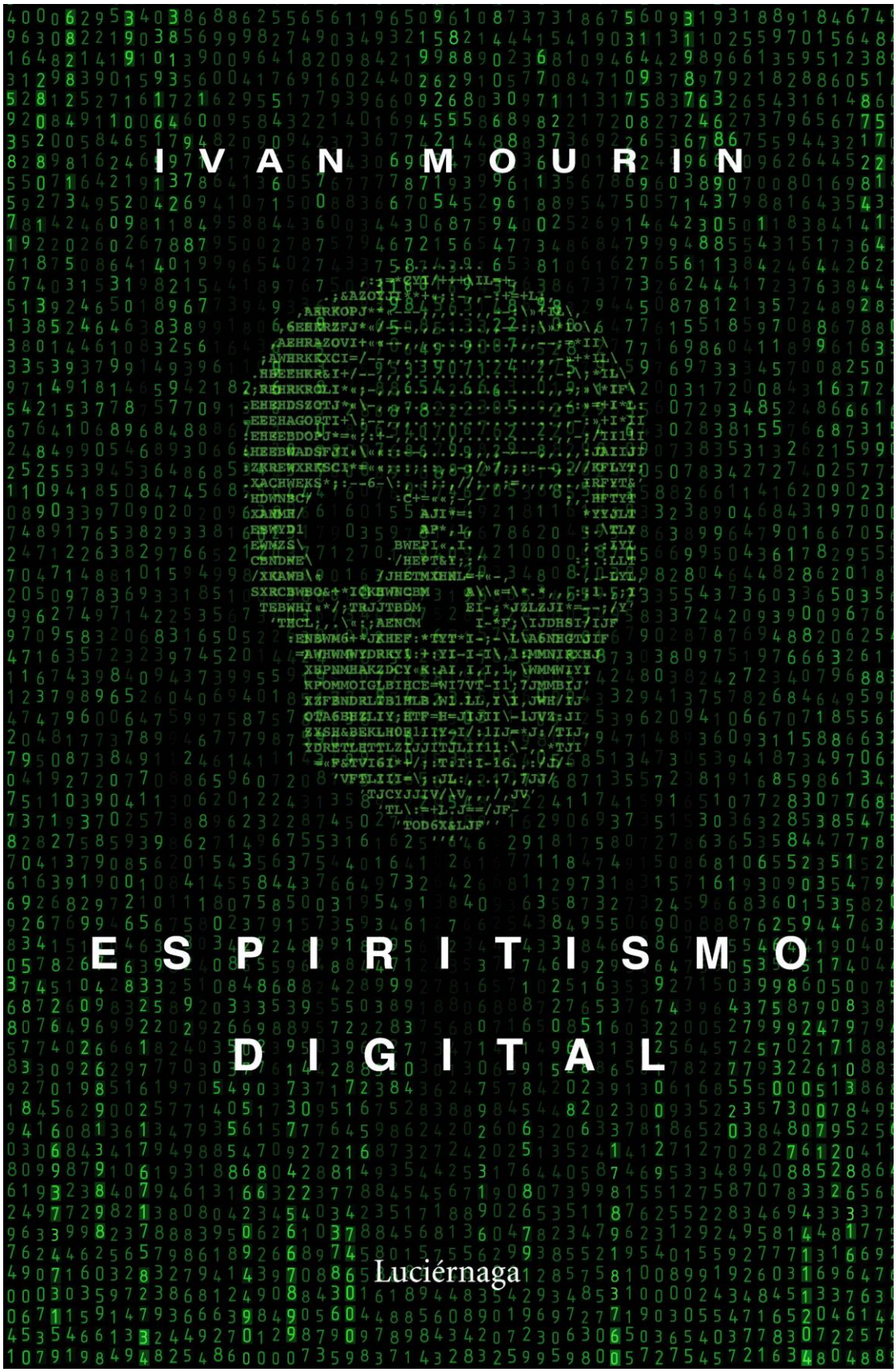
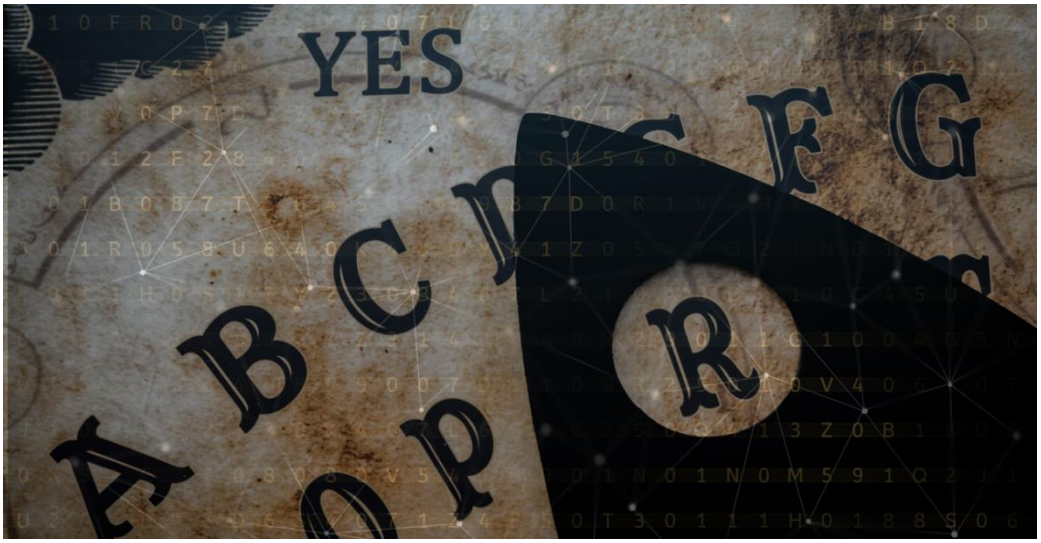
Ediciones Luciérnaga



En librerías desde el 31 de marzo de 2021

Ediciones Luciérnaga



ESPIRITISMO DIGITAL

IVAN MOURIN

¿Tan grande es el poder de algunos «fenómenos virales» que pueden afectar a la conciencia colectiva?

Cómo el espiritismo se ha adaptado a las nuevas tecnologías y sigue vivo en una sociedad cada vez más racionalista.

- Siglo XIX. Tres hermanas simulan el contacto con espíritus mediante golpes. Siglo XXI. Un grupo de investigadores retransmiten en *streaming* la incursión en un edificio supuestamente embrujado.

- Casi dos siglos han pasado desde que el espiritismo se instauró en la sociedad decimonónica como si de un espectáculo se tratara, sobreviviendo en nuestra era. La tecnología, lejos de lo que podemos pensar, ha alimentado este movimiento, permitiendo que sigamos creyendo en monstruos, espíritus o demonios. Pero han sabido adaptarse a nuestro tiempo: ahora, los teléfonos son los que acaban siendo poseídos, cualquiera puede comprar un objeto maldito, quedar a distancia para realizar rituales de invocación o disfrutar de una investigación paranormal desde la comodidad del sofá de casa.

- **¿Cómo afecta todo esto a nuestra sociedad?** ¿Cómo han sabido evolucionar y adaptarse ciertas creencias, cuando se supone que el racionalismo trata de imponerse a toda costa?

PRÓLOGO

Otoño de 1993. Los viernes por la tarde, al salir del colegio, nos juntábamos un grupo de amigos en el polideportivo de nuestro barrio, en la calle Energía, en el distrito barcelonés de la Zona Franca. No sé de quién fue la brillante idea de traer uno de aquellos días una ouija (no lo recuerdo bien), pero acabó entre los cinco o seis que allí estábamos, sobre los fríos escalones. La observamos, entre curiosos y atemorizados: una cosa era relatar cuentos, y otra, mucho más seria, era que fuésemos a generar uno por cafres. Bromeamos un poco sobre lo que podría ocurrir, hasta que, al final, nos decidimos a jugar. Duró apenas un par de minutos: bajo una atmósfera de palpable nerviosismo, con el índice de la mano derecha de todos sobre la *planchette*, se lanzó una pregunta al estilo «Si hay alguien ahí, ¿puede responder?». Uno de nosotros dio un grito cuando el «puntero» se movió, otro le asestó una patada a la tabla, y todo voló por los aires hasta la pista de frontón, mientras corríamos lejos de allí. Al regresar, el tablero estaba intacto, pero la *planchette*, que era de plástico, se había partido por la mitad. Luego, vino la discusión sobre si se había roto por el golpe o mientras se movía bajo los dedos, sin explicación.

En 2015, documentándome para el ensayo *Anatomía de las casas encantadas,* le pregunté a mi sobrina, Claudia, que entonces tenía quince años, si había practicado la ouija. Era adolescente, así que pensé que lo más seguro era que sí, o que alguno de sus amigos lo habría hecho. «Eso ya no se lleva», fue su respuesta, y me dejó totalmente descolocado.

La verdad no era que se hubiese dejado de usar, sino que **este tipo de «juegos» de invocación/contacto han sufrido una evolución, adaptándose al interés de las nuevas generaciones, y muchos se vinculan con la tecnología**. Se forjan en algún punto de internet y se extienden gracias a las redes sociales, que se encargan de nutrirlos con (supuestas) experiencias vividas por los propios usuarios, con publicaciones escritas, vídeos y fotografías.

La práctica de juegos como el *CharlieCharlieChallenge* ganó fuerza gracias a la viralización. Lejos de aquellos que optaron por probarlo como una broma, miles de adolescentes aseguraron haber establecido un contacto real con entidades sobrenaturales, e incluso sufrir acoso y posesiones por parte de estas.

Esto echa por tierra la teoría de que las nuevas tecnologías se han encargado de mermar creencias y supersticiones. Simplemente, como si se tratase de parásitos, **han modificado su estructura para adaptarse al medio**. De este modo, personajes clásicos de la era preinternet, como Verónica, el fantasma del espejo al que se le invoca

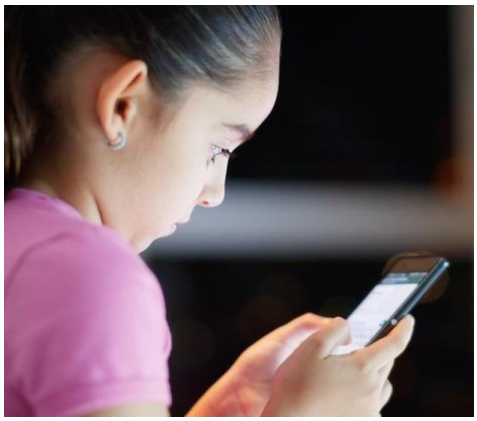
repitiendo su nombre varias veces delante de uno de estos, se han transmutado en seres que habitan en WhatsApp, que aguardan a que se rompa la cadena de mensajes para arruinar la vida al que lo ha hecho, o se cuelan en selfies y videollamadas. Además, este cambio nos concede la facilidad de comprar objetos peculiares sin necesidad de rebuscar en mercadillos de segunda mano ni tiendas de antigüedades, recibir las pautas para un exorcismo por videoconferencia, o seguir las andanzas de investigadores de lo paranormal en streaming desde el sofá, disfrutando de una buena porción de pizza.

Es por esto que **no debería extrañarnos que la fe de muchas personas se ahínque ante estas historias**, cuando se le presta una atención desmesurada y se le otorga credibilidad absoluta a algo a lo que se accede con un simple clic en lugar de a lo cotidiano, aquello que nos ofrece lo que se aleja de lo digital/virtual.

Lo que es cierto es que, **tanto el espiritismo como los propios espíritus, no están dispuestos a quedar obsoletos ni a ser olvidados**. Así lo veía ya, en el siglo xix, el regulador de la doctrina espiritista, el francés Hippolyte Léon Denizard Rivail, alias Allan Kardec, con la siguiente cita: *Los espíritus no encarnados o errantes no ocupan una región determinada y circunscrita, sino que están en todas partes, en el espacio y a nuestro lado, viéndonos y codeándose incesantemente con nosotros. Forman una población invisible que se agita a nuestro alrededor.*

Dudo que Kardec imaginara hasta qué punto podría ser capaz de llegar esta «agitación», actuando como un virus que se extiende con la velocidad (y, en ocasiones, el daño) de una pandemia.

¡COMPARTE O MUERE!



A día de hoy, **las cadenas de mensajes sobreviven: siempre hay alguien dispuesto a rescatarlas del olvido**, en principio, como un simple entretenimiento de terror, pero truculento para personas sensibles y niños aprensivos que puedan creer el eterno discurso de que alguien existió y murió en según qué circunstancias, y que su espíritu errante y furioso espera a que llegue la noche para hacerles daño. Y si los críos se alteran, es muy probable que los padres se alteren.

Pero **¿por qué algunos de estos *hoax* tienen más repercusión que otros?** La realidad es que el contenido de estos tiene mucho que ver (cuanta mayor influencia emocional provoque, mayor impacto), pero existe una ecuación primordial que implica tres factores: **Tiempo + esfuerzo + prensa «vaga»**.

La viralización necesita su tiempo para propagarse. Hay que pensar que no es lo mismo que una historia alcance a diez personas a partir de una, y que estas la difundan al mismo número de contactos, que ocurra con cien. En el segundo factor, el que crea la ficción, sea por el motivo que sea, debe ser constante, y perfeccionar el *hoax* si ve que le cuesta arrancar, o estudiar cuál es el mejor medio y grupo social al que lanzarlo. Pero, sin duda, los medios de comunicación son vitales. Muchas de estas leyendas se publican como noticias «exprés» por prensa sensacionalista que no se molesta en indagar su veracidad, su origen, los testimonios, los posibles afectados... Si los tres se aúnan correctamente, la cadena se hará eterna y prácticamente irrompible.

BUSCANDO NUESTROS MIEDOS EN GOOGLE

Es indiscutible la extraña relación simbiótica surgida entre lo paranormal e internet, potenciando lo primero, y ganando asiduos y curiosos a través de diversos canales en lo segundo.

Solo hay que echar un vistazo en Google Trends —herramienta de Google Labs para conocer **términos de búsqueda**— al elevado porcentaje de ciertas palabras buscadas. Por ejemplo, el término **«mal de ojo»** es una búsqueda popular en las regiones españolas de Castilla-La Mancha, Murcia, Canarias, Extremadura y Andalucía. **«Magia negra»** lo es en Murcia, Castilla-La Mancha, Andalucía, Comunidad Valenciana y Galicia. **«Fantasma»** es una búsqueda recurrente en Ceuta, Castilla-La Mancha, La Rioja, Extremadura y Cantabria, mientras que **«diablo»** lo es Cantabria, Ceuta, Castilla-La Mancha, Melilla y Canarias.

EL PODER DE LA MENTE COLECTIVA

En 1972, el doctor **Alan Robert George Owen**, a través de la Sociedad para la Investigación Psíquica de Toronto, logró que ocho personas sin cualidades psíquicas generaran un «fantasma» nacido de una ficción: el noble británico del siglo XVII, Philip Aylesford, quien se suicidaría por amor. Esta visión sería lo que se conoce como egregor, una **entidad psíquica autónoma materializada por el pensamiento colectivo.**

Igual que ocurre con los **tulpas**, formas de pensamiento mental con autonomía propia que pueden generarse como elemento real y tangible por la voluntad poderosa de la imaginación de un único individuo, ¿no sería posible, y verosímil, que la fe de miles, o millones, de internautas en ciertos personajes pertenecientes a las creepypastas, fuera capaz de darles vida? Una teoría que serviría para explicar muchos de estos encuentros con BEK, Slender Man, Momo y otros seres de pesadilla de nueva creación.

Con base en la religión Bön y el budismo tibetano, de donde surge la creencia **en estas formas nacidas de la mente, los naljorpa, tulkus o ngagspas (nombre que reciben los creadores), estarían empleando una de las formas más elevadas de imaginación**. Por lo tanto, la conexión de innumerables pensamientos independientes centrados en un mismo elemento podría facilitar la faena de su nacimiento, otorgándole **sentimientos propios, así como opiniones, y que acabaría por extinguirse en cuanto el pensamiento colectivo se fuera descentrando para dejar de prestarle atención.**

No siempre funciona: si el tulpa o egregor es consciente de su propia existencia, es capaz de hacer lo imposible para vivir sin ser alimentado por el pensamiento ajeno.

LÍNEA DIRECTA CON EL MÁS ALLÁ

Los teléfonos móviles no escapan a la adaptación tecnológica del espiritismo. M., de dieciséis años, está echando una partida a la videoconsola. Son las 18.42 de la tarde cuando recibe un mensaje por WhatsApp de su hermano mayor; es un audio. En este se oye, lejano, su tema favorito de Led Zeppelin, *Ramble on*, y un breve y claro «Tranquilo, estoy bien». Media hora más tarde, sus padres le avisan, destrozados, de que este ha fallecido en un accidente de tráfico, a las cinco pasadas.

En este caso, el mensaje se conservaba, enviado a las 18.42, en el teléfono del difunto, que fue devuelto por las autoridades a la semana siguiente junto a otros objetos personales. M. está seguro de que es la voz de su hermano, y más gracias al tema musical.

EL ASOMBROSO MERCADO DE LO EXTRAÑO

El mercado de objetos de carácter paranormal tiene un amplio público en internet. Aunque desde el 30 de agosto de 2012, dentro de la política de eBay se prohíbe la venta de «objetos intangibles» —como lecturas de mano o hechizos—, no existe restricción para aquellos «tangibles». Además de los clásicos tableros ouija (algunos, auténticas piezas de colección), péndulos o Spirit Box, **los productos que más éxito tienen son aquellos que van acompañados de las palabras «maldito», «embrujado», «poseído» o «fantasma»,** y de lo más variopintos. La usuaria Tonya_Rose subastó un sujetador de la década de los cincuenta, talla 32 A, cuyo fantasma de una mujer, además de dar buena suerte, podía verse si se encendía una vela blanca al lado de la prenda, e incluso se podían mantener relaciones sexuales si en lugar de eso se utilizaba una vela roja y se apagaba.

MUÑECOS MALDITOS

No es habitual reaccionar del mismo modo a un enternecedor, suave y mullido oso de peluche que a una muñeca antigua que trata de imitar a un ser humano, con ojos de cristal y cabellos de mujer. Por eso, se han convertido **en elementos estrella a la hora de venderse en internet como poseídos, o guardados por espíritus o entidades demoníacas**. Se venden completas, o cabezas y piernas impregnadas de un halo embrujado, siempre precedidos de relatos con detalles sobre el ánima que los habita, y los fenómenos que producen, buenos o malos.

Historias de terror, como «El mono», de Stephen King, donde un mono de platillos causa una desgracia mortal cada vez que se le da cuerda, o películas, como la reciente saga *Annabelle*, que se basa (libremente) en hechos reales, han despertado más el interés de compradores y curiosos, y si hay demanda, tiene que multiplicarse la oferta. Debido a las restricciones en ciertos productos de eBay, su alternativa, la web Etsy, ha sabido explotar las ventas con negocios especializados, como FugitiveKatCreations, donde Blowers comercia con muñecas embrujadas, cuyos espíritus son principalmente femeninos.

Ediciones Luciérnaga

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción: Si hay alguien ahí…

1. COMPARTE O MUERE
2. LA EVOLUCIÓN DEL MONSTRUO
3. UNA SIMBIOSIS PERFECTA
4. NEOFABULISTAS
5. LÍNEA DIRECTA CON EL MÁS ALLÁ
6. EL ASOMBROSO MERCADO DE LO EXTRAÑO
7. PEDIOFOBIA
8. JUEGO DIABÓLICO
9. UNA SEGUNDA RONDA
10. AMIGOS
11. HABLEMOS DE FANTASMAS
12. FANTASMAS DEL SOL NACIENTE
13. BIENVENIDO A CASA
14. UN LUGAR DE VACACIONES… ¿IDÍLICO?
15. TRABAJO DE CAMPO
16. DOS ROMBOS
17. DESDE CASA
18. BAJO VIGILANCIA
19. FOTOGRAFÍAS PARA NO RECORDAR
20. Y PARA EL FINAL…

Agradecimientos
Bibliografía

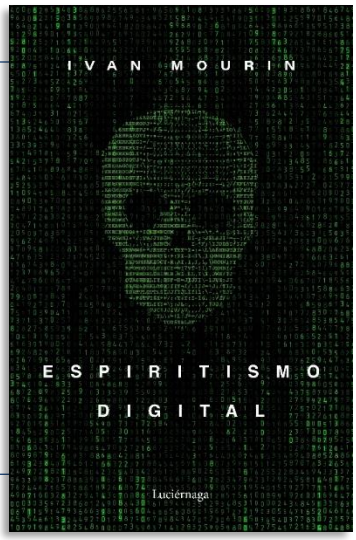
SOBRE EL AUTOR: IVAN MOURIN

Ivan Mourin (Barcelona, 1980), escritor, guionista y criminólogo, es autor de ensayos relacionados con el misterio: *Anatomía de las casas encantadas* (Premio Enigmas 2015) y *Descendiendo hasta el infierno: un paseo por el lado más oscuro de internet*. También es autor de novelas: *Niños Perdidos, Sociedad Tepes, Resurrección* o *Snuff*. Ha colaborado en diversos medios de comunicación, como Cuarto Milenio, el Diari de Tarragona o Els matins (TV3), y continúa haciéndolo en varios, como las revistas «Clío», «Más Allá» y «Muy Historia», en el programa radiofónico Informe Enigma, o el televisivo Misteris… amb Sebastià d´Arbó (8TV). Además, como guionista y director de los cortometrajes Intrusos y Memento Mori, ha recibido diversos galardones, como el Premio del Público del Festival Internacional de Cine Fantástico de Sitges en 2014.

Más información:
Instagram: @mourin1980
Twitter: @ivanmourin
Facebook: Ivan Mourin
Web: www.ivanmourin.com

Ediciones Luciérnaga

FICHA TÉCNICA DEL LIBRO
ESPIRITISMO DIGITAL
IVAN MOURIN
Ed. Luciérnaga
15 x 23 cm
208 páginas
Rústica con solapas
PVP. c/IVA: 16,95 €
A la venta desde el 31 de marzo de 2021



Para más información a prensa:
Lola Escudero
Directora de Comunicación Ediciones Luciérnaga
Tel: 91 423 37 11 – 619 212 722
lescudero@planeta.es