarez lo describe de la siguiente manera:

“Este vocablo deriva de la palabra de origen tungús saman. La etnia tungús habita extensas áreas de las estepas siberianas orientales y se puede vincular al grupo lingüístico mongol. Saman parece significar «aquél que sabe» aunque esta etimología es algo discutida. También podría aludir a «agitarse, saltar, bailar, etc’’(Mingo, 2007)

Por esta razón, en esta tesis se considerará el discurso entorno a lo chamánico y no el chamanismo, ya que los personajes que se analizarán no son necesariamente chamanes, sino personas que adoptan ciertas características chamánicas para venderse; es decir, buscar un beneficio económico de quien los contactarse.

Hacer esta aclaración es importante, ya que los cuatro personajes que analizaremos, se publicitan como chamanes, pero en realidad lo que hacen es difundir un discurso entorno a esta práctica ancestral.

Cada uno de estos cuatro personajes pretende vender sus servicios a nivel internacional. Ellos se encuentran anunciando a través de diversas publicaciones los “trabajos” que realizan. Todos ellos han logrado utilizar las redes sociales para crear contenido audiovisual que difundan sus servicios y logren así captar a más clientes. Los cuatro cuentan con diversas maneras de realizar el pago por sus servicios, unos te brindan su número de WhatsApp directo, mientras que otros anuncian diversos bancos internacionales en los que puedes depositar.

En la Figura 1, por ejemplo, podemos observar que Chamán Qénte, se anuncia como curandero y espiritista. Él, deja su número de WhatsApp para sus seguidores, asegurando que si lo contacta podrá ver su destino.



Figura I. Publicación del Chamán Qénte en Facebook [Captura de pantalla].

En la Figura II podemos observar cómo Chamán Peruano ha configurado su página de Facebook de modo que apenas un usuario entra a su perfil, le aparece un chat en el que puede comunicarse de manera inmediata con él.



Figura II. Publicación del Chamán Peruano en Facebook [Captura de pantalla].

En la Figura III se puede observar cómo el perfil de este chamán, en la parte superior, tiene un cuadro que dice



Figura III. Publicación del Chamán Peruano. Facebook [Captura de pantalla].

'WhatsApp'' al presionarlo, te lleva directo a un chat con Chamán Peruano en dicho aplicativo. Este proceso no dura ni un minuto y resulta bastante fácil de realizar. En *Figura IV* se puede observar que Chamán Peruano proporciona la dirección donde se le puede ubicar. Está información también aparece solo con entrar a su página de Facebook. En la misma imagen, se puede ver que este chamán ha puesto también su correo, el cual, curiosamente, cuenta con un dominio web; es decir, es un correo por el que paga mantenimiento.



Figura IV. Publicación del Chamán Peruano en Facebook [Captura de pantalla].

En esta parte, analizaremos las Figuras V y VI. En el caso de Vidente de nacimiento José, se puede ver en la cómo él proporciona, a través de su página de Facebook, las diversas cuentas internacionales por las que sus clientes pueden pagar. Él anuncia que es especialista en uniones imposibles y que se alguien desea ayuda, lo puede contactar. Vidente de nacimiento José tiene

muchas cuentas bancarias disponibles, eso refleja que su público objetivo es internacional y que las formas de pago son realmente accesibles.



Figura V. Publicación del Vidente de Nacimiento José en Facebook [Captura de pantalla].



Figura VI. Publicación del Vidente de Nacimiento José Facebook [Captura de pantalla].

En la *Figura VII* se presenta una publicación realizada por Vidente de Nacimiento José. Él, explica mediante texto los trabajos que realiza, especifica que no es necesario tener un contacto físico para realizar los trabajos. Además, brinda su número de WhatsApp y su página web para poder contactarlo.



Figura VII. Publicación del Vidente de Nacimiento José en Facebook [Captura de pantalla].

En la Figura VIII se puede observar en la parte superior de su perfil una barra azul titulada “reserva”. De esta manera, los usuarios pueden separar una sesión de Mayahuasca con Shaman José Luis. Como anteriormente se ha mencionado. La Mayahuasca es el Ayahuasca que se puede tomar sin necesidad de un guía espiritual; además, es un producto que, según este Shaman, no da malos viajes. Sin embargo, para mejorar la experiencia, Shaman José brinda diversas sesiones espirituales en las que reúne a diversas personas para consumir este producto.



Figura VIII. Publicación de Mayahuasca Shaman José Luis en Facebook [Captura de pantalla].

En la Figura IX se puede apreciar cómo está sección de “reservas” cuenta con diferentes opciones; es decir, diversos rituales a los que el usuario puede acceder. Dentro de ellas, se encuentran sesiones de Mayahuasca curación, activación de la glándula pineal sesión y activación de la glándula.



Figura IX. Publicación de Mayahuasca Shaman José Luis Facebook [Captura de pantalla].

En la Figura X se observa que incluso se puede seleccionar la fecha y hora en que se quiere acudir al ritual. Como se ha explicado anteriormente, este Shaman realiza rituales multitudinarios en los que brinda sesiones espirituales con Mayahuasca.



Figura X. Publicación del Mayahuasca Shaman José Luis en Facebook [Captura de pantalla].

Es un hecho que los chamanes han migrado a las redes sociales. Ya no solo se encuentran en espacios físicos como ferias o no publicitan sus servicios en postes de luz o en los pisos de las calles más concurridas. Esta nueva forma de difundir un discurso entorno a lo chamánico parece que funciona y que realmente satisface a los usuarios que no dudan en comentar y en seguir las diversas publicaciones que estos personajes realizan

Lara (2018) explica que esta nueva forma de comunicar discursos entorno a lo chamánico se puede denominar como “tecnochamanismo”. Este término constituye además el uso de la tecnología para transmitir cultura; es decir, prácticas ancestrales, pero a través de un espacio virtual. En ese contexto, el tecnochamán será quien tendrá que utilizar las diversas herramientas digitales que nos brinda el internet para transmitir su mensaje. En este caso, también se podría considerar el término “Neochamanismo” que está relacionado con usar esta labor del chamán convencional para un fin comercial (Lagunas y Bozano, 2014)

De acuerdo con Fericgla (2000) citado por David Lagunas y José Bozano (2014)

En los últimos años, en Occidente se describe la emergencia de un neochamanismo, el cual se presenta en diversas formas: 1. pseudo-conocimiento, 2. resistencia y 3. Objeto de consumo (p.6)

Los tecnochamanes, quienes usan diversas herramientas para comunicarse en redes sociales, también suelen ser neochamanes; es decir, sujetos que no necesariamente son considerados chamanes por agregarle un fin comercial a su laboral. Ellos no necesariamente saben cómo es exactamente la cultura chamánica, pero lucran con lo que más le gusta a la gente y atienden sus necesidades a cambio de un beneficio económico.

En definitiva, estos personajes están mercantilizando la cultura. Con estas nuevas tecnologías no solo se han adaptado, sino que también han buscado una manera de implementar esa mercantilización de la cultura en un plano digital. Este mundo virtual los ha obligado a adecuarse, pero también a crear nuevos contenidos que faciliten la manera en la que ellos se comunican y comercializan sus servicios.

Estas personas que difunden un discurso entorno a lo chamánico no son nuevas, lo que sí que constituye una novedad es la manera en la que ellos se publicitan mediante nuevas tecnologías que les permiten llegar a más clientes. Estos chamanes ya no tienen por qué quedarse en el interior del país o en una determinada ciudad, pues a través de las redes pueden viajar incluso a diversos continentes para brindar sus servicios a diversas personas.

Comaroff y Comaroff, (2011) uso la cita de Greenwood.(1997) para mencionar que: en los setenta, la cultura la ya se vendía ‘por kilo’. Por ello, comenzaban a describir ciertos hechos de etnoturismo cómo cultura convertida en mercancía. Esto refleja que la cultura lleva años mercantilizada. En el caso del chamanismo, ese etno turismo convertido en mercancía ha

permitido que extranjeros o personas del mismo país puedan pagar por servicios relacionados al mundo chamánico. Las personas pueden adentrarse en el mundo de la magia y el trance con una simple transacción. En este nuevo contexto digital, los posibles clientes ya no necesitan viajar desde otro continente o ciudad, sino tienen la posibilidad de comprar esta “cultura” mediante internet.

Cuando hablamos de “comercializar la cultura”, no solo nos referíamos a buscar un bien económico, sino también de apropiación cultural. De acuerdo a Comaroff y Comaroff (2011) ya no solo se reconoce a esta cultura cómo un objeto o un trofeo que se vende al público, sino también se reconoce que todos aquellos elementos que la hacen un producto son propios de quien lo publicita con fines empresariales. Esto hace que los productores de contenido o vendedores de cultura reivindiquen su identidad cómo propiedad. Estas características que ahora consideran suyas, se vuelven una especie de “marca” que publicitan y venden cómo suya.

Por esta razón, podemos entender que los supuestos chamanes consideran realmente que esa cultura que venden es suya, constituye a una identidad propia que puede ser inigualable o superior a la de otros. Chamán Peruano es una marca, con diversos instrumentos, vestimenta, lenguaje, música, logo, publicidad y Mayahuasca Shaman José Luis, constituye a otra marca totalmente diferente que, al igual que chamán peruano, reconoce al contenido que difunde cómo una identidad, algo que lo hace único y diferente a los demás. Esto también podría explicar por qué algunos chamanes suelen colocar en sus publicaciones frases como “el único especialista en amarres” o “el único capaz de ver tu futuro”. Ellos son una marca, buscan publicitarse y esta marca cómo cualquier otra ha logrado crear una identidad; es decir, ha logrado juntar una serie de elementos que la identifican y la hacen diferente.

4.2 Discursos en los perfiles entorno a lo chamánico

Para este estudio, se tomaron en consideración cuatro perfiles en Facebook de personajes que difunden un discurso entorno a lo chamánico. Cada uno de ellos cómo mencionamos líneas atrás ha logrado crear una propia identidad. Ellos, se han constituido cómo una marca y con sus diferentes características logran diferenciarse uno de otro.

A pesar que los cuatro personajes difunden un discurso entorno a lo chamánico, cada quien

anuncia un servicio distinto, en algunos casos este servicio puede parecer similar, pero los elementos, la forma de contacto, la manera en la que lo comunican es diferente. En gran parte, este perfil creado por ellos ha sido posible gracias a las nuevas tecnologías, ya que estas les han permitido dar a conocer a sus seguidores las características que los representan, así como la manera en la que realizan sus rituales.

Según Hamayon (2007) citado por Caicedo (2009) “ En últimas, el chamán se ha construido como el fetiche occidental que sustenta el exotismo del mundo indígena, hoy paradigma de sabiduría y ejemplar modelo del desarrollo sostenible –siguiendo la idea planeada por Astrid Ulloa en su libro sobre la imagen del nativo ecológico. Desde allí, el brujo, el médico, el sacerdote, el mago, revive para convertirse en la inefable alteridad radical que cura” (p.6).

De este modo, podemos entender que este tipo de promocionar el discurso entorno a los chamánicos funciona. Este fetiche occidental tiene clientes y se ha vuelto un negocio sostenible tanto así que, cómo explicaremos a continuación, algunos logran incluso tener facilidades para recorrer el país o el mundo con este oficio.



Figura XI. Chamán Qénte transmitiendo en vivo en Facebook [Captura de pantalla].

En la *Figura XI* de este capítulo, podemos observar a Chamán Qénte quien se encuentra realizando una transmisión en vivo mediante Facebook. Él, acompaña dicho enlace con una música bastante lenta que tiene sonidos de mar e instrumentos que pudieran ser una quena, zampona o flauta. Chamán Qénte está caracterizado, tiene unos lentes de sol que cubren su “identidad” entre comillas, porque su identidad en el mundo entorno a lo chamánico está constituida por su poncho rojo y negro, sus grandes anillos y su chullo debajo de aquel sombrero. Sobre su mesa, tiene pututos (conchas de mar que funciona cómo instrumentos de

aire), una vela, un cactus, un aparente mortero y cartas sobre su mano. En el fondo de la escena se puede divisar un Ekeko y billetes pegados en la pared.

Chamán Qénte habla pausado, alarga mucho las palabras y utiliza un lenguaje casi poético para describir las bondades de sus servicios. Anuncia que realiza lectura de cartas, que puede descubrir por qué a una persona le va mal. Langdon, (2015) explica los chamanes suelen utilizar este lenguaje con ritmo y musicalidad, con efectos sonoros onomatopéyicos como parte de su performance narrativo. Muchas veces incluso suele redundar versión y realzar sonidos para generar este contexto dramático.

Transmitir en vivo logra una conexión distinta con los usuarios, ya que ellos pueden intervenir directamente mientras el chamán realiza la sesión. Chamán Qénte utiliza estos enlaces en vivo para ofrecer lecturas de carta gratuitas que utiliza a manera de enganche para que los usuarios puedan consultar y luego querer más. En ese sentido, De la Peña (2014) resalta que las redes sociales permiten esta interacción con los usuarios tan necesaria para poder aprender de los comentarios que dejan, mejorar las deficiencias que se tienen y establecer una relación a largo plazo.

Para Bidou y Perrin (2000), los chamanes cuentan con un discurso inscrito en una cadena mítica, que no necesariamente significa que sean mitos. Es decir, la serie de características que reúne el discurso chamánico puede ser ubicada en diversos lugares del mito. La narración de un mito compone hechos místicos, sobrenaturales que son contados de manera continua, que trascienden y esto es algo que se puede notar en el discurso impartido por chamanes. Cada uno de los personajes que difunden un discurso entorno a lo chamánico suelen mencionar divinidades que les dan el poder de sanar, de curar de cambiar vidas y ese discurso repetitivo lo utilizan también en cada contenido que publican a través de las redes.

Para Van Dijk (1999) los discursos constituyen representaciones ideológicas; es decir, posiciones, valoraciones y expectativas que los sujetos construyen de sí mismos, de los otros y del mundo. Estas expresiones pueden ser representadas a través de la oralidad, la escritura o incluso el mundo virtual para poder presentar al resto sus posiciones de poder y alcanzar intereses concretos en determinado contexto. Y en efecto, cada uno de estos chamanes ha logrado brindarle al mundo una versión distinta, y a la vez similar, del mundo chamánico. Algunos asegurando haber obtenido dones divinos y otros asegurando poseer poderes para

curar los males o tener la receta secreta para liberar el alma de todo lo que le hace mal.



Figura XII. Chamán Qénte en cueva. Publicado en video deFacebook [Captura de pantalla].

En la *Figura XII* podemos observar cómo Chamán Qénte ha construido un personaje entorno a lo chamánico que guarda una estrecha relación con la naturaleza. En aquel video, el locutor narra, con una voz que retumba con fuerza, todos los servicios que realiza. Algunas de las palabras son alargadas, situación que ocurre con muchos de los chamanes, el sonido es muy similar al de un sacerdote cuando realiza sus invocaciones en la iglesia. El chamán muestra los elementos de su alrededor con planos detalle de las hojas de coca, de las cartas, de las velas. Cada uno de los elementos los utiliza para contar los conjuros que realiza. Este Chamán asegura poder llevar a sus clientes a la felicidad, también asegura que encontrará aquella razón por la que se sufre.



Figura XIII. Chamán Qénte haciendo conjuro. Video publicado en Facebook [Captura de pantalla].

Este discurso presenta una marcada visión del mundo de parte del chamán o al menos aquella

visión del mundo que le quiere mostrar a sus seguidores. Como observamos en la *Figura XIII*, Chamán Qénte es un personaje construido a través de cada una de las piezas de su vestimenta, a través de su lenguaje, de los elementos que utiliza, cada uno de ellos está situado con un fin específico para llegar a los usuarios. La vela roja, cómo símbolo del amor, de la ‘‘llama del amor’’, las hojas de coca, cómo elemento ancestral que puede funcionar tal y cómo las cartas para adivinar el futuro, las cartas de tarot, para acertar el destino de la persona y su pututo, instrumento musical indispensable que según algunos chamanes tiene el poder de conectar el mundo terrenal con el espiritual.

En el caso de Vidente de Nacimiento José, ciertas características se asemejan. Este chamán utiliza como elemento principal a los palos de oración. Ellos son utilizados en todos sus rituales para poder realizar curaciones



Figura XIV. Vidente de Nacimiento José en Laguna Negra [Captura de pantalla].

Como vemos en la *Figura XIV*, este chamán está en la Laguna Negra. Utiliza su característico poncho, junto a una maraca. Los brazos, extendidos cómo cuando un padre reza el Padre Nuestro. Muchos de estos chamanes suelen utilizar algunas poses o imitar ciertas características de rituales religiosos. De acuerdo con Darío (2003), ahora entrar a la web constituye entrar a un mercado donde diversos perfiles ofrecen, mercantilizan la espiritualidad. Esa espiritualidad que transmite un discurso.



Figura XV. Vidente de Nacimiento José fotomontaje [Captura de pantalla].

En la *Figura XV* podemos ver cómo la necesidad de este chamán por representar su divinidad y poder sobre el mundo se ve evidenciado en las imágenes que difunde. Él aparece flotando, cómo un ser divino, en un espacio natural (laguna) mientras realiza la lectura de cartas de Tarot. Se puede visibilizar que las cartas y los elementos cómo calaveras velas y aguas de florecimiento han sido colocadas estratégicamente para la imagen. Cada una de ellas habla hacía el público. Está imagen no solo trata de visibilizar el poder del chamán cómo un ser superior o capaz de controlar la vida (laguna de la imagen) y la muerte (cabeza de calavera), sino también de describir y conocer el futuro (cartas de tarot).



Figura XVI. Vidente de Nacimiento José realizando curación. [Captura de pantalla].

En la *Figura XVI*, podemos observar otro intento de mostrar al chamán como “salvador”. Está vez ya no es Chamán Qénte anunciando mediante audio y efectos de sonidos que puede salvar a quien necesite ayuda y lo contacte, esta vez es Vidente de nacimiento José, sin poncho, enterrando a un enfermo, según indica en su perfil de Facebook, para poder sanarlo. Este chamán utiliza otra vez los elementos naturales, los palos de oración y ofrendas que servirán para poder curarlo.

Para Darío (2003) este tipo de páginas funciona, porque las personas en la web ya no buscan esa calma divina del catolicismo, sino una divinidad más relacionada con el ego, con el beneficio propio. Quizás por ello se encuentren diversos cibernautas que comenten o pregunten acerca de ellos mismos confiando plenamente en lo que él, cómo lo llaman “maestro”, les diga.

Por su parte, Chamán Peruano se presenta en escenarios cargados de elementos. El también utiliza el característico Poncho y habla de manera pausada para explicar los rituales que realiza. Este chamán también visita áreas naturales. Según indica, las áreas naturales, especialmente las lagunas, le ayudan no solo a conectarse con la naturaleza, sino también a recargar sus energías que le ayudan a sanar. En su discurso, el chamán utiliza las manos para explicar las teorías o posturas que cuenta con convicción. Dice; por ejemplo, que recargar las energías en la laguna le ayudarán a llevar energía cósmica para poder realizar sus conjuros.

Darío (2003) en “El fenómeno religioso: la evangelización en la era digital” explica que evangelizar significa colmar el corazón del ser humano hasta encontrar su plenitud y felicidad plena. Darío se refiere al ser humano que busca a Dios; es decir, relaciona evangelizar directamente con un Dios que es capaz lograr felicidad en alguien. En el contexto del discurso entorno a lo chamánico también se podría decir que existe una evangelización. En este caso, los chamanes hacen sentir más plenos a ciertos ciudadanos. Ellos ya no necesitan del Dios de la Biblia, sino de un chamán que cumple el rol de “Dios” y evangeliza a través de su discurso. El discurso tiene un fin netamente comercial, pero funciona porque atrae a esas personas que buscan la felicidad plena que otros buscan en la iglesia.



Figura XVII. Chamán Peruano realizando ritual. Publicación en Facebook [Captura de pantalla].

En la *Figura XVII* podemos observar cómo Chamán Peruano se encuentra realizando un ritual. Otra vez esta serie de elementos que vemos en la iglesia católica o en otras religiones aparece. Chamán peruano utiliza fuego, elemento ancestral y usual en celebraciones religiosas, usa también las manos, cómo si pudiera controlar o tuviera algún poder que se activa en sus palmas, utiliza el humo del cigarrillo, hojas de coca brebajes, instrumentos, palos de oración, mantos, ekekos y muchos más elementos que acompaña la escena y crean esa sensación de poder o divinidad.

Chamán Peruano, utiliza una diversa cantidad de elementos, todos ellos comunican su conexión con el mundo entorno a lo chamánico. Este chamán no solo demuestra que tiene poder cómo ocurre en los dos casos anteriores, sino que también evidencia tener reconocimiento social. Para él, es muy importante transmitir a la población, es decir a sus usuarios, que sus prácticas son conocidas y que por lo tanto son reales.

En los dos casos anteriores, podíamos ver cómo Chamán Qénte se conectaba con su público mediante enlaces en vivo. Su contenido estaba muy enfocado en la interacción oral con el público, el sonido de sus videos y las imágenes con muy buenas tomas que aparecen en sus producciones audiovisuales. En el caso de Vidente de Nacimiento José, se presentaban una serie de imágenes y videos que lo mostraban en plena ‘‘acción’’; es decir, en el momento exacto en que realiza sus rituales. Estos ‘‘trabajos’’ eran grabados por video, pero también difundidos por fotos que explicaban, textualmente, lo que ocurría en la escena. En el caso de

Chamán Peruano podemos ver que el contenido está cargado de elementos, también hay una notable participación de miembros de su comunidad chamánica a quienes incluye en los videos e imágenes que difunde.

Lara (2018), explica; por ejemplo, que realidad virtual o el mundo virtual ha permitido ampliar el rol del personaje o “artista” que difunde un discurso en una determinada plataforma. Esta nueva realidad virtual no solo invita al creador a seguir difundiendo su discurso, sino también a convertir al usuario en parte de la obra, pero en una menor medida. Además, permite llevar al público a experimentar acciones y sensaciones. Lara sostiene que algunas personas llegan buscando algo que les falta y están dispuestos a pagar el precio que sea por esa experiencia sensorial. Algo similar ocurre en el caso del mundo entorno a lo chamánico. En este caso, las redes sociales son parte de esa nueva realidad virtual que se promociona. Los usuarios llegan buscando una experiencia diferente, que les permita resolver sus dudas y lograr la ansiada paz mental. Estas plataformas digitales logran brindar sensaciones nuevas a los usuarios, quienes pueden experimentar o sentir lo que el chamán realiza de otro lado de la pantalla. Está podría ser una de las razones por las que los chamanes consideran tan importante crear este personaje que se muestra ante las cámaras. Cuidar los efectos de sonido, la calidad de la imagen o unos cuantos párrafos que aseguran el poder del chamán para cambiarte la vida, pueda lograr causar sensaciones en los usuarios.

Los usuarios de estos perfiles entorno a lo chamánico, entran en una atmosfera virtual que les permite sentirse en un ambiente místico. La música los relaja, los lleva a un trance sin necesidad de alucinógenos físicos. La vestimenta del chamán les permite verlo cómo alguien diferente, alguien que realmente tiene una conexión con lo ancestral. Esto podría ser por sus trajes típicos o también por su oralidad, tan parecida a la de las religiones. El chamán es casi un orador que habla con ritmo, cuenta historias y envuelve a quienes lo escuchan a través de ellas con las nuevas herramientas audiovisuales, todas las anteriores características se unen y se difunden a través de un medio digital que permite añadir efectos y creaciones más producidas que brinden una mejor experiencia al usuario que, cómo ellos mismos dicen, ya no necesitan estar cerca al chamán, sino que basta con establecer contacto con este desde un ámbito virtual para que el “maestro” pueda darle solución a su problema.

Según Mingo (2007), el chamán debe contar con grandes cualidades para la expresión gestual y oral. En ese sentido, el chamán puede tomar una conducción casi artística al momento de

realizar sus ritos; es decir, puede alterarlos y transfórmales con el fin de generar una historia que envuelva al público al punto de volverse creíble. Mingo menciona que; por ejemplo, que algunos etnólogos de sociedades siberianas y amerindias, rescatan la capacidad de crear una gran cantidad de valor estético en las sesiones y una capacidad especial ´para dejar conmocionado y anonadado al público. Y básicamente esto es lo ocurre con los personajes analizados. Ellos logran crean un perfil lleno de elementos a su alrededor, los cuales atraen, cuentan una historia, pero sobre todo se hacen ver creíbles.



Figura XVIII. Chamán Peruano junto a Maestra realizando ritual. Publicado en Facebook [Captura de pantalla]

En la *Figura XVIII*, podemos ver a Chamán Peruano junto a una mujer a la que nombre en sus publicaciones cómo “maestra”. Ambos aparecen rodeados de objetos como ofrendas, hojas de coca, mantos andinos, cigarros, entre otros. La foto ha logrado capturar el instante en que el chamán está realizando aparentemente un rito. Ambos miran fijamente lo que sucede en el encuadre. Está escena, se parece bastante a la que los chamanes suelen tener en los espacios físicos en los que se desenvuelve, aquellas ferias que están plagadas de objetos que tienen miles de usos y que son a su vez vendidos o publicitados cómo la cura para diversos males.



Figura XIX. Chamán Peruano junto a comunidad. Publicación en Facebook [Captura de pantalla].



Figura XX. Video de Chamán Peruano en ritual con comunidad. [Captura de pantalla]

Cómo podemos observar en la *Figura XIX* y la *Figura XX*, Chamán Peruano sube estos rituales o celebraciones que realiza en su comunidad. Las descripciones para estos eventos a veces se resumen hasta en dos palabras. Esto ocurre; proe ejemplo, en el caso de la imagen 9 que se titula “ceremonias cósmicas”. Chamán Peruano no necesita explicar nada más, ya que los elementos que están entorno a él y su comunidad son bastante elaborados. En este caso, ya no vemos a un Chamán Qénte transmitiendo en vivo en un cuarto con los mismos elementos o a un Vidente de Nacimiento José posando en las imágenes que claramente editadas que sube a su perfil de Facebook. Chamán peruano demuestra su verdadera conexión con el mundo chamánico y, con ello, su discurso se orienta a mostrar credibilidad y una verdadera conexión, no solo con la naturaleza, sino que también con el mundo entorno a lo chamánico.

En el caso de Mayahuasca Shaman José Luis, podemos evidenciar una manera distinta de

comunicar este discurso entorno a lo chamánico. Este chamán, promueve el uso de la Mayahuasca, un producto que es supuestamente parecida al Ayahuasca, solo que no necesita de la supervisión de un chamán cuando se utiliza. Según Caicedo (2009), el Ayahuasca o yajé, es considerado una medicina que funciona como remedio para revelar las causas de una enfermedad o aliviarla. Estas creencias entorno a l poder del yajé, podrían estar relacionadas a las regiones aisladas, ya que reciben poca atención por parte del Estado y buscan, bajo sus propios medios, una solución a su problema. En ese sentido, Huerta (2016) plantea el surgimiento del turismo místico. El turismo místico constituye una necesidad de explorar la dimensión espiritual de estos ciudadanos originalmente aislados, quienes combinan diversos elementos y tradiciones que atraen a diversas partes del mundo. Huerta menciona que; por ejemplo, en Europa no es extraño mencionar el Ayahuasca y sus propiedades curativas, ya que muchos europeos viajan hasta nuestro país en busca de esas experiencias relacionadas al brebaje.

En efecto, Mayahuasca Shaman José Luis tiene acogida principalmente turística. En sus videos, podemos ver cómo diversos ciudadanos llegan hacia los lugares donde el realiza sus sesiones de Mayahuasca. Este chamán publica diversos contenidos relacionados al poder de este elemento ancestral y la capacidad que tiene para hacer entrar a cualquier en una especie de trance que lo renueva.



Figura XXI. Mayahuasca Shaman José Luis meditando. Video en Facebook [Captura de pantalla].

La *Figura XXI* muestra a Mayahuasca Shaman José Luis con una luz roja. En aquel video, él explica su gusto por la música tecno que, según anuncia, lo ayuda también a entrar en trance. El chamán está dentro de un carro tubular que tiene incorporado unas luces. Mientras él habla de la importancia de la música para entrar en trance. En el fondo, se puede divisar un cerro, él

comenta que el lugar en el que esta le transmite más energía, más fuerzas y llama a quienes lo ven a sentirse relajado, dejarse llevar.

Lo que más caracteriza a Mayahuasca Shaman José Luis es hacer sesiones comunitarias de Mayahuasca. A través de su Facebook, los usuarios pueden reservar un cupo para asistir a una de estas sesiones que aseguran cambiarte la vida. El discurso difundido por este chamán está direccionado a las bondades de entrar en un trance y él lo relaciona directamente con poderes místicos que curan, salvan y alivian. En este caso, él asegura que la Ayahuasca es el elemento “mágico” capaz de resolver cualquier problema.

Si bien el chamán no explica cuál es la preparación exacta de este poderoso brebaje, se puede intuir que la Mayahuasca quizás sea la misma Ayahuasca a la que le cambian de nombre con un fin más comercial. Es decir, el Ayahuasca tiene fama de ser un producto que necesita de supervisión chamánica, mientras que la Mayahuasca supuestamente no necesita de esta supervisión. Este cambio de nombre podría permitir a los usuarios comprar este producto incluso en el extranjero, ya que el mismo anuncia que viaja a diversas partes del mundo constantemente para llevar este producto a quienes lo soliciten.

Huerta (2016) citando a Jean-Loup Amselle (2014), menciona que desde hace mucho existe un mercado entorno al Ayahuasca en el que los turistas experimentan sesiones chamánicas como parte de conocer más acerca de nuestra cultura. Señala que en tanto los medios de comunicación como las publicaciones escritas y audiovisuales han difundido este exótico ritual y lo hayan hecho popular. Mayahuasca Shaman José Luis; por ejemplo, ha sido detenido en Chile por transportar estos brebajes, pero su comunidad en internet y las autoridades lo defendieron, ya que este brebaje es parte de la cultura peruana aunque en otros países sea considerado como una droga. En este chamán podemos observar un discurso relacionado a los beneficios ya no de un ritual como sucede con los otros chamanes, sino a los beneficios de un producto en específico el cual es capaz de hacer lo mismo que haría una lectura de hojas de coca o una limpia floral; es decir, curar y sanar.



Figura XXII. Mayahuasca Shaman José Luis dando consejos a seguidores. Video en Facebook [Captura de pantalla].

En la *Figura XXII*, Shaman José Luis se encuentra transmitiendo un video mediante Facebook. Él, se encuentra aparentemente dentro de uno de los domos que constituyen su templo espiritual ubicado en las afueras de Lima. La vestimenta del personaje tiene aparentes dibujos andinos. En aquel video, no tiene puesto el tradicional chullo que usa con frecuencia en otros espacios. Sin embargo, mantiene un discurso fluido acerca de la importancia de cuidar el alma y está feliz. También habla de la autoestima y la sensación de paz mental.



Figura XXIII. Mayahuasca Shaman José Luis trasmitiendo en vivo. Video en Facebook [Captura de pantalla].

La *Figura XXIII*, muestra al Shaman José Luis abrazándose a sí mismo en medio de una serie de luces que reflejan sobre él. Este chamán suele mostrar ante la cámara una gran cantidad y facilidad para realizar diversos gestos. El chamán pide a los usuarios que lo ven a que se amen,

se quieran y disfruten lo que hacen. Mayahuasca Shaman José Luis suele estar siempre alegre ante las cámaras, con bastante euforia invita a los demás a estar felices. El positivismo que mantiene es muy similar al de un animador o catequista de la iglesia, quien te invita a disfrutar de la fe o a sentir el amor de cristo, que este caso sería los beneficios de la Mayahuasca y el poder de nuestra propia mente.

Cada uno de los chamanes mostrados anteriormente han logrado crear un personaje que recopila diversas características entorno a lo chamánico y la usa para presentarse en espacios digitales: es decir, en redes sociales con el fin de promocionarse y obtener un beneficio económico. Todos, mantienen ciertas características de lo que algunos estudios califican originalmente cómo chamanes; sin embargo, entre ellos mismos se encuentran algunas diferencias. Para poder analizar en profundidad cada uno de los aspectos y características mencionados previamente, tomaremos las palabras de Sánchez (2011) quien menciona que cada objeto que utilizan los chamanes cobra un sentido en su puesta en escena. Por ejemplo, los diversos personajes reflejan la mentalidad y ánimo de quien lo porte. Podría decirse en este caso que la vestimenta de los cuatro chamanes, cuando es un chullo y un poncho, podrían representar su relación o creencias en el chamanismo tradicional o cultura andina. Sánchez menciona que la vestimenta también ayuda a identificar los momentos “especiales”, es decir, a identificar cuando se trata de un momento determinado o especial y cuando se trata de un momento de ocio.

En ese sentido, podemos pensar que Mayahuasca Shaman José Luis, utiliza chullo y poncho en los momentos en los que él cree que está más conectado con el mundo chamánico, los momentos casi “sagrados” donde se establece una conexión con el mundo místico. Algo similar podría ocurrir con Chamán Peruano a quien podemos observar en camisa y pantalón en una publicación en la que felicita a su aparentemente publicista por su cumpleaños. El mensaje es claro, cuando se trata de un momento de conexión entre mundo terrenal y espiritual, es necesario usar esta característica vestimenta chamánica, pero cuando la ocasión no lo amerita, es válido presentarse ante la sociedad en ropa sport o sport elegante. Esto ocurre también en la religión católica, ya que el sacerdote se viste de “gala” o con determinados atuendos para festividades importantes. Los sacerdotes siempre tienen una vestimenta específica para celebrar la misa, pero también tienen trajes específicos de acuerdo a las temporadas del año litúrgico. Estos trajes no pueden ser o no deben ser utilizados cuando se finalice la misa, ya que son necesariamente para ese tipo de ceremonias.

En cuanto a los objetivos utilizados para los rituales o celebraciones entorno a lo chamánico, Sánchez (2011) menciona que los chamanes utilizan cada uno de ellos como símbolos para establecer un contacto o un enlace entre el mundo terrenal y el místico. Cada objeto tiene su propia carga espiritual y su propio fin. A su vez, estos objetos pueden ser símbolo de la transmisión de energía cósmica. Quizás por eso podemos observar cómo Chamán Peruano o Chamán Qénte ponen las manos sobre el fuego o la pequeña llama de la vela, de manera en la que parecen sentir o atraer esa energía del fuego, elemento natural que representaría esa conexión con lo espiritual. En el caso de Vidente de nacimiento José, podríamos considerar que es objeto de conexión son los palos de oración, ya que es un elemento frecuente que utiliza para realizar sus rituales. En relación a Vidente de Nacimiento José, Sánchez mencionan que los palos de oración: por ejemplo, podrían ser considerados como una herramienta de defensa ante posibles elementos malignos que se pudieran presentar y servirían de escudo para proteger o mantener protegido al chamán.

Para explicar el uso de instrumentos musicales, Sánchez (2011) explica que está estuvo siempre relacionada a una manera de expresarse por parte de las comunidades religiosas. Citando a Eliade (1951), Sánchez menciona que la música es un instrumento también relacionado al éxtasis, pues permite a los chamanes establecer una conexión entre lo terrenal y lo espiritual. Por ello, por ejemplo, podíamos ver a Chamán Peruano en uno de sus videos, admitir que su Pututo, instrumento de aire, era una herramienta que le permitía establecer conexión con lo espiritual. Estos instrumentos también aparecen en Chamán Qénte y aunque él no los toca se encuentran siempre sobre su mesa como símbolo de la conexión y el vínculo entre ambos mundos. En el caso de Vidente de Nacimiento José Luis, también podemos observar la presencia de un Pututo que en ocasiones toca. En el caso de Mayahuasca Shaman José Luis no existen instrumentos, sino música tecno que, según él señala, sirve para entrar en trance; es decir, conectarse con un mundo espiritual que nos guía y sana.

Cada uno de estos elementos físicos representa algo en el mundo entorno a lo chamánico. Cómo podemos entender mediante este análisis, cada elemento puesto en escena tiene un propio significado. Cada uno de ellos, a su manera, constituye a parte del discurso que es difundido por cada uno de estos personajes. Todos ellos buscan demostrar que tienen una conexión con la naturaleza, con el mundo espiritual, pero también buscan demostrar su poder para establecer esa conexión que no todos pueden llegar a tener.

Con respecto al lenguaje chamánico, Bidou y Perrin (2000), mencionan que el discurso de la cura chamánica está compuesto en una triple comunicación, donde el chamán no solo es testigo, sino también actor. El chamán, quien actúa como un doctor espiritual, establece un diagnóstico, este diagnóstico tiene como base una primera fase de análisis de los males que tiene el ciudadano que consulta por aquello que le va mal en la vida. El chamán actuó después o se muestra cómo un mediador entre el mundo terrenal y espiritual, quien es capaz de ayudar a quien necesite o solicite. En varias oportunidades, podemos ver a los chamanes anunciando mediante videos su poder para curar o hacerles saber a sus seguidores cual es el mal que los aqueja. Estas palabras se repiten en los cuatro perfiles analizados. Chamán Qénte lee las cartas de tarot a quien le escriba un comentario mediante una transmisión en vivo, Chamán Peruano anuncia por texto que puede ayudar a quien lo necesite, Vidente de Nacimiento José se publicita cómo el doctor espiritual iluminado, quien cura de todo e interviene para que los sueños de quien lo contacte se puedan realizar y Mayahuasca Shaman José Luis anuncia que su producto (Mayahuasca) es la cura milagrosa para aliviar todo mal.

Bidou y Perrin explican; por ejemplo, que los chamanes guajiros utilizan el tabaco cómo conexión entre el mundo terrenal y espiritual, pero cómo hemos mencionado anteriormente, algunos chamanes también utilizan instrumentos o melodías musicales. De los perfiles analizados, el único que utiliza recurrentemente el tabaco es Chamán Peruano. Según estos autores, esta misma función cumplen las marcas, instrumento que podemos ver en Vidente de Nacimiento José. Para establecer esta conexión, también podrían ser importantes el uso de cánticos, sonidos y música pre grabada.

Este significado que adquiere cada uno de los elementos permite una comunicación efectiva entre chamán y su seguidor, quien puede observar esta vez mediante un contexto digital lo que el chamán realiza y cómo establece esta poderosa conexión que le permite “iluminarse”. Cada vestimenta, elemento o melodía cuenta por sí sola una historia que se presenta de manera implícita, pero que se relaciona o se puede entender de una manera indirecta. Por ejemplo, podemos ver al chamán alzando los brazos tal y cómo un cura lo hace padre rezar el Padre Nuestro y podemos entender que está realizando una invocación, quizás atrayendo energía o conectándose con ese mundo espiritual al que no todos pueden acceder. El chamán se muestra personaje creado, diseñado específicamente para demostrar algo a quien lo ve y venderle ese personaje ficticio, pero que en muchos casos las personas consideran realista.

4.3 Uso de redes sociales para transmitir discursos

Las redes sociales han permitido el traslado del mundo entorno a lo chamánico a la web. Las prácticas ancestrales ya no solo se pueden desarrollar en espacios físicos, pues las diversas herramientas que proporciona el mundo digital permiten una comunicación mejor pensada y hasta más impresionante de lo que permite el mundo real. Los chamanes que se solían desenvolver en un espacio ficticio, solían recurrir a diversos elementos como el cigarro, las hojas de coca o mantos con bordados andinos para demostrar al público su conexión con el mundo entorno a lo chamánico; sin embargo, no podían realizar puestas en escena muy elaboradas, porque el mismo mundo presencial no lo permitía. Las redes sociales ahora permiten a estos personajes continuar difundiendo aquellos tradicionales discursos entorno a lo chamánico, pero esta vez con una mejor elaboración y con un mensaje mucho más directo. Las redes sociales de estos personajes ahora son su carta de presentación, pero también de credibilidad y por ello surge la necesidad de postear contenido lo suficientemente atractivo y creíble para promocionarse en la web.

Sánchez (2016) citando a Donath (2014) menciona que las computadoras, tanto como los celulares son también máquinas sociales, pues funcionan como medios de comunicación y transforman nuestra vida material. Estos medios son los que hoy utilizamos para comunicarnos e interactuar. A través de las redes encontramos gran contenido audiovisual que transmiten discursos, ideológicos, pensamientos y que nosotros podemos observar libremente para tener una postura y pronto convertirnos en seguidores o detractores del contenido que se difunde. El autor señala que ahora el internet se ha insertado en nuestra sociedad y ha permitido que incluso comunidades que no cuentan con una buena calidad a estos servicios puedan desarrollarse a través del mundo virtual. Este desarrollo puede impulsar viejas y nuevas actividades productivas y contribuir al desarrollo económico de la comunidad. El autor señala esto específicamente para referirse a las comunidades indígenas, pero en realidad este es un fenómeno que se ha visto también en sectores no rurales de nuestro país. Las viejas actividades en este caso vendrían a ser las prácticas entorno a lo chamánico y la nueva forma de representarlo sería a través de un mundo digital.

Dentro de los cuatro perfiles de personajes que difunden un discurso entorno a lo chamánico podemos observar cómo el internet a jugado a su favor y les ha permitido crear e innovar en las plataformas, Chamán Quénte cuenta con un vistoso spot publicitario que aparece en la portada de su perfil de Facebook. El video de un minuto y medio muestra de manera efectiva

a los usuarios la clase de servicios que el chamán ofrece. Estos textos no son improvisados, pues constituyen a un libreto tal y cómo si se tratará de una pequeña nota informativa televisiva. La información es muy precisa y dinámica.

A nivel de oralidad, la persona encargada de locutor alarga las palabras para dar esa sensación de la narración de un cuento. Tal y como sucede con las notas periodísticas televisivas, el locutor entona cada palabra y le da ese ritmo necesario y fuerza donde se necesita. El video es publicitario, pero sumamente informativo, ya que explica cada uno de los servicios que ofrece Chamán Qénte. Dentro de las frases más fuertes o poderosas del spot se encuentran algunas cómo “te ayudamos curar enfermedades muy difíciles con síntomas extraños”, “no permitas que esa persona en la cual has desarrollado un producto de vida se aleje de tu lado” y “nos especializamos en romper hechizos realizados por envidia”.

Este libreto viene acompañado de una serie de toma pensada, sumamente profesional que cuentan una historia y generan un contexto que se acomoda a la locución. Por ejemplo, cuando se menciona los amarres, se pueden ver muñecos vudús a los que el chamán les pone ruda. Su alrededor, se ven velas, hojas de coca, cartas de tarot. Desde que empieza el spot se puede ver al chamán llegando a una cueva, caminando por un lugar prácticamente descampado. En la cueva, el chamán monta su escenario chamánico para empezar a realizar los rituales. Las tomas son generales, pero hay una gran cantidad de tomas detalles que seguramente están realizadas por un profesional. Se puede observar el conocimiento en el rubro, ya que también existe una coherencia entre texto, imagen y sonido. Para entrar en ambiente, el spot es acompañado de una música bastante mística, se oyen cómo cánticos y efectos de sonido que aparecen en determinados momentos; por ejemplo, cuando el chamán agita su campana.

En las Figuras XXIV y Figura XXV se puede ver como este mismo chamán, coloca un anuncio recurrente en sus publicaciones “curandero espiritista/ vea su destino/ conozca los misterios de la vida/ asesor Espiritual / Chaman Qénte WhatsApp +51 960 191 7” Este texto o similares textos se encuentran en la parte superior de sus enlaces en vivo de Facebook en los que responde preguntas a los usuarios. En el caso de este chamán, las plataformas digitales no solo le han permitido publicitarse, sino también establecer un contacto directo con el público. Chamán Qénte puede conversar de manera directa y responder las preguntas de sus seguidores en vivo. Los enlaces en vivo de Facebook permiten atender a varias personas en un mismo instante, pero además, permiten contactarse con los usuarios y hacerlos sentir escuchados. Este

mismo chamán, comparte contenido de páginas de su localidad, desde música hasta eventos que realizan.



Figura XXIV. Promoción de Chamán Qénte en Facebook [Captura de pantalla].



Figura XXV. Foto en perfil Facebook de Chamán Qénte [Captura de pantalla].

En el caso de Chamán Peruano, podemos ver que su página de Facebook cuenta hasta con su propio logo. Un logo que evidentemente ha tenido que ser trabajado por un diseñador. En su perfil, podemos encontrar diversas imágenes, videos de reuniones de su comunidad y de él realizando diversos rituales. En uno de sus videos; por ejemplo, podemos ver al chamán en una

habitación que tiene en el piso y en las paredes diversos elementos como mantos andinos, hojas de coca y cigarrillos. El chamán utiliza sus redes para mostrar al público el ritual que realiza al que titula ‘‘Conectando con la madre luna y el padre sol’’. Este chamán también publica fotos bien encuadradas y pensadas, con diversos elementos a su alrededor que son puestos precisamente para demostrar a sus seguidores los elementos que utiliza y quizás también aumentar la credibilidad de sus rituales. Un conjunto de cuatro fotos en las que aparece con una mujer vestida también con pollera es titulado ‘‘Haciendo mesada de unión de parejas’’. Las fotos muestran fuegos, ofrendas y a un Chamán Peruano bastante concentrado incluso alzando la mano en señal de invocación frente al fuego.

En la Figura XXVI y XXVII, se observa que Chamán Peruano parece enfocado a demostrar credibilidad y reconocimiento en sus redes. Él publica videos en los que la prensa lo entrevista y también aquella vez que tuvo la oportunidad de estar al lado del alcalde Muñoz. Este chamán tiene un gran contenido de videos en su comunidad, cada uno de ellos desarrolla un rito diferente. Algunos de sus videos son además en espacios naturales donde menciona frase como ‘‘hemos venido a recargar las buenas energías, las buenas vibras’’ y ‘‘venimos a hacer algunas ofrendas’’. Chamán peruano, como si se tratara de un Youtuber, explica a los usuarios donde se encuentra y realiza el recorrido mientras es seguido por la cámara. Él habla pausado, entonado y mantiene la postura firme. En el caso de Chamán Peruano, la mayor parte de su contenido son videos de las actividades de su comunidad y de rituales por lo que no considera necesario llenar de texto sus publicaciones. Al tener una gran carga de elementos a su alrededor puede que considere incensario agregar algo más.



Figura XXVI. Chamán Peruano realizando ritual en laguna. Publicado en Facebook [Captura de pantalla].



Figura XXVII. Chamán Peruano al lado de Jorge Muñoz. [Captura de pantalla].

A pesar de ello, podemos ver que Chamán Peruano también cuenta con publicidad. Está no tiene sonido, pero sí un fotomontaje que revela que el chamán realiza uniones de pareja

. Figura XXVIII.



Figura XXVIII. Publicidad de amarres de Chamán Peruano. Publicada en Facebook [Captura de pantalla].

En el fotomontaje podemos ver tres elementos. El primero, una pareja que representa el ritual al que se refiere la publicidad; el segundo, los elementos ancestrales necesarios para realizar el ritual (velas, plumas) y el elemento natural (fuego). En primer lugar, podemos ver a Chamán Peruano con su pututo, vestido con uno de los atuendos que siempre utiliza para realizar sus rituales y compartir con su comunidad. En otro de los spots, podemos ver frases como ‘‘Salva, une y retiene a tu ser amado’’ o ‘‘Amarres eternos y secretos para el amor, No pierdas la fe’’.
Figura XXIX y XXX



Figura XXIX. Publicidad Chamán Peruano con número. [Captura de pantalla].



Figura XXX. Publicidad de Chamán Peruano para amarres. [Captura de pantalla].

En el caso de Vidente de Nacimiento José podemos ver en su perfil diversas imágenes acompañadas de texto que anuncian sus poderes para realizar diversos rituales. Por ejemplo, podemos observar frase cómo “Vidente. Peruano experto en curaciones imposibles hoy día salvando vidas” o “Usted está cansada(o) de los brujos, maestros y videntes que solo le prometen y puro cuento de hadas. Basta de dudas, con mi sabiduría yo doy la solución.

Respecto a vidente de Nacimiento José, en la Figura XXXI podemos observar cómo hay una intervención de un editor en la imagen para anunciar su número, su correo y su Facebook. Está imagen también es un fotomontaje que intenta mostrar al público los servicios del chamán. Estos fotomontajes eran comunes en los banners impresos que los chamanes trasladan a espacios presencial, pero ahora también se utiliza un medio digital y funcionan mucho mejor, porque pueden ir acompañados de breves texto o videos, los cuales son mucho más dinámicos para atraer a los usuarios. También, podemos observar los clientes del chamán, las personas que se encuentran atendidas por el teniendo los palos de oración mientras realizan el ritual. Estas imágenes; por ejemplo, constituyen también a un video de YouTube que fuera realizado en el que se hablaba de la curación hacía aquella mujer que había perdido su pareja y que si no se cura se iría con otra persona que tras de ella, en menos de una semana. Figura XXXII



Figura XXXI Fotomontaje publicidad de Vidente de Nacimiento José. [Captura de pantalla].



Figura XXXII. Publicidad de Vidente de Nacimiento José anunciando rituales. Publicada en Facebook [Captura de pantalla].

Finalmente, podemos ver que Mayahuasca Shaman José Luis, difunde cómo si se trata de blogs las sesiones que realiza al aire libre. En la imagen XXXIII se pueden observar a dos jóvenes. Ambos han participado del ritual de la Mayahuasca y se encuentran en el proceso de trance. Ambos jóvenes aparecen en el video riéndose a carcajadas. La risa es tanta que en algunos casos balbucean. El chamán José Luis se siente orgulloso de su trabajo y, mientras se ríe, anuncia la recuperación de aquellos dos, quienes se encontrarán mejor ahora que ya han

recibido los efectos del mágico Mayahuasca.



Figura XXXIII. Video de Mayahuasca Shaman José Luis en sesión Mayahuasca. Video en Facebook [Captura de pantalla].

La imagen XXXIV muestra los alrededores del campamento realizado por Shaman José Luis, quien anuncia tener ya a todos sus” muertitos descansando; es decir, a clientes que han experimentado los efectos del Mayahuasca y necesitan tomar un descanso luego del viaje espiritual que dan.



Figura XXXIV. Participantes de sesión Mayahuasca, Video en Facebook [Captura de pantalla].

Cómo se puede ver, cada chamán ha encontrado su propia manera o tiene su propio estilo de

utilizar las diversas herramientas de redes sociales para lograr difundir aquellos discursos anteriormente analizados. Algunos tienen un arduo trabajo de la mano de diseñadores y editores y otros tienen el poder de la labia o el presupuesto como para implementar una serie de objetos alrededor que demuestran la conexión entre el mundo espiritual y el terrenal.

Peña (2001) menciona que las redes sociales, en estos casos, se convierten en una extensión para brindar ese alcance de experiencia a la persona. Además, admite que estas mismas plataformas pueden considerarse nuevos medios de creación y en efecto esto sucede con los chamanes en nuestro país. El mundo entorno a lo chamánico ha migrado y quienes lo proliferan tratan de experimentar y crear contenido que cumpla con los requerimientos de los usuarios.

5. CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

1. El surgimiento del internet ha permitido que algunos chamanes logren mercantilizar la cultura a través de la web. Las herramientas de las diversas redes sociales han hecho más fácil la difusión de estos rituales que algunos de ellos realizan con el fin de obtener algún beneficio económico. Esta mercantilización de la cultura existía antes en un ámbito presencial donde; por ejemplo, el turismo místico se vendía como una innovadora opción para que turistas extranjeros experimentaran rituales como el del Ayahuasca. Sin embargo, ahora, con el uso de las herramientas digitales, se puede lograr casi establecer una empresa basada en una cultura ancestral plagada de creencias. Los chamanes ya no tienen que comprar un local o alquilar un puesto para promocionarse. Ahora, todo eso es posible a través de las redes que poseen herramientas necesarias para lograr estos objetivos. En el caso de los chamanes analizados, Facebook les ha permitido desarrollar una identidad web constituida a través de su vestimenta, su tono de voz y sus palabras, todo ello forma parte del discurso que proliferan.
2. Por otro lado, las redes sociales permiten compartir contenido de manera práctica. Los chamanes ahora pueden consultar a un especialista en diseño, marketing o publicidad y empezar a lanzarse como un servicio, en el caso del Shaman José Luis, como el producto del Mayahuasca que según indica es un brebaje parecido al Ayahuasca, pero que puede ser ingerido sin necesidad de un guía (chamán). Para que la creación de esta “identidad de la marca” funcione se necesita identificar las características principales

que tendrá el chamán. Los chamanes suelen venderse cómo la solución o el mediador entre el mundo espiritual y el terrenal para hallar la felicidad. En ese sentido, el “valor agregado” que le pongan a su propia “marca”; es decir a su perfil de Facebook, debería de ser muy personal. Por ejemplo, Vidente de Nacimiento José asegura que su especialidad es realizar amarres de amor, mientras que Chamán Peruano anuncia estar dispuesto a viajar a todas partes del mundo si la persona lo requiere.

3. La mercantilización de la cultura es un negocio que realmente funciona. Las nuevas plataformas digitales y las herramientas que tienen logran conectar con un público que ya no necesariamente se tiene que encontrar físicamente. Está es una de las principales razones por las que los chamanes deciden anunciar que pueden realizar curaciones, amarres y limpiezas sin la presencia del cliente. Esta forma de trabajo remoto podría generar inseguridad acerca de la efectividad del chamán y por eso mismo es que ellos se enfocan en conectar con los usuarios y presentarles a través de la web la mayor cantidad de “pruebas” que refuercen su efectividad cómo chamanes.
4. Por otro lado, algunos chamanes ahora son “tenochamanes”; es decir personas que continúan proliferando un discurso entorno a lo chamánico, pero ahora a través de espacios digitales. Ellos, han sabido cómo aprovechar una plataforma digital cómo Facebook para comunicar de manera efectiva. La difusión de sus propios discursos a través de su identidad construida ha sido aceptada por los usuarios, quienes no solos los siguen, sino también les agradecen ante los consejos que postean en las redes. Ellos han logrado mantener un discurso entorno a lo chamánico, pero ahora es mucho más premeditado. En un espacio presencial, ellos no podían poner diversos elementos a propósito a su alrededor, tampoco podían generar “tomas de detalle” que focalicen la atención sobre un determinado objeto. Con las herramientas audiovisuales y el internet, ellos logran convertirse en creadores de contenido y junto a su diseño o marketing desarrollan un perfil que comunica y que está cargado de simbolismos representados a través de objetos.
5. Casos como el de Shaman José Luis, quien realiza rituales para el consumo de Mayahuasca en espacios a los que llama “templo Mayahuasca”, demuestran que aún sigue vigente la atracción por lo exótico. En sus videos, se pueden ver a decenas de

personas participando de aquellos campamentos donde se consume este producto promocionado por él. Este producto es difundido con un discurso que asegura que el brebaje podría cambiarte la vida y hacerte sentir en paz. Este mismo discurso de felicidad alcanzada como producto de rituales entorno a lo chamánico es difundido por los otros chamanes, quienes aseguran tener poderes sobrenaturales adquiridos o heredados de sus ancestros. Estos “poderes” que ellos anuncian son representados a través de sus perfiles de Facebook, pues sus publicaciones están cargadas de ellos “en acción”, precisamente para demostrar su efectividad.

6. Cada elemento alrededor del chamán transmite un discurso. Por ello, algunos de estos elementos son puestos a propósito en las escenas que muestran en sus redes. No es lo mismo ver a un chamán en saco y corbata que verlo en poncho, chullo, en un área natural y tocando un instrumento de aire. Su vestimenta; por ejemplo, le otorga importancia a los rituales que realizan. Esta manera de utilizar determinada ropa para los rituales se puede comparar con la manera en que los sacerdotes se visten para para las diversas épocas del calendario litúrgico. Los sacerdotes utilizan estas prendas solo cuando se encuentran celebrando la eucaristía, ya que luego de terminada la misa o celebración deben sacarse este atuendo sagrado. Es por ello, que algunos chamanes también se graban o toman fotos sin sus atuendos cuando están realizando otras actividades que no implican realizar un ritual. Por ejemplo, Chamán Peruano se toma una foto con su marketero en camisa y pantalón y Shaman José Luis se graba en polo y jean para dar buenas vibras a sus seguidores mediante una transmisión en vivo de Facebook.
7. Los elementos que se encuentran alrededor del chamán también transmiten un discurso entorno a lo chamánico. Por ejemplo, el instrumento musical de aire, que tres de los cuatro chamanes analizados utiliza o al menos pone en escena representa la conexión del mundo terrenal con el espiritual. Al tocar el instrumento de aire, ellos anuncian conectarse con el mundo místico. Algunos de ellos incluso alzan las manos, cierran los ojos o se mueven para crear esta puesta en escena de la conexión del ser terrenal con el mundo espiritual.
8. En cuanto al lenguaje que transmiten, se logra entender que ellos se sitúan como doctores espirituales. Ellos dan un diagnostico a sus pacientes; es decir a sus clientes,

para luego ofrecerles una cura a sus males que en este caso son netamente espirituales. Estos doctores espirituales transmiten en redes sociales sus métodos para sanar que según mencionan son siempre efectivos. Por ejemplo, Vidente de Nacimiento José toma fotos y graba sus curaciones. En algunas de ellas se puede ver a personas extender objetos como palos de oración y ofrendas. En el caso de Chamán Qénte, podemos ver como el ofrece diagnósticos basados en la lectura de cartas de tarot a sus seguidores, quienes comentan sus transmisiones en vivo de Facebook. Por su parte, Chamán Peruano explica su poder para curar y hacer feliz a sus clientes y Mayahuasca José Luis publica diversas imágenes y videos relacionadas a las curaciones que realiza e incluso anunciar haber cambiado la vida de algunos ciudadanos.

9. El contenido que los chamanes difunden en las redes social necesita de diversas herramientas para crearse. Los chamanes han aprendido o han contactado con alguien que conozca del mundo digital para poder difundir sus discursos en Facebook. Chamán Qénte realiza transmisiones vivo desde Facebook. Para ello, sitúa la cámara de un determinado modo, quizás con un trípode, cuadra la escena, graba y publica. Para crear sus spots publicitarios ha necesitado aprender o conseguir que realice planos detalle, planos generales, cortes, movimientos de cámara, efectos de sonido y edición en general. Su spot es muy elaborado y funciona precisamente por ello, porque podría compararse con el de una determinada marca. El spot principal de chamán Qénte cuenta con diversos objetos que crear una escena, pero cada uno de ellos ha tenido que estar muy pensado para situarse en el lugar. Por ejemplo, generar una toma de detalle de los muñecos vudú a los que golpea con la ruda, mientras que la voz de fondo anuncia su capacidad para realizar amarres de amor.
10. En el caso de Chamán Peruano podemos ver una mayor conexión a herramientas digitales relacionadas al marketing. Por ejemplo, el logo diseñado que utiliza como foto de perfil o las imágenes y videos publicitarios donde anuncia sus servicios y su número de contacto. Además, la cantidad de videos y fotos que sube constantemente. Algunos de ellos, captan una escena premeditada, donde cada elemento se sitúa para darle un sentido a la publicación y junto a el texto que escribe, logran transmitir un mensaje.
11. Vidente de nacimiento José utiliza una estrategia similar. Él no solo realiza movimientos de cámara o difunde fotos, sino que también realiza montajes de fotos

para anunciarse en las redes. Él, también utiliza estos montajes editados para difundir la cantidad de opciones bancarias que tiene a disposición de su público. En el caso de Shaman José Luis, se puede ver un gran manejo de redes sociales y sus herramientas debido a la gran cantidad de contenido que publica. Él mismo sabe cómo situar la cámara para grabarse como si se tratara de un video tutorial o un blog.

12. Esta investigación y análisis profundiza en los discursos entorno a lo chamánico que se difunden en las redes sociales y la manera en que las herramientas que existen en estos espacios digitales ayudan a mercantilizar la cultura. Sobre este tema no se ha hablado mucho, ya que es un fenómeno que se continúa actualizando. Las redes sociales cambian constantemente y las herramientas que existen en ellas también. Por ello, los chamanes incluidos en esta investigación han migrado y crean contenido en estos nuevos espacios de comunicación. Es importante que esta nueva manera de transmitir discursos se visibilice, ya que constituye a una realidad que nos encontramos viviendo en la actualidad, una nueva realidad en la que costumbres y creencias ancestrales son adoptadas y difundidas en estos nuevos espacios digitales, los cuales les permiten transmitir discursos, mercantilizarse y crear contenido con diversas herramientas. Esta nueva forma de comunicar podría hacer que estas prácticas ancestrales no se pierdan y más bien se hagan populares. Además, hace que no se pierda el etno turismo: es decir la atracción de extranjeros por creencias o prácticas ancestrales que hace que ellos estén dispuestos a contactar o incluso viajar para experimentar y conocer más de estas tradiciones más allá de si son efectivas o no.

6 REFERENCIAS

- Sánchez C. M (2011). La huella del chamán: Mitos y rituales de una espiritualidad ancestral. [Archivo PDF], Recuperado de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/29946/3/La%20Huella%20del%20Chamanismo.pdf>
- Lagunas A. D y Bozano H. J (2014) Neochamanismo y tecnoespiritualidad: El caso del movimiento trance en Andalucía [Archivo PDF], Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/TEKN/article/view/48994/45709>
- Castrillón H. D (2003) El fenómeno religioso: la evangelización en la era digital [Archivo PDF], Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70100602>

- Lara M. G (2018) Realidad fluida: Aproximaciones a la realidad virtual y sus posibles alcances [Archivo PDF], Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/149304>
- Arroyo R. S (2006) Magia y superstición en la era de internet [Archivo PDF], Recuperado de <https://studylib.es/doc/4781987/%E2%80%9Cmagia-y-superstici%C3%B3n-en-la-era-de-internet%E2%80%9D>.
- Lombardi D (2011) Neochamanismo: El ritual transferido [Archivo PDF], Recuperado de https://halshs.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/562253/filename/NEO-CHAMANISMO._EL_RITUAL_TRANSFERIDO.doc_Compatibility_Mode_.pdf
- Mingo A. A (2007) Chamanismo: El pasado en el presente [Archivo PDF], Recuperado de http://www4.pucsp.br/cehal/downloads/relatorios/revista_a_distancia/Chamanismo.pdf
- Huerta J. D (2016) Chamanismo y turismo místico en el Perú: Un estado de la cuestión [Archivo PDF], Recuperado de https://www.academia.edu/27654618/CHAMANISMO_Y_TURISMO_M%C3%8DSTICO_EN_EL_PER%C3%9A_UN_ESTADO_DE_LA_CUESTI%C3%93N_SHAMANISM_AND_MYSTIC_TOURISM_IN_PERU_A_STATE_OF_THE_ART
- Caicedo F. A (2009) Nuevos chamanismos. Nueva era [Archivo PDF], Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/unih/n68/n68a03.pdf>
- Pelcastre-Villafuerte B (1999). La cura chamánica: Una interpretación Psicosocial [Archivo PDF], Recuperado de https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/spm/v41n3/41n3a10.pdf
- Martínez G. R (2009) El chamanismo y la corporalización de chamán: argumentos para la deconstrucción de una falsa categoría antropológica. [Archivo PDF], Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cuicui/v16n46/v16n46a10.pdf>
- Wasserman S. y Faust K. (1994). Social Network Analysis. Cambridge: University Press. (1969). Social Networks in Urban Settings. Manchester, Inglaterra: Manchester University. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=CAm2DpIqRUIC&oi=fnd&pg=PR21&dq=Social+Network+Analysis.+Cambridge:+University+Press+Wasserman&ots=HwOpre1DLc&sig=9pePIVa4YKjksDu6yuE9reIhE58#v=onepage&q=Social%20>

Network%20Analysis.%20Cambridge%3A%20University%20Press%20Wasserman
&f=false

- Hultkrantz A. (1984). El chamanismo: ¿un fenómeno religioso?, en El Viaje del Chamán, ed. Kairós, Barcelona. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/355198169/229776526-Grof-Stanislav-El-Viaje-Del-Chaman-1-pdf>
- Musso C. G. (2015). Medicina chamánica: su análisis desde una perspectiva científica [Archivo PDF], Recuperado de https://www1.hospitalitaliano.org.ar/multimedia/archivos/noticias_attachs/47/documentos/22854_142-144-HI4-6-Med.%20Cham.-Musso-A.pdf
- Giove R. (Sin fecha) Rituales de la vida, cotidianos y sagrados Rosa [Archivo PDF], Recuperado de https://www.takiwasi.com/docs/arti_esp/ritualesdelavida.pdf
- Martín Gamboa (2016). Licenciatura Binacional en Turismo: (CENUR-UDELAR Uruguay) Las diferencias conceptuales desde una mirada antropológica de la subjetividad. Recuperado de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:4xs6bxFHdaYJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6733395.pdf+&cd=5&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>
- Vicente Manzano (2005). Introducción al análisis del discurso [Archivo PDF] Recuperado de <https://personal.us.es/vmanzano/docencia/metodos/discurso.pdf>
- Evelyn Téllez Carvajal (2017). REFLEXIONES EN TORNO A LA “CIUDADANÍA DIGITAL” [Archivo PDF] Recuperado de <http://journals.sfu.ca/doxa/index.php/doxa/article/viewFile/34/28>
- Xabier Barandiaran (2003). La Era Digital v.1.0 [Archivo PDF] recuperado de <https://sindominio.net/xabier/textos/digital/digital.pdf>
- Muros, Beatriz (2011). El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online. [Archivo PDF] recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2170/217019031004.pdf>
- Vincent Basset. (2007). Un fenómeno ritual moderno: el neochamanismo. [Archivo PDF] Recuperado de <http://cdsa.academica.org/000-066/1818.pdf>
- Scuro J. (2016). NEOCHAMANISMO EN AMÉRICA LATINA UNA CARTOGRAFÍA DESDE EL URUGUAY [Archivo PDF] Recuperado de https://neip.info/novo/wp-content/uploads/2016/09/Scuro_Neochamanismo_Tese_Doutorado_2016.pdf
- We are Social y Hootsuite (2019). Digital in 2019. New York. Recuperado de <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

- **Davis, E. (2005).** Psychedelic Culture. **San Francisco.** **Recuperado de** <https://techgnosis.com/psychedelic-culture/>
- Fericgla J. (2000). Los chamanismos a revisión. De la vía del éxtasis al interne. Barcelona. **Recuperado de** https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1177&context=abya_yala
- SAHUQUILLO, M. (2019). El chamán que quería exorcizar a Putin. Moscú. **Recuperado de** https://elpais.com/internacional/2019/09/22/actualidad/1569145075_788329.html
- José, A. (2014). ¿Sirven para algo las redes sociales en el sector cultural?, [Archivo PDF]. **Recuperado de** https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/8RedesSociales_JPen%CC%83a.pdf
- María S. (2010). La huella del chamán: Mitos y rituales de una espiritualidad ancestral. [Archivo PDF]. **Recuperado de** https://issuu.com/filosfia/docs/la_huella_del_chaman/10
- Xabier, B. (2003). La Era Digital. [Archivo PDF]. **Recuperado de** https://sindominio.net/xabier/textos/digital/digital_2.pdf