

Templos digitales. Grupos afroumbandistas argentinos en Facebook

Sección: Dossier
Recibido: 29/09/2021
Aceptado: 10/11/2021

Digital Temples. Argentinian Afroumbandistas groups on Facebook

Pablo Maximiliano Ojeda

Universidad de Buenos Aires, Argentina

<https://orcid.org/0000-0003-3218-4142>

pmojeda@hotmail.com

Resumen

Las religiones de matriz africana presentan desde el último cuarto del siglo pasado un importante desarrollo, principalmente entre los sectores populares y suburbanos de la Argentina. Este escrito explora, mediante un trabajo de campo etnográfico-digital llevado a cabo entre 2018 y 2020, una serie conformada por 36 grupos de Facebook integrados, administrados y moderados por jerarquía y adeptos de las diversas líneas o cultos con mayor presencia en el espectro local. A través de una sistematización descriptivo-analítica de las dinámicas presentes en estos espacios y la realización de entrevistas por mensajería interna con sus participantes, el artículo muestra que los afroumbandistas poseen en la popular red social una amplia, sostenida y creciente presencia que les permite no solo intercambiar opiniones, dudas y conocimientos religiosos, sino también establecer estrategias de pertenencia y adscripción identitaria en una sociedad que los niega o los mantiene ocultos.

Palabras clave: etnografía digital, Facebook, religiosidad, africanismo, Argentina.

Abstract

Since the last quarter of the previous century, the religions of African origin have undergone significant development, mainly among the popular and suburban sectors of Argentina. Through ethnographic-digital fieldwork between 2018 and 2020, this paper explores a series of 36 integrated Facebook groups, managed and moderated by hierarchy and adherents of the various lines or cults with a more significant presence in the local spectrum. Through a descriptive-analytic systematization of the dynamics present in these spaces and the conduct of interviews by internal messaging with their participants, the article shows that Afro-Umbandistas have in this social network a wide, sustained and growing presence that allows them not only to exchange opinions, doubts and religious knowledge but also to establish strategies of belonging and identity affiliation in a society that denies or keeps them hidden.

Keywords: digital ethnography, Facebook, religiosity, Africanism, Argentina.

Introducción

Para facilitar la comprensión del desplazamiento espacial de las religiones afroamericanas y su adopción por un número de fieles cada vez mayor, resulta útil distinguir entre procesos diaspóricos primarios y secundarios (Frigerio, 2004). Esta óptica sostiene que, aunque las diversas variantes originales se desarrollaron —desde el período colonial— en geografías disímiles (Bahía, Recife, Porto Alegre, La Habana o Puerto Príncipe), existen semejanzas suficientes entre ellas como para agruparlas en una diáspora religiosa de nivel primario que generó las variantes más tradicionales: el candomblé, el batuque, la regla de ocha o santería y el vodou. Por otra parte, las regiones a las que migraron posteriormente pueden ser consideradas como parte de una diáspora secundaria —mucho más difusa, sincrética y diversificada— que arribó a Río de Janeiro, São Paulo, San Juan de Puerto Rico, Caracas, Montevideo y Buenos Aires. Con respecto a su expansión específica en el territorio argentino, se argumenta que la misma se relaciona con “el hecho de que proporcionan un marco institucional y una síntesis viable a creencias y prácticas religiosas previamente presentes en los sectores populares” (Carozzi y Frigerio, 1992, p. 71. Salvo que se indique lo contrario, todas las traducciones son del autor). Asimismo, Segato (2007, p. 250) afirma que una “vocación de minoría” sostiene esta reintroducción de repertorios simbólicos que “se torna un significante muy fuerte en un país donde, aparentemente, no se preservó la memoria ni los vestigios étnicos del pueblo trasplantado en la trata de esclavos”.

Estas religiones no poseen una doctrina oficial ni un texto escrito, mucho menos un consenso entre las jerarquías que presente en forma unívoca su cosmovisión sagrada a la vez que legitime las prácticas ceremoniales como sí ocurre con otras creencias —de adscripción cristiana, judía o musulmana— mejor conocidas, más extendidas y tradicionalmente practicadas en la Argentina. Es por ello que la antropología de la experiencia (Turner y Bruner, 1986), que plantea la necesidad de abarcar aspectos sociales a partir de la comunicación intersubjetiva, otorga un adecuado marco teórico-metodológico para su identificación y reconocimiento. Esta perspectiva propone observar y analizar los modos en que los individuos vivencian su propio medio y considerar la experiencia no solo como sentido, cognición o razón, sino también como sentimiento y expectativa. Esto obliga a aprehender un arco más amplio de representaciones simbólicas e integrar imágenes, impresiones y todo aquello relacionado con la experiencia vivida, como los pensamientos, las dudas y los deseos. Partiendo del registro y el análisis de situaciones pequeñas, el fin consiste en llegar a conclusiones que interpreten la construcción del fenómeno colectivo que se quiere analizar. Para alcanzar este objetivo, y retomando las reflexiones de Geertz (2005), la propuesta se aleja de las descripciones tenues y la folclorización de las acciones culturales.

Por otra parte, sabemos que en las últimas décadas la aparición de Internet ha hecho posible el surgimiento de nuevas formas de la experiencia vivida. La inmersión en mundos virtuales (Boellstorf, 2008 y 2012; Taylor, 2002), las experiencias de juegos en línea (Hjorth, 2011; Nardi, 2010) y sobre todo el diálogo o movimiento constante entre un mundo *online* y otro *offline* en el que nos sumerge la vida cotidiana contemporánea (Horst, 2009; Taylor, 2009; Hjorth y Pink, 2014), han resignificado nuestras prácticas, así como los modos de relacionarnos. En este sentido, Baym (2010, p. 52) señala que “la comunicación mediada no es sólo un espacio, sino una herramienta adicional que las personas utilizan para conectar, un instrumento que sólo se puede entender como profundamente integrado en las realidades de la vida encarnada e influido por ellas”. Como también advierte Gergen (2002), la telefonía móvil ha transformado la relación entre quienes están físicamente colocalizados y la *presencia ausente* de los otros significativos, que ya no se encuentran presencialmente en un mismo e inequívoco lugar. Esta idea de copresencia refiere a diversas formas de *estar juntos* que no implican necesariamente compartir un mismo espacio físico o material (Beaulieu, 2010).

Siguiendo estos lineamientos, el presente artículo indaga en la presencia y la interacción de usuarios afroumbandistas (término *emic* con el que se reconocen los adeptos locales de las distintas vertientes) en la red social Facebook; y se pregunta por la dinámica y los temas recurrentes que los sujetos —en tanto estrategias de agencia, pertenencia social y preservación del patrimonio inmaterial— desarrollan en estos nutridos espacios digitales. En este sentido, la investigación retoma la posta del estudio llevado a cabo por Frigerio (2013), que relevó las participaciones de afroumbandistas del Cono Sur en espacios virtuales hoy en desuso —Grupos de MSN (de 2003 a 2008) y *Fotoblogs* (de 2008 a 2010)— y dialoga con el trabajo reciente de Ábalos Irazábal (2021), que se ocupa del activismo digital de grupos políticos afrorreligiosos en el Área Metropolitana de Buenos Aires. Considerando la escasez de producciones que versan sobre este campo, la propuesta puede constituir un aporte de interés empírico y metodológico para futuros avances —propios y/o ajenos—, a propósito del cruce entre diversidad religiosa y etnografía digital en la escena nacional.

¿Por qué Facebook?

Aunque el “estar ahí” (Geertz, 1989) ha sido una condición para la investigación etnográfica desde Malinowski, debemos preguntarnos ¿qué significa hoy ‘estar ahí’? cuando el investigador dispone de una amplia variedad de recursos telemáticos o *polimedios* (Medianou y Miller, 2011) para hacer observaciones de campo o comunicarse con sus informantes. Así, ante la duda acerca de si ensayar

alguna forma de etnografía digital o remota podía resultar tan válida como la tradicional para abordar la presencia actual de las religiones afroamericanas en la Argentina, comprendí que en nuestro mundo las formas de ‘estar ahí’ se han resignificado, y que la investigación de los fenómenos sociales no debiera resultar, de ningún modo, ajena a este cambio.

Tras estas reflexiones, comencé un relevamiento digital a principios de 2018 escribiendo palabras clave en el buscador de Facebook: *umbanda*, *kimbanda*, *pai-de-santo*, *Oxum*, *Xangó*, etc. El entorno de la red social más popular del mundo está en ese sentido bien organizado, ya que ofrece una serie de herramientas que permiten afinar la búsqueda. Una vez que se han tipeado los términos en cuestión, es posible indicarle a la plataforma qué estamos buscando exactamente: publicaciones (*posteos* que incluyan esos vocablos), personas (perfiles individuales que contengan tales palabras), fotos y videos (imágenes y contenido audiovisual relacionado), *marketplace* (venta de productos y servicios), páginas o *fanpage* (sitios específicos dedicados a la temática), lugares (locaciones vinculadas por denominación), eventos (charlas, fiestas, conciertos, manifestaciones, etc.) y *grupos* (reunión de usuarios que desde sus perfiles personales intercambian opiniones e información sobre un tema de interés de manera bidireccional, a diferencia de la página o *fanpage* donde la comunicación es unidireccional y no permite demasiada interacción).

El volumen de información que encontré resultó sustantivo. Pasé varios meses entrando a los espacios afrorreligiosos, incursionando en la lectura de *posteos*, bajando imágenes, tomando notas y preguntándole a mis informantes “reales” en el campo, el significado de algún término o concepto con el que a menudo me topaba y no lograba descifrar su uso en contexto. Esas actividades de rastreo iniciáticas no solo me resultaron sumamente atractivas y enriquecedoras, sino que me llevaron a comprender que debía profundizar en esa evidencia, ya que:

el enfoque digital permite reconocer y buscar formas de conocer (acerca de) los mundos de otras personas que, de otro modo, podrían ser invisibles y que a otros sistemas más formales de investigación y, por consiguiente, menos exploratorios y colaborativos, podrían pasarle desapercibidos (Pink, 2019, p. 31).

El paso siguiente entonces, fue seleccionar un campo determinado dentro de la red social para analizar. Opté por enviar solicitud desde mi cuenta personal a varios de los grupos de afroumbandistas que había *descubierto*. Los criterios de selección — además de la obiedad de la temática religiosa— fueron los siguientes: que contaran al menos con 1000 miembros; que funcionaran activamente (varias publicaciones al día), y que sus administradores, moderadores y demás participantes residieran en su mayoría en la Argentina, para garantizar la especificidad territorial.

Hay tres tipos de grupos en Facebook: *públicos* (cualquier usuario de la red puede encontrarlos en el buscador, acceder y visualizar su contenido); *privados* (solo los miembros pueden ver quienes pertenecen al grupo y lo que se publica), y *ocultos* (son “invisibles” y únicamente es factible unirse mediante una invitación). En todos los casos, para publicar, comentar o interactuar con los demás miembros es necesario enviar una solicitud y ser admitido por un administrador. En ocasiones, también se le solicita al candidato completar algún breve cuestionario o comprometerse a acatar ciertas reglas. Así, en un par de solicitudes tuve que responder preguntas muy específicas sobre la religión antes de ser admitido, como ¿qué es un *otá?* (piedra sagrada donde se asientan las entidades para su adoración); ¿qué función cumple el *combón?* (ayudante durante los rituales de incorporación); ¿qué es un *ibeji?* (orixás niños y gemelos), o ¿cuál es tu *orixá* de cabeza? (deidad rectora y descriptora de la personalidad del fiel en las líneas más tradicionales).

Una vez admitido como miembro en los primeros grupos, la disyuntiva ética de permanecer o no como *lurker* [mirón, merodeador, participante receptivo], se presentó bajo la forma de potentes interrogantes personales y profesionales. ¿Qué iba a hacer yo exactamente dentro de estas comunidades *virtuales?* ¿Debía advertirles a los participantes mis verdaderas intenciones? En definitiva, ¿no estaba allí como ellos para aprender y debatir sobre la religión? ¿cambiaba en algo revelar previamente mi condición de académico y ateo? Sade-Beck (2004) y Paech (2009) abordaron esta dimensión del investigador en el marco de la etnografía digital, distinguiendo grados paulatinos de participación en un *continuum* que va del anonimato a la interacción. En mi caso, esta progresión se dio de manera espontánea e intuitiva. Durante los tres años en los que llevé a cabo mi trabajo de campo con los grupos pasé por varias etapas: desde la lectura ávida y silenciosa de publicaciones en las sombras, hasta el intercambio de saludos en directo con una *mãe-de-santo* que saludaba en sus vivos al “investigador del Conicet que nos hace el honor de acompañarnos esta noche”, pasando por un sinnúmero de conversaciones privadas por chat en las que obtuve los testimonios que compartiré más adelante.

En la tabla precedente es posible observar diversas variables. La elevada cantidad de grupos nos habla de una significativa presencia de la religión en Facebook; las cifras totales de integrantes, del interés que genera esta temática en muchos usuarios locales de la red social. Tal como mencioné, el relevamiento insumió tres años, en los que realicé un corte sistemático cada once meses para evaluar el movimiento de los grupos y sumar en cada oportunidad nuevos espacios al estudio ya que, como es sabido, el algoritmo de Facebook contabiliza las entradas e

indaga en las acciones del usuario, sugiriéndole cada vez nuevos sitios similares vinculados con sus intereses.

Tabla 1.

Espacios relevantes, cantidad de integrantes por período y fecha de creación.

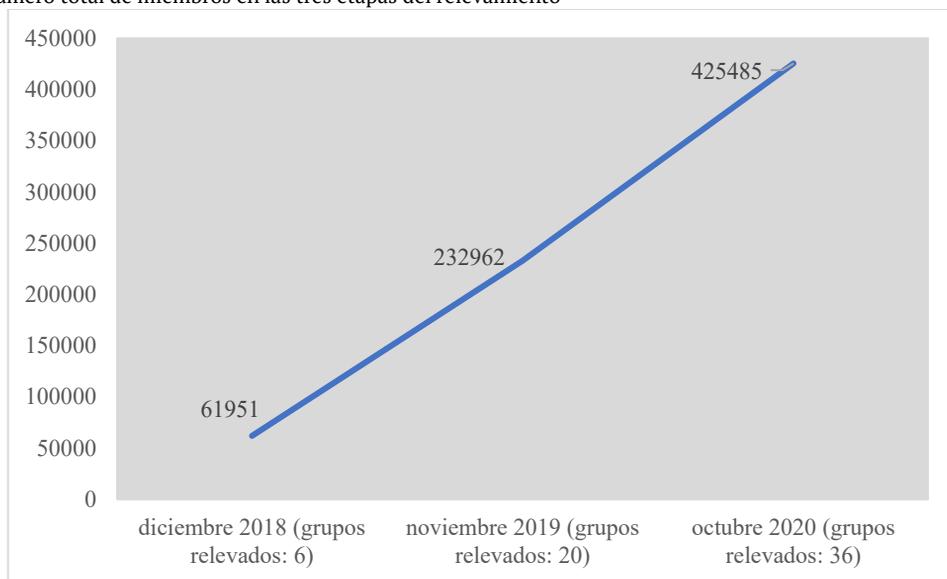
Número y denominación del grupo	Miembros (dic-2018)	Miembros (nov-2019)	Miembros (oct-2020)	Fecha de creación
1 A pura religión!!!		29.672	29.923	nov-2016
2 Afroamericanos 2		9.609	9.552	ene-2019
3 Anoche te vi fiascando			5.425	jul-2015
4 Afroumbandista cero discriminación	5.315	5.285	5.312	abr-2015
5 Debate religioso: africanismo...	9.133		9.458	may-2011
6 Debate religiones de matriz afro...			3.080	nov-2016
7 Doctrinas de religión afroamericana		10.463	12.037	jun -2018
8 Dudas nación, umbanda y kimbanda	9.012	9.036	9.257	jul-2014
9 El reino de las almas			25.352	sep-2017
10 Es de fiasquento/a. El debate			14.768	dic-2014
11 Exú y Pomba Gira mis guardianes			1.028	sep-2020
12 Fiascando por ser los mejores Trocados III			4.441	abr-2016
13 Fiascos al extremo y debate religioso		6.140	7.105	may-2015
14 Fiascos y fiasquientos		15.137	19.105	mar-2017
15 Fiasquientos 3			13.124	ene-2014
16 Kimbandero sin problemas 1		6.148	7.918	mar-2016
17 La magia de Exú y Pomba Gira			7.423	oct-2013
18 Los 7 portales de Tranca Rua y Padilla...		15.092	16.479	ago-2016
19 Los caminos de la umbanda		5.102	6.722	ene-2018
20 María Padilla Exús y Pomba giras			2.273	may-2020
21 Mercado de los orixás. Artículos religiosos			5.287	ago-2016
22 Nación, umbanda y kimbanda	19.747	37.845	42.213	dic-2017
23 Nación, umbanda y kimbanda (2)		6.676	11.670	dic-2011
24 Nación, umbanda y kimbanda (Debate abierto)		7.407	8.286	ene-2018
25 Orixás, Exús y Umbanda		10.045	10.458	oct-2016
26 Pomba Gira			8.636	sep-2019
27 Pomba Gira Laroye Maria Padilha			7.515	abr-2019

28	Pomba Gira Hechizos y Rituales		23.189	may-2019
29	Reino de Exú y Pombagira	7.974	13.421	oct-2019
30	Religión africanista	21.891	23.785	sep-2012
31	Religión: umbanda, kimbanda y orixás	10.412	13.483	ago-2018
32	Sólo Exú y Pomba Gira	3.008	3.157	ene-2014
33	Somos africanistas	3.267	3.736	oct-2017
34	Umbanda y kimbanda	15.477	18.973	ene-2015
35	Umbanda fundacional	8.301	8.593	abr-2018
36	Umbanda Historia y Aprendizaje	7.719	13.301	nov-2018
Total		61.951	232.962	425.485

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Facebook

Gráfico 1.

Número total de miembros en las tres etapas del relevamiento



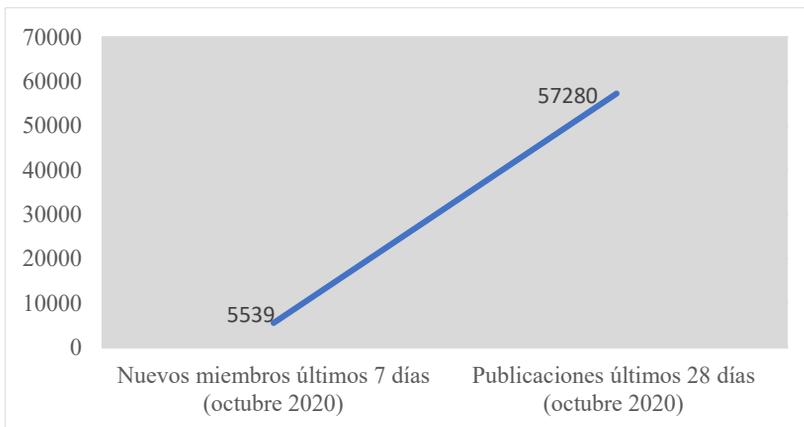
La cifra final, superior a los 425.000 miembros, resulta tan impresionante como incierta. La explicación es sencilla, un usuario puede integrar uno, varios o incluso todos los espacios como en mi propio caso. Bajo esta hipótesis extrema —pensar que hay muchos “Pablos” enviando solicitud a todos y cada uno de los grupos—, deberíamos

tomar los números más actuales (octubre de 2020) y dividir el total de miembros (425.485) por la cantidad de grupos (36). Obtendríamos un resultado de al menos 11.819 personas (o cuentas de Facebook) integradas a los diferentes grupos. Sin embargo, existen otras variables que nos sugieren que el número de participantes interesados en las religiones afro en el marco de la red social es significativamente superior. En primer lugar, un tercio del total está compuesto por grupos que superan por sí solos esa cifra. Los más exitosos, como *Umbanda y kimbanda* (18.973), *Fiascos y fiasquientos* (19.105), *Religión africanista* (23.785) y *A pura religión!!!* (29.923), duplican o rebasan holgadamente ese horizonte. Y el más populoso de todos, *Nación, umbanda y kimbanda*, cuenta nada menos que con 42.213 miembros. Cifra muy cercana a los seguidores en Facebook de las setenta diócesis que integran la Iglesia católica española (Pérez Dasilva y Santos Diez, 2017).

Por otra parte, la red social líder ofrece dos herramientas más que interesantes para analizar tanto el volumen de tráfico como el nivel de interacción en los grupos. Así, resulta posible obtener dos datos significativos: la cantidad de miembros nuevos sumados en la última semana y el total de publicaciones producidas en el grupo en los últimos veintiocho días. Este último incluye tanto los posteos originales como los comentarios y las respuestas que generan los mismos. Tomando nuevamente las cifras más actuales del estudio (octubre de 2020) y sumando la totalidad de los grupos, podemos observar la dinámica de estos movimientos en los treinta y seis espacios relevados:

Gráfico 2.

Nuevos miembros semanales y nivel de interacción mensual

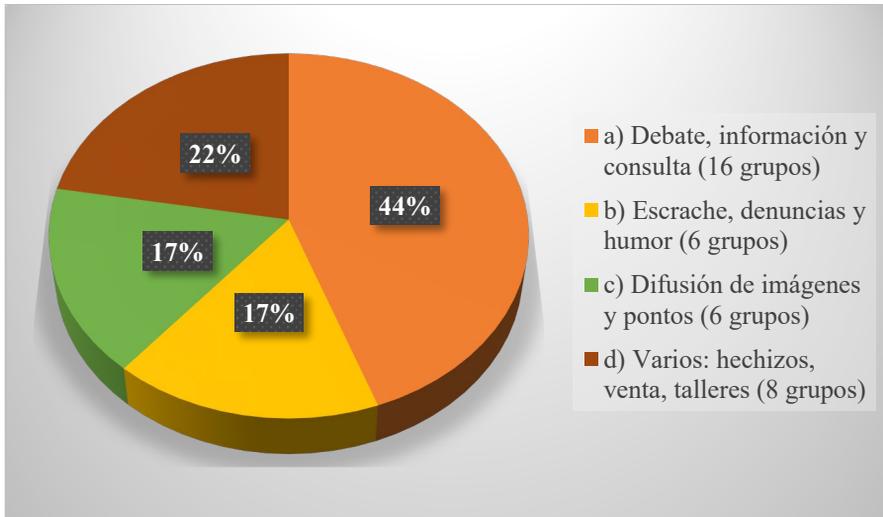


Finalmente, resulta necesario advertir —como habría de suponerse— que no todos los grupos ofrecen el mismo tipo de contenido a los usuarios. En este sentido, y

para facilitar la comprensión del análisis, he dividido los espacios en cuatro tipos, relacionados con las temáticas mayoritarias que presentan en sus discusiones.

Gráfico 3.

Principales intereses de los usuarios



Debate, información y consulta

Este corpus (el más numeroso) aglutina aquellos espacios en los que sus miembros —en forma prioritaria— intercambian opiniones y efectúan consultas sobre la práctica religiosa. Se caracterizan por ser los grupos más activos dentro de la red y los que presentan mayor crecimiento y altos niveles de interacción. El interés que despiertan en los participantes, obedece a la posibilidad de asistir a verdaderas tertulias en las que se discuten temáticas diversas como: el significado de algún término específico, el origen de la religión y sus diferentes líneas, la interpretación de rituales o la efectividad de los trabajos religiosos, entre otros.

Escraches, denuncias y humor

Bajo esta denominación general, reúno un particular conjunto de grupos. Se trata de espacios cuya principal actividad consiste en poner en duda la legitimidad y honestidad de los terreiros mediante el posteo sistemático de “escraches” a personas o prácticas religiosas. Los cuestionamientos pasan principalmente por la veracidad de la incorporación de las entidades sobrenaturales en los rituales y la ausencia de

fundamentos o doctrina espiritual de las casas religiosas. Estas “denuncias” efectuadas por los miembros varían desde el tono virulento, hasta publicaciones de corte sarcástico o humorístico.

Difusión de imágenes, videos y *pontos*

En esta fracción se encuentra una serie de grupos cuyo contenido — predominantemente visual o audiovisual— está orientado a difundir la iconografía y los sonidos tradicionales afroumbandistas. La práctica principal de sus miembros consiste en compartir imágenes religiosas, grabaciones de fragmentos de ceremonias y *pontos* (plegarias cantadas al ritmo del tambor que se utilizan para propiciar la celebración ritual o la incorporación de entidades).

Varios

En este último apartado se agrupan aquellos espacios minoritarios que poseen objetivos diversos. Entre ellos, los más visitados ofrecen hechizos y sortilegios sencillos para la salud, el dinero o el amor; algunos están dedicados a la compra-venta de productos ceremoniales; y otros realizan publicaciones periódicas destinadas a la promoción de reuniones, cursos o talleres sobre religión. Ahora bien, hay más de una forma de ocuparse de lo digital sin que ello —como ocurre en mi investigación— sea el centro del análisis (Couldry, 2012; Moores, 2012; Pink y Mackley, 2013). Las redes son un espacio abierto (Massey, 2005) en el que discurren infinidad de temáticas, y en este sentido el método etnográfico allí aplicado debe ser amplio, procesual, flexible, colaborativo y heterodoxo, ya que exige atender a *nuevas* formas de comunicarse (Ingold, 2012; Hine, 2015). Así, la perspectiva resulta subsidiaria de la pregunta de investigación y de los retos que con ella se busca responder, ya que “para entender de qué modo los medios digitales forman parte de los mundos cotidianos de las personas, hemos de comprender también otros aspectos de sus mundos y sus vidas” (Pink, 2019, p. 27).

Por último, una muestra de la evolución de los grupos —ya diferenciados por temáticas y objetivos—, en relación con su crecimiento interanual en las tres etapas del relevamiento (gráfico 4); y el total de miembros nuevos sumados en el último mes más el nivel de interacción reflejado en posteos y comentarios observado en el término de una semana (gráfico 5).

Gráfico 4.
Crecimiento interanual de los grupos

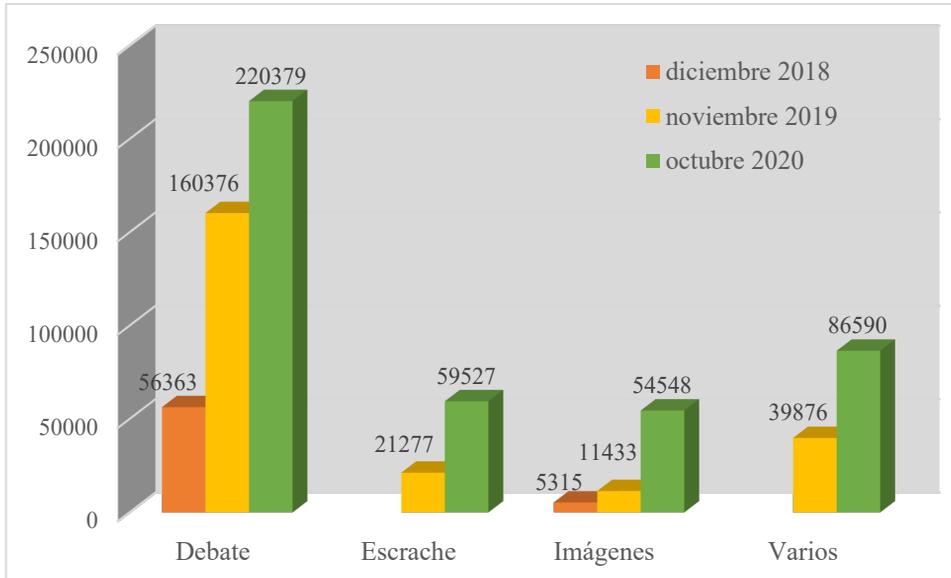
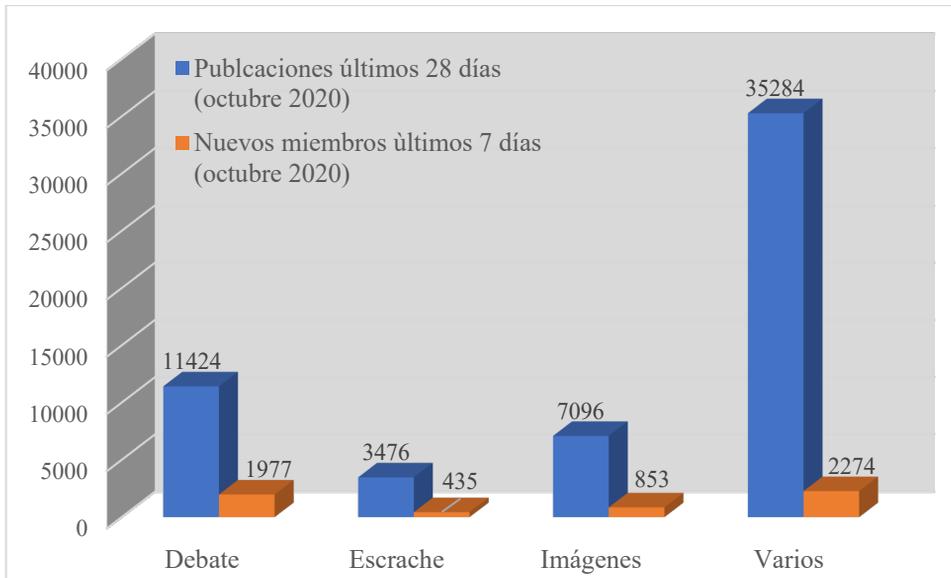


Gráfico 5.
Publicaciones mensuales y usuarios nuevos por semana



Dinámica y temas recurrentes

En el apartado anterior, hemos visto que los grupos afroumbandistas de Facebook son numerosos, que poseen una sólida presencia en la red —existen en forma continua desde hace al menos una década— y que ostentan curvas de crecimiento e interacción sostenidas y ascendentes, particularmente acentuadas en los últimos tres años según ha observado mi relevamiento. Pero... ¿de qué se habla allí? ¿qué dicen las voces de sus miembros en los más de cinco mil publicaciones y comentarios que generan por semana? ¿cuáles son las motivaciones, expectativas e inquietudes que vuelven atractiva la idea de participar en estos espacios en los que —retomando a Malinowski (2013)— “el simple intercambio crea vínculos de unión porque la comunicación de palabras es la primera en establecer amistad” (p. 303)? Para comprender su contenido, resultan necesarias algunas aclaraciones acerca de la singularidad de las competencias comunicativas que allí se desarrollan. Siguiendo las caracterizaciones propuestas por Hine (2000), Castells (2001), Mesch y Levanon (2003) y Pink (2019), el discurso en un foro de Internet predominantemente es *polílogo* (pueden participar más de dos personas); es *secuencial* (se somete la lógica lineal del seguimiento de un hilo); es *asincrónico* (permite el acceso al hilo por mucho tiempo); es *emotivono* (suple las competencias gestuales del lenguaje corporal), y es *públicamente íntimo* (replika una conversación *privada* que es seguida por otros).

Una primera sistematización para comprender el fenómeno fue presentada en el gráfico 3. Allí, se dividieron los espacios en función de su actividad predominante: *debatir* (grupos a), *escrachar* (grupos b), *compartir imágenes y videos* (grupos c) e *intercambiar productos o servicios* (grupos d). Introduciré una segunda variable de análisis: el acuerdo de convivencia que el usuario acepta al ser admitido. Este apartado resulta muy útil ya que nos brinda una fotografía inicial bastante acertada acerca de la dinámica pretendida por los administradores. Veamos, a modo de ejemplo, lo primero con lo que se topa un usuario antes de decidir convertirse en miembro:

- 1) No se toleran las faltas de respeto de ningún tipo a nadie.
- 2) No se permite publicidad de venta y compra.
- 3) No se permiten escraches de ninguna índole esto incluye subir fotos en los posteos.
- 4) Solo se aceptarán perfiles con fotos.
- 5) No se acepta bloquear a los administradores.
- 6) Grupo y publicaciones exclusivas de nuestra religión.
- 7) Los administradores no podrán eliminar o bloquear foristas con los cuales no estén de acuerdo (siempre que sea con respeto).
- 8) Prohibido mandar hablar con su pai, mae de santo o con alguna entidad.

9) Aquí no estamos en una escuela de lengua española o portuguesa así que evitemos corregir los errores ortográficos.

10) Los integrantes que falten a las reglas del grupo serán eliminados sin previo aviso (Grupo A pura religión!!!).

Este decálogo nos permite adentrarnos no solo en las expectativas de los seguidores al enviar la solicitud, sino en las aspiraciones de los creadores de estos sitios. El grupo del ejemplo busca posicionarse dentro de la oferta religioso-digital afroumbandista de Facebook como un espacio que propicia el debate *serio*. Hay otros dos puntos muy interesantes aun en estas reglas. Por un lado, la exhortación “evitemos corregir los errores ortográficos”, que nos deja muy en claro la hibridación idiomática o los senderos transnacionales en los que se mueven: “no estamos en una escuela de lengua española o portuguesa”. Por el otro, la prohibición de “mandar a hablar con su pai, mae”; es muy común que algún miembro ante una consulta eventual, envíe al forista en cuestión a “preguntarle a su jefatura”, aduciendo que una red social no es lugar para consultar *eso*, poniendo así en duda tanto el conocimiento religioso del miembro, como el prestigio-seriedad de su templo: “Si preguntás eso acá, es porque no tenés confianza con tu pai” o “¿Pero eso no te lo dijeron en tu doctrina?... Mmm”. De esta manera, se produce un fenómeno de *encryptamiento* de la información religiosa, que divide a aquellos que se adjudican la posesión de “la verdad” —generalmente miembros de alto perfil o muy activos— de los neófitos u opositores a la fracción o los templos hegemónicos en el grupo. Esto está velado para el recién llegado o el navegante desprevenido, debido a que “las minorías religiosas funcionan en una dinámica sectaria, basada en rupturas y fundaciones, alianzas y divisiones que las convierten en un objeto difícil de aprehender” (De la Torre y Gutiérrez Zúñiga, 2007, p. 33). Así, los grupos se erigen como escenarios en pugna que atraviesan feroces disputas por el poder, lo que se traduce en *más* miembros, *más* fieles, *más* adeptos.

[L]a idea de “secreto”, en contraposición a la idea de “misterio” [...] tan central en esta tradición religiosa, *apunta hacia la experiencia de un grupo singular en el interior de una sociedad mayor* [subrayado propio]. El “misterio” [...] no pertenece a nadie y es afirmado por la jerarquía del clero (católico) que, aunque tiene su custodia, no lo descifra ni penetra en el enigma. Mientras tanto, el secreto —aún en su sentido más abstracto de alguna cosa respecto de la cual no se puede hablar o que no posee referente representable— pertenece a unos pocos que lo “conocen” y pueden, por lo tanto, de alguna manera, compartirlo, pasarlo adelante enseñándolo a algunos elegidos [...]. Por lo tanto, el secreto crea la existencia de un grupo con identidad diferenciada, una red de personas que se relacionan entre sí

estrechamente por el hecho de “saber” o simplemente aceptar que alguien “sabe”. En ese contexto, por ejemplo, un secreto como el “fundamento del axé”, en su condición de fuente de poder religioso, es algo a lo que se hace alusión en una conversación sin jamás mencionar su contenido [...] El estudioso de las religiones afro-americanas está acostumbrado a los gestos sutiles con los cuales *mães* y *pais-de-santo* acostumbran puntuar sus conversaciones, para significar que todo lo que es dicho encuentra sustentación en contenidos secretos, conocidos por pocos. Al hacerlo, dan la impresión de que están simultáneamente en dos conversaciones: una expuesta, la otra velada; una con el entrevistador y las visitas, la otra, murmurada a medias palabras con los íntimos que se encuentran presentes; una pública, la otra rigurosamente privada (Segato, 2007, p. 279).

Esta dinámica constituye una dimensión clave para comprender las lógicas que establece el flujo constante de información entre *sacerdotes*, iniciados y simpatizantes. Solo una vez que tuve esto en claro, me fue posible aprehender los significados subyacentes en las publicaciones de los miembros y leer los posteos de una forma más exegética. Aunque resultaría imposible mencionar todas las inquietudes que hallé escudriñando las pantallas o chateando con los miembros durante mi relevamiento, sí puedo —en un intento de sistematización orientativa— agrupar las temáticas recurrentes ordenándolas progresivamente por el grado de complejidad con respecto al conocimiento de los fieles y el volumen de publicaciones generado. Expongo a continuación cuatro corpus, que con más o menos variaciones, se repiten una y otra vez en los muros de todos los grupos.

Búsqueda de templos

Es común que un miembro —generalmente nuevo— se presente indicando su lugar de residencia y solicite recomendaciones sobre lugares para iniciar o *retomar* su práctica religiosa. Aquí, las respuestas suelen ser de tres tipos. Indicaciones generales: “En Villa Domínico, si estás cerca de la plaza X, te puedo decir de un templo...”; Invitaciones directas: “Venite a nuestra casa, estaremos encantados de recibirte”; Y advertencias: “¡Ojo! Nunca preguntes eso por acá... Podés caer en manos de *Pai Google* o *fiasquentos*”. Estas dos últimas caracterizaciones son términos nativos muy utilizados en los grupos y ambos refieren a las artes del engaño. En el primer caso, se habla genéricamente de un jefe religioso sin escrúpulos que ha obtenido su conocimiento de manera sospechosa; y en el segundo, de un templo hipotético en el que las incorporaciones de entidades durante los rituales son deliberadamente fingidas. Recordemos que nada menos que seis de los espacios observados por el

relevamiento (un 17% del total) está dedicado exclusivamente a desenmascarar este tipo de prácticas ligadas al fiasco.

¿Está bien que mi mãe/pai...?

Esta pregunta-encabezado puede ir seguida de una amplia multiplicidad de predicados. La fórmula más común es “me pida” o “me exija” (sumas extra de dinero, hacer determinadas cosas, quedarse en el templo después de la sesión, colaborar con tareas específicas, etc.). La respuesta invariable de los otros miembros vuelve a hacer hincapié en el *secreto* y la *doctrina* de cada casa religiosa, indicándole al autor del posteo que *eso* debe discutirlo con su jefe/a en privado. Otras veces, cuando la consulta realizada excede ciertos límites —“¿Es común que un *pai* me pida que le mande fotos semidesnuda por WhatsApp para hacerme una limpieza espiritual?”—, los integrantes del grupo advierten a la desprevenida adepta, apelando al comportamiento ético que se espera de un jefe religioso o sencillamente al sentido común.

Disputas entre la *vieja* y la *nueva* escuela

Esta doble caracterización constituye un constante tema de debate acalorado en todos los grupos. Existen, según sostienen los religiosos que dicen tener más antigüedad en la práctica, dos escuelas bien diferenciadas dentro del entorno afroumbandista local. La primera, la “vieja escuela”, según ellos se desarrolló desde fines de los sesenta hasta mediados de los noventa, cuando “se perdió en la historia”. Afirman que en ese período “no se usaban trajes colorinches ni equipos de sonido, como ahora que la religión se convirtió en un circo”, que las ceremonias iniciales se hacían por caridad y “a vela solamente, piso de tierra, techo de paja y como muchos diez participantes con cineta y con mucha suerte un tambor que sonara de vez en cuando porque donde hubiera mucho relajo te mandaban los milicos”. Lejana en el tiempo, pero muy presente en la memoria viva, se encuentra teñida de mitos de origen y discursos fundadores, testimonios de una época en la que “algunos tuvimos el privilegio de vivir para educarnos religiosamente con verdadera doctrina”. Este imaginario, sostiene que sus líderes religiosos se formaron como descendientes directos de los linajes portoalegenses o de otras regiones influyentes de Brasil o Uruguay. Eran “humildes”, “sabios”, “austeros” y “no se dejaban desvirtuar por el mercantilismo comercial y la comodidad de ser pai o mai sin rumbear pa las 8 horas de trabajo”.

Por otra parte, siempre siguiendo esta óptica nativa, de la llamada “nueva escuela” forman parte iniciados y templos formados y abiertos, respectivamente, en

su mayoría durante el transcurso de nuestro siglo. Se la acusa de “superficial, comerciante, excéntrica”, plagada de ceremonias con “trajes bonitos, zapatos lujosos y kimbandas tipo fiestas de 15” y carente de “auténticos fundamentos religiosos”. Como suele suceder cuando dos facciones —en este caso, la tradición versus la innovación— se enfrentan, existen quienes ponen en duda el prestigio del pasado. “¿Es la ‘vieja escuela’ la referencia de todo lo bueno en religión? ¿Por qué si era tan buena se fue desvirtuando tanto hasta llegar a los extremos que vemos hoy?”. En este sentido, afirman que “los trajes de colores, las galeras y las fiestas para atraer ya estaban en los sesenta y setenta, no se inventaron ahora”, y que “si alguna culpa tiene la escuela nueva fue aprender lo que le enseñó mal la vieja”.

Algunos miembros opinan que se trata de una cuestión etaria: “hago umbanda, kimbanda y batuque, estas 3 líneas no nacieron cuando yo me inicié... soy solo una nueva generación”; “si tenés menos de cuarenta años o tu pai es joven ya sos un fiasquento”; “muchas veces te acusan de ser nueva escuela para desacreditarte cuando estás empezando”. Por último, hay muchos adeptos que no adscriben a la tan mentada división y afirman que el problema no consiste en “nueva ni vieja escuela, simplemente hay gente que sabe y gente que no, gente que cobra lo que corresponde y gente que descubrió el dinero fácil, gente que aprendió de sus mayores y gente que aprendió de Google”. Sostienen que esta discusión perjudica a todos los afroumbandistas por igual, jóvenes y mayores, nuevos y antiguos y corroe aún más la ya maltratada imagen de la religión, y que finalmente se trata solo de “aprender a discernir, *chantas* [personas poco creíbles] hay en todos lados, jóvenes o viejos”.

El precio de las obligaciones religiosas

Este es el tópico más consultado, discutido y ríspido que puede observarse en los grupos. Los miembros suelen dedicar extensos hilos en los que se generan desacuerdos y enfrentamientos constantes en relación al mismo. Se trata de un tema central, porque concierne no solo al funcionamiento doctrinal de las prácticas, sino a una compleja dimensión pecuniaria presente en los templos. El universo afroumbandista entiende como *obligación* todos aquellos intercambios de bienes y/o servicios que el hijo, una vez iniciado y miembro pleno de la familia religiosa, realiza con su jefatura con el objeto de obtener el *axé*, es decir, de evolucionar en el camino espiritual y cimentar así su formación religiosa. Una frase muy común que he oído y leído a lo largo de toda mi investigación sintetiza esta dinámica: “Axé pagado, axé ganado”. Esto puede variar, según, una vez más, “la doctrina de cada casa” pero, usualmente hay dos ítems fijos de los que todos por igual suelen hacerse cargo: un aporte mensual destinado al mantenimiento del terreiro, que “necesita de cuidados y dinero para luz, agua, velas, frentes de orixas, etc., por lo tanto se paga una cuota”; y

las obligaciones propiamente dichas, que consisten en una serie de ofrendas específicas destinadas a cada entidad u orixá, “un método de energización del médium y una forma de fortalecer la comunión con sus entidades, no hay una cantidad específica, sino que depende de tu grado de conocimiento y práctica”. Pocos discuten el primero, ya que sin ello, en la gran mayoría de los casos, no podría sostenerse el templo; pero surgen infinitas discrepancias acerca de la transparencia y la legitimidad del segundo.

En este sentido, lo que muchos adeptos cuestionan es la brecha sustancial que habitualmente existe entre el precio de costo de los elementos necesarios para cada obligación (ropajes, velones, alimentos, animales, etc.) y el valor de “la *mano de faca* del pai o la *mãe*, que siempre debe cobrarse”. Es decir, el trabajo ritual de *cortar* (sacrificar la gallina o el chivo) para verter su *axoró* (sangre) sobre el *otá* (piedra sagrada) y *asentar* (hacer nacer) a cada entidad o deidad que es siempre única e irreplicable para cada iniciado en la religión.

Una vez que se han asentado a todos los orixás, es decir, que han pasado por este rito de iniciación y por los sucesivos rituales en los cuales se afianza el vínculo sagrado con el panteón en su totalidad, el hijo es considerado *pronto* o *aprontado*, y se halla habilitado para fundar su propio templo, convirtiéndose, si así lo anhela, en pai o *mãe-de-santo*. En el caso de la umbanda, el cargo máximo equivalente se denomina *cacique*, y se obtiene una vez que, a partir de las respectivas obligaciones, se ha ganado el beneficio de todas las entidades de esta versión. Asimismo, el título de *jefe de kimbanda*, proviene de la denominada “liberación del Exú” que comanda a ese médium y se consigue, también, luego de haber realizado las ofrendas equivalentes.

Esta dinámica observada en los grupos de Facebook, ilumina tenuemente un complejo sistema de redes, favores y negociaciones constantes que conforman el entramado interno de las casas religiosas ya que, en uno u otro sentido, ambas partes implicadas pueden ser indistintamente acusadas de manipular inescrupulosamente el axé. Los líderes, de venderlo, “la mayoría cobran hasta por el aire que respirás”; los hijos, de comprarlo, “algunos en 5 años ya tienen templo y dan doctrina”, sin que medie en estos intercambios más que una mera transacción monetaria. Son “los fiasquentos que abundan”, “el marketing de la nueva escuela”, las “ceremonias religiosas convertidas en un *boliche* [discoteca]”, como es posible leer frecuentemente en los posteos. Según los testimonios, el mundo afroumbandista local se encuentra escindido entre templos donde “a los jefes se les va la mano cobrando su axé... porque lo usan como un negocio” y templos en los que solo “se le da al pai una pequeña colaboración”. Estas contradicciones y polémicas que rodean el vínculo entre el dinero y las obligaciones religiosas son recurrentes en los grupos, por lo que muchas de las personas que buscan allí un acercamiento a la religión en ocasiones no consiguen determinar la veracidad de los sitios y su réplica en los espacios rituales.

Durkheim (1993) afirma que “la cosa sagrada es, por excelencia, aquello que lo profano no debe, no puede tocar impunemente [y es por ello que] ambos géneros no pueden aproximarse conservando, al mismo tiempo, su propia naturaleza” (p. 87). En este sentido, es notable como el complejo intercambio de dones (Mauss, 2009) presente en el universo afroumbandista adquiere marchas y contramarchas que resignifican en forma constante las prácticas religioso-comerciales que entran así en conflicto, y sobre las que los usuarios en los grupos de Facebook no logran establecer un acuerdo común. Por otra parte, Stark (1985) desarrolla una teoría en torno a la ‘economía religiosa’ que se da hacia el interior de los espacios rituales, en la que trata de comprobar la existencia de un mercado, con sus clientes habituales y potenciales (los creyentes) y un conjunto de empresas (las organizaciones religiosas), listas para ponerse al servicio de este mercado y ofrecer en calidad de proveedores verdaderas líneas de productos, creando en consecuencia la demanda. Se deriva de allí que estos intercambios no conducen a la declinación o el desprestigio de la religión, sino que, muy por el contrario, la refuerzan, porque vuelven competitivas la confesión y la práctica, favoreciendo la participación de los fieles, especialmente si encuentran allí las respuestas más adecuadas a sus expectativas personales. Como pregunta un usuario en uno de los grupos “¿sería tan valioso el *axé* si fuera gratis?”. No obstante, resulta imprescindible, a efectos de esta discusión, recordar que, como sostiene Zelizer (2011) “evaluar una cantidad de dinero requiere estimaciones sociales que implican algo más que los meros cálculos racionales del mercado” (p. 35).

Consideraciones finales

Sumergirse en un *mundo social otro* es un proceso muy complejo. No pocas veces, puede resultar algo incómodo y generalmente implica una dificultosa escalada de aprendizaje acerca de los habitantes de ese mundo, sus visiones, aspiraciones y las vicisitudes e interrogantes a los que se enfrentan en su vida cotidiana. Como sostiene Pink (2019) “el problema que complica la metáfora de la inmersión es que dichos mundos nunca están separados de otros mundos sociales ni, en nuestro mundo masivamente conectado, del resto de la humanidad” (p. 135). En este sentido, la posibilidad de una etnografía digital o relevamiento remoto, aunque metodológicamente tentadora, no se halla exenta de dificultades. En principio, por el riesgo que implica el hecho de que “las tipificaciones de la interacción social se vuelvan progresivamente anónimas a medida que se alejan de las situaciones ‘cara a cara’” (Berger y Luckmann, 1968, p. 49). Este subterfugio que potencia el ocultamiento o el secreto, tan caro por otra parte al universo afroumbandista posee, sin embargo, ventajas que deben ser tenidas en cuenta a la hora de no perder de vista

que todas “aquellas situaciones que los hombres definen como reales tienen consecuencias reales” (Becker, 2009, p. 16).

Las tecnologías mediadas y más aún desde la aparición de los teléfonos móviles, nos acompañan como un espectro invisible encarnado en nuestra vida diaria, resignificando los modos de expresión, de experiencia y de vinculaciones interpersonales. Por ello, considero que una investigación exploratoria —como la que aquí presento— no estaría *del todo* completa si desatendiera en algún aspecto esta dimensión relevante. Es decir, la incursión necesaria en una multiplicidad de formas posibles de “estar ahí”: *físicamente* (cara a cara, en copresencia); *remotamente* (vía Skype, Zoom, *streaming*, chat, de modo sincrónico); *virtualmente* (en un “tercer lugar” que no es nuestra ubicación *real* o la de nuestros interlocutores), e *imaginariamente* (a través de historias, sonidos o imágenes digitalizados previamente y compartidos en la red). Cada una de estas estrategias aporta individualmente algo significativo, pero en conjunto constituyen una macro herramienta insuperable que habilita una visión global en pos de la comprensión de los fenómenos que analizamos. Así, este flujo constante de entradas y salidas entre mundos *online* y *offline* a la que nos somete la sociedad contemporánea se desdibuja en una interacción cada vez más inseparable. Decimos entonces que habitamos un universo *onlife* (Floridi, 2015), diverso, multilinguaje e indisoluble, en el que no podemos hacer otra cosa que seguir haciendo lo que hacemos: crear, buscar, indagar, investigar.

Aunque no es posible hablar de una determinación causal directa para explicar esta peculiar forma de acercamiento de los usuarios argentinos a la propuesta religiosa del afroumbandismo en Facebook, ya que no existe una variable única, ni siquiera una dominante, capaz de explicar en forma satisfactoria y definitiva el creciente éxito de este sistema de creencias y sus prácticas entre determinados grupos sociales, sí puedo afirmar que estos ámbitos funcionan como un marco contenedor en el que la agencia de los sujetos se desarrolla; y para comprenderla se hace necesario revisar la vigencia —con las disputas que lo atraviesan— de un imaginario muy presente aún en la identidad nacional *deseada*: “blanca”, “moderna” y “católica”. Ideales con los que estos espacios discuten y a los que ponen en jaque, porque allí perviven una serie de matrices performativas de la diferencia invisibilizadas y negadas en la esfera pública, pero que supieron sostenerse —como demuestra la historia— pese al control policíaco, violento y simbólico del que fueron objeto. Es notable como bajo las formas de lo cotidiano y lo mediado, aún subyace y se torna un lugar desde el cual enunciarse e interpelar ese límite, nunca del todo claro entre lo *civilizado* y lo *bárbaro*, entre lo *noble* y lo *abyecto*, entre lo *oficial* y lo *subterráneo*. Como afirma Peter Berger “la religión brinda al hombre un mundo para que lo habite”, y esos mundos bien pueden comenzar siendo templos digitales. Los

tiempos que corren para el afroumbandismo en la Argentina actual, así parecen demostrarlo.

Referencias bibliográficas

- Ábalos Irazábal, M. (2021). Activismos online/offline. Las redes sociodigitales y los grupos políticos afroreligiosos en el conurbano bonaerense. *Etnografías Contemporáneas*, 7(13), pp. 124-149. <http://revistasacademicas.unsam.edu.ar/index.php/etnocontemp/article/view/999>.
- Baym, N. K. (2010). *Personal Connections in the Digital Age*. Polity.
- Beaulieu, A. (2010). Research note. From co-location to co-presence. Shifts in the use of ethnography for the study of knowledge. *Social Studies of Science*, 40, pp. 453-470. <https://doi.org/10.1177/0306312709359219>.
- Becker, H. (2009). *Outsiders: hacia una sociología de la desviación*. Siglo XXI.
- Berger, P. (1971). *El dosel sagrado: elementos para una sociología de la religión*. Amorrortu.
- Berger, P., y Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu.
- Boellstorff, T. (2008). *Coming of age in second life: An anthropologist explores the virtually human*. Princeton University Press.
- Boellstorff, T. (2012). Rethinking digital anthropology. En D. Miller y H. Horst, (comps.), *Digital anthropology*, pp. 9-60. Berg. <https://doi.org/10.4324/9781003085201-4>.
- Carozzi, M. J. y Frigerio, A. (1992). Mamãe Oxum y la Madre María: santos, curanderos y religiones afro-brasileñas en Argentina. *Afro-Asia* (15), pp. 71-85.
- Castells, M. (2001). *The internet galaxy*. Oxford University Press.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory an digital media practice*. Polity Press.
- De la Torre, R., y Gutiérrez Zuñiga, C. (2007). *Atlas de la diversidad religiosa en México*. El Colegio de Jalisco / Secretaría de la Gobernación.
- Durkheim, E. (1993). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Alianza Editorial.
- Frigerio, A. (2013). A transnacionalização como fluxo religioso na fronteira e como campo social. Umbanda e Batuque na Argentina. *Debates do Ner*, 14(23), pp. 15-57. <https://doi.org/10.22456/1982-8136.40972>.
- Frigerio, A. (2004). Re-Africanization in secondary religious diasporas. Constructing a world religion. *Civilisations*, 51(1-2), pp. 39-60. <https://doi.org/10.4000/civilisations.656>.

- Floridi, L. (2015). *The onlife manifesto. Being human in a hyperconnected era*. Springer Open.
- Geertz, C. (2005 [1973]). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.
- Geertz, C. (1989). *El antropólogo como autor*. Paidós.
- Gergen, K. (2002). The challenge of absent presence. En J. Katz y M. Aakhus, *Perpetual contact* (pp. 227-281). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511489471.018>.
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. Sage.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the internet. Embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury.
- Hjorth, L. y Pink, S. (2014). New visualities and the digital wayfarer. Reconceptualizing camera phone photography and locative media. *Mobile Media & Communication*, 2(1), pp. 40-57. <https://doi.org/10.1177/2050157913505257>.
- Hjorth, L. (2011). *Games and gaming. An Introduction to new media*. Berg.
- Horst, H. (2009). Aesthetics of the self: Digital mediations. En D. Miller, *Anthropology and the individual. A material culture perspective* (pp. 99-113). Oxford University Press. <https://doi.org/10.4324/9781003084600-8>.
- Ingold, T. (2012). Introduction: The perception of the user-producer. En W. Gunn y J. Donovan, *Design and Anthropology* (pp. 19-33). Ashgate.
- Malinowski, B. (2013). *Crimen y costumbre en la sociedad salvaje*. Ariel.
- Massey, D. (2005). *For Space*. Sage.
- Mauss, M. (2009). *Ensayo sobre el don. Forma y función del intercambio en sociedades arcaicas*. Katz.
- Medianou, M., y Miller, D. (2011). *New media and migration. Transnational families and polymedia*. Polity Press.
- Mesch, G. S., y Levanon, Y. (2003). Community networking and locally based social ties in two suburban locations. *City and Community*, 2, pp. 335-352. <https://doi.org/10.1046/j.1535-6841.2003.00059.x>.
- Moores, S. (2012). *Media, place and mobility*. Palgrave Macmillan.
- Nardi, B. (2010). *My life as a Night Elf Priest. An Anthropological account of World of Warcraft*. University of Michigan Press.
- Paech, V. (2009). A method for the times: A meditation on virtual ethnography faults and fortitudes. *Nebula. A Journal of Multidisciplinary Scholarship*. 6(1). <http://www.nobleworld.biz/images/Paech.pdf>.
- Pérez Dasilva, J. A., y Santos Diez, M. T. (2017). Redes sociales y evangelización: El caso de las diócesis españolas en Facebook. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 23(2), pp. 1369-1381. <https://doi.org/10.5209/esmp.58050>.
- Pink, S. (2019): *Etnografía digital. Principios y práctica*. Morata.

- Pink, S., y Mackley, L. (2013). Saturated and situated. Expanding the meaning of media in the routines of everyday life. *Media, Culture & Society*, 35(6), pp. 677-691. <https://doi.org/10.1177/0163443713491298>.
- Sade-Beck, L. (2004). Internet ethnography: Online and offline. *International Journal of Qualitative Methods*, 3(2), pp. 45-51. <https://doi.org/10.1177/160940690400300204>.
- Segato, Rita (2007). *La nación y sus otros: raza, etnicidad y diversidad religiosa en tiempos de políticas de la identidad*. Prometeo.
- Stark, R. (1985). From church-sect to religious economies. En P. E. Hammond, *The sacred in a post-secular age* (pp. 139-149). University of California Press.
- Taylor, T. L (2002). Living digitally: Embodiment in virtual worlds. En R. Schroeder, *The Social Life of Avatars. Presence and Interaction in Shared Virtual Environments* (pp. 40-62). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4471-0277-9_3.
- Taylor, T. L (2009). *Play between worlds*. MIT Press.
- Turner, V. y Bruner, E. (1986) (Eds.). *The anthropology of experience*. University of Illinois Press.
- Zelizer, V. (2011). *El significado social del dinero*. Fondo de Cultura Económica.