



La religión “vívda” frente a la “religión cívica” en la Antigüedad: un cambio de perspectiva

Jörg Rüpke

joerg.ruepke@uni-erfurt.de

Max Weber Kolleg- Universität Erfurt, Alemania

Edición

Guillermina Bogdan

gbogdan@fahce.edu.com.ar

Universidad Nacional de La Plata

Recepción: 10 Junio 2019

Aprobación: 12 Agosto 2019

Publicación: 02 Noviembre 2020

Cita sugerida: Rüpke, J. (2020). La religión “vívda” frente a la “religión cívica” en la Antigüedad: un cambio de perspectiva. *Auster*, (25), e058. <https://doi.org/10.24215/23468890e058>

Resumen: En contra de un concepto de “creencia” que parece demasiado cristiano, la religión antigua ha sido entendida en las últimas décadas principalmente como parte de la identidad y de las estrategias políticas. Así se ha definido como un sistema de reglas que regula los deberes de las personas hacia los dioses y, al mismo tiempo, las vincula a su ciudad: una “religión cívica”. El “*votum*” o el “don de la consagración” parecen confirmar este hallazgo incluso para la acción religiosa individual. Este estudio propone un cambio de perspectiva: especialmente el ejemplo del uso de objetos en la comunicación entre humanos y dioses muestra que la antigua práctica religiosa era sobre todo una “religión vívida”, que cambiaba una y otra vez.

Palabras clave: Religión cívica, Religión doméstica, Sacralización, *Votum*, Religión vívida, Roma.

Abstract: Contrary to a concept of “belief” that seems too Christian, ancient religion has been understood in recent decades mainly as part of political identity and political strategies: a system of rules that regulates people’s duties towards the gods and, at the same time, links them to their polity: “civic religion”. The “votive”, the “gift of consecration”, seems to confirm this finding even for individual religious action. The article proposes a change of perspective: Focusing on the use of objects in communication between humans and gods shows that even ancient religious practice was above all “lived religion”, which changed again and again.

Keywords: Civic religion, Domestic religion, Sacralization, *Votum*, Lived religion, Rome.

1. INTRODUCCIÓN:

Lived Ancient Religion no es un concepto completamente nuevo. En este texto, se explicarán algunas de sus características principales; pero, sobre todo, se seguirá desarrollando el concepto con vistas a la investigación arqueológica. Para este propósito, trato de incluir la perspectiva de la *religión material*. Ya que reflexionamos sobre agentes históricos en la Antigüedad, y en cómo vivían la religión, se refiere provocativamente a la “religión antigua vívida”. Sin embargo lo que queda de esta religión vívida son cosas muertas. ¿Cómo se unen los dos conceptos? Me gustaría mostrar que el discurso religioso en particular depende especialmente del material. Debido a que se dirige a destinatarios que no son tan fáciles de alcanzar como cualquiera de nosotros, ya sean muertos o dioses, la comunicación religiosa requiere regularmente un esfuerzo mediático, que en la comunicación interpersonal sólo se lleva a cabo en casos excepcionales. Son



dichas conexiones las que voy a explorar con más detalle en la primera parte del trabajo.

El objetivo es, entonces, promover una comprensión de la religión que ofrezca una perspectiva fundamentalmente nueva sobre las prácticas religiosas y sus formas mediáticas. Esto no significa negar que sea importante la propia modelización de la religión precisamente en las reflexiones de las investigaciones arqueológicas sobre los objetos desarrollados y su *entanglement*, su interdependencia con las prácticas humanas. Los teóricos de la *material turn*, la teoría de la red de actores de Bruno Latour,¹ pero también los conceptos de asequibilidad, la *affordance*, y la *biografía cultural de los objetos*,² ayudan a comprender mejor la diversidad y la pluralidad religiosa.³ Uno tiene que distanciarse de la cuestión de los “significados” de tales cosas. Esto no significa que no se pueda reflexionar sobre ello, sino que debemos tener precaución en el manejo crítico de la terminología utilizada.⁴ Me gustaría demostrar esto en la segunda parte del artículo utilizando dos ejemplos, el *exvoto* y el culto doméstico.

2. RELIGIÓN:

Partiendo de los individuos, entiendo la acción religiosa como la inclusión situacional y no indudablemente plausible, es decir peligrosa, de actores “especiales” en la comunicación, ya sea como destinatarios directos o como argumentos. La acción religiosa -orar o sacrificar- es comunicación. La inclusión o el involucramiento (*Einbeziehung*) significan usualmente la atribución de poder para actuar, de agencia (*agency*)⁵ de actores especiales. Estos actores pueden ser situacional o culturalmente diferentes: muertos o dioses, partes de la naturaleza, ángeles o demonios. La categoría retórica de plausibilidad y de consentimiento son importantes, pues señalan la contextualización cultural de tales suposiciones y atribuciones. Mucho depende de la posición de poder del locutor: Algunas personas pueden incluso exigir y recibir la aprobación de lo improbable. Incluso cuando los poderes divinos o el poder de actuar de los difuntos son un recurso culturalmente reconocido. Sin embargo -y se señala “no fuera de toda duda”- el consentimiento y la comunicación religiosa siguen siendo peligrosas: precisamente el hecho de que la deidad ayude en una situación -y no se aplica la ley de la gravedad, del rango social o de la casualidad- puede no ser aceptado por el auditorio o los espectadores. Precisamente en este riesgo, que radica en la transgresión comunicativa, en la “trascendencia” de la situación, radica también el atractivo del recurso de la religión. Si el reconocimiento tiene éxito, le da a la persona que habla también una agencia: una agencia que puede mejorar las oportunidades situacionales o que puede ser incorporada como autoridad religiosa, o bien liberarlo de toda responsabilidad, porque la responsabilidad recae en la deidad. Agencia (*agency*) y pasividad (*patency*) pueden estar muy unidas.

En suma, dos tipos de agencia están en juego en la acción religiosa. Por un lado, la divina atribuida a los destinatarios, y por otro, la que el actor humano ganó de esta manera. Esta agencia puede aplicarse a la audiencia humana más amplia o también puede ser atribuida al auditorio: “Nuestro Dios nos hace fuertes a todos (y a mí más fuerte porque tomé la iniciativa de llamarlo)”.

Lo que suena a cálculo estratégico -y también puede utilizarse de esta manera- suele estar arraigado a situaciones típicas: en constelaciones personales, en estructuras culturales, sociales, legales, de poder, en tradiciones. Sin embargo, puede haber fácilmente un malentendido. La agencia no significa un rasgo característico de los actores, sino el modo de actuar en tales estructuras⁶ y con la cultura material que ha resultado de estas interacciones con el correr del tiempo. Estas estructuras y sus expresiones materiales no son sistemas inmutables de reglas o símbolos. Así como hoy en día experimentamos las religiones como algo en lo que sólo ciertos actores (aunque a menudo en voz alta) insisten en la inmutabilidad, las religiones antiguas también fueron el resultado de innumerables acciones y convicciones religiosas individuales. En su forma, siempre dependían de los pequeños o grandes cambios que ocurrían consciente o inconscientemente en tales actos de reproducción, repetición y actualización. Para enfatizar esto, uso el término “religión antigua vivida”.

“Religión vivida” se refiere al repertorio y a la ejecución de acciones individuales. Se refiere a sus experiencias de comunicación religiosa, a sus ideas de lo divino. Adquieren tales experiencias e ideas, las expresan y las comparten con otros en diferentes espacios sociales⁷. Los “grupos” y las “tradiciones” simplemente no existen: sólo existe una perspectiva sobre los procesos de formación de grupos y de formación de tradiciones. Aparecen fijos para nosotros cuando nos concentramos en el resultado, o aun, en el ideal de tales procesos de formación. Desde la perspectiva de la “religión antigua vivida”, el “*boundary work*”, el trazado de fronteras y la formación de identidades tienen prioridad sobre las fronteras e identidades fijas. En lugar de “religiones” prefabricadas, la “formación de una religión” se utiliza como una forma de acción estratégica y de un proceso agregado.

Hasta ahora he evitado deliberadamente hablar de los medios de comunicación y del uso de signos. En mi sencillo modelo, el cuerpo del orador y su lenguaje representan la forma más simple de lo que puede entenderse como comunicación simbólica: Un “yo” en un cuerpo humano habla a un “tú” no igualmente físico.

Pero ya mi díada inicial de actor humano y destinatario o destinataria sobrehumana tiene una estructura triádica, que, según la terminología semiótica de Charles S. Peirce, consiste en el signo mismo (*representamen*), el intérprete y el objeto representado.⁸ En el caso de la comunicación religiosa, este objeto es el destinatario divino visible en los signos lingüísticos, rituales y materiales. El intérprete no es simplemente el actor religioso que habla, sino también su concepción del signo. Esta concepción, bajo la orientación pragmática, en el sentido de la filosofía del pragmatismo de Peirce, incluye todos los posibles efectos prácticos del signo. Por lo tanto, el uso del signo se refiere a su posible efecto sobre el destinatario, como sobre cualquier auditorio. La producción de una cadena de signos enrevesados de sentido no se detiene aquí, el proceso de interpretación continúa. La interpretación es, de hecho, una interpretación para un auditorio que, a su vez, se ocupa ahora de la interpretación del contexto semiótico ante sus ojos y oídos.

La atribución de sentido y la imaginación de los posibles efectos de estas interpretaciones no surgen de la nada: se alimentan de experiencias pasadas, significados, imaginaciones difundidas y estrategias de interpretación comunes.⁹ Aunque en principio es infinito, el espectro de interpretaciones disponibles que entran en juego en esta situación es, por consiguiente, limitado. Esto no excluye la creatividad ni la innovación:¹⁰ dichas características son especialmente importantes para la comunicación religiosa.

La comunicación religiosa es la comunicación con actores divinos cuya relevancia en la situación respectiva no está simple e indiscutiblemente establecida. Sólo a través de la comunicación misma los actores religiosos atribuyen relevancia al actor divino y, por lo tanto, afirman su existencia. Que esto es pragmáticamente efectivo y plausible como una acción es enfatizado por el comunicador tanto para sí mismo como para la audiencia. Lo hace haciendo un esfuerzo mediático inusualmente alto, utilizando signos preciosos o monumentales. Precisamente por ello, ya sea a través de un don material o de una representación -un “ídolo”, como se llamaba clásicamente- la/el destinataria/o invisible está presente y se fortalece en su existencia ontológica.¹¹ Esta me parece una razón importante por la que en la tradición arqueológica la comunicación religiosa está sobrerrepresentada en muchos espacios y épocas.

3. SACRALIZACIÓN:

Propongo hablar de sacralización como acciones y procesos que incorporan a la comunicación religiosa elementos de la situación misma -objetos, espacio, tiempo- y les dan relevancia¹². Se dice que la salida del sol o el día de luna llena son particularmente eficaces; una fuente termal o una colina o una tumba parecen lugares más efectivos de comunicación religiosa exitosa. Todas estas son afirmaciones plausibles por el desempeño mismo, durante y debido a la realización. Una antorcha, un animal asesinado, ropa preciosa o un bloque de piedra apoyan la formulación y la transmisión exitosa del mensaje. De esta manera, los iniciadores hacen que sus intenciones de discurso sean más relevantes e importantes para los destinatarios. Al mismo tiempo, hacen

que todo el acto de comunicación sea también más relevante para cualquier auditorio: son escuchados por los dioses y vistos por sus conciudadanos.¹³

Lo que he mencionado hasta ahora también podría documentarse con el término “sacralización temporal”. Un lugar se utiliza para la comunicación religiosa y está sujeto a una interpretación específica, quizás incluso a ciertas reglas de conducta durante la comunicación. Esto puede ser una plaza del mercado para un espectáculo de oración o una calle para una procesión. Usualmente tal “sacralización temporal” no deja huellas duraderas a menos que alguien más tarde tenga la idea de poner una placa de bronce para conmemorar la aparición de un santo, gurú o Papa. Sin esto, tal lugar no calificaría como “religiosa” a una acción que se desarrollará allí más tarde. En cualquier caso, al menos no hasta que se realicen esfuerzos importantes para reactivar esta corrección temporal anterior. Esto podría suceder a través de un recuerdo individual de unos participantes o incluso a través de una actuación renovada de todo el ritual.

La sacralización no tiene que cubrir todo un espacio: puede concentrarse en objetos individuales, incluso pequeños, que están disponibles al azar o que han sido creados especialmente para este propósito o incluso producidos en la situación. Son comunes los “regalos” o “signos” que marcan a los participantes o que hacen referencia al contenido de la comunicación. A menudo, se utiliza ropa especial o señales corporales como coronas, ornamentación o colores, con una durabilidad variable más allá de la situación. Como se ha afirmado, la comunicación es una comunicación fuertemente mediatizada.

El proceso de interpretación, como mencioné antes en la terminología de Peirce, es ahora más fácil de entender en su extensión temporal. Los objetos sacralizados (y por supuesto los tiempos y lugares) ya crean condiciones previas para los procesos de interpretación, que están conectados con la acción comunicativa misma. La reutilización de objetos antiguos o la adición marcada de objetos nuevos en el proceso de enmarcar la situación¹⁴ pueden establecer claramente e intensificar el carácter religioso específico. La sacralización es una cuestión de cantidad y tamaño. Para evitar cualquier malentendido. Probablemente sólo bajo determinadas condiciones y en ciertos contextos culturales, estos procesos conducen a debates sobre un carácter dicotómico de lo “sagrado” frente a lo “profano” (literalmente en latín *pro-fano*: “antes del santuario”). Como es bien sabido, estos debates -conceptualizados en términos de religión y secularidad- han tenido un gran significado en Europa, pero también fuera de Europa hasta hoy.¹⁵

Comencé mi argumentación con el término agencia (*agency*) y debo volver a ella. Había hablado de cómo la comunicación religiosa puede cambiar las constelaciones sociales ya existentes. Esto sucede a través de la atribución recíproca de la agencia a un destinatario divino, quien -a los ojos del espectador- a su vez atribuye la agencia al iniciador. El margen de acción del iniciador y sus responsabilidades han cambiado. Tal agencia -y ocasionalmente pasividad (*patiency*)- gana expresión y duración en los procesos de sacralización y en los espacios, tiempos y objetos sacralizados resultantes. Incluso tal agencia está respaldada por el uso de tales condiciones y objetos. Orar en un santuario, compartir la carne en un día de fiesta, proclamar la voluntad de Dios con un traje sacerdotal: todo esto aumenta la autoridad religiosa, al menos cuando estos recursos están abiertos al uso de esta persona. Este proceso a su vez es un proceso de negociación y apropiación de los recursos institucionalizados. Históricamente, esto puede ser simplemente la repetición plausible de una acción comparable por parte de un individuo ya de por sí prestigioso. Sin embargo puede ser la función de una organización condensada y poderosa, por ejemplo, un sacerdote que dirige un templo, o un gobernante que mantiene sus propios espacios para tales rituales.

La *performance*, la realización convincente y las demandas innovadoras compiten ciertamente con la sacralidad institucionalizada de muchas maneras. En lugar de ganar reputación, uno puede recibir acusaciones de fraude, herejía o simplemente indignidad. Esto depende tanto de la audiencia inmediata como de los observadores posteriores y de su respectiva relación con el actor religioso principal. El grado de publicidad aumenta tanto las oportunidades como los riesgos. El lado material de la comunicación, los símbolos y objetos religiosos participan en estas dinámicas. El valor y la monumentalidad de estos signos formulan reclamos, contribuyen a su implementación, y al mismo tiempo, abren superficies de ataque y flancos abiertos. Un signo

material puede servir como una marca conmemorativa, así como un objeto de menosprecio, o víctima del incendio o la devastación. Este daño va desde el robo como botín hasta la quema de libros, pasando por el daño y la destrucción de estatuas.

4. RELIGIÓN ANTIGUA VIVIDA

A continuación, se intenta exponer las dinámicas descritas en el concepto de “religión antigua vivida”, concepto paradójico y, por lo tanto, provocativo. Como se dijo anteriormente, esta noción se refiere a las experiencias, ideas y prácticas religiosas de los individuos. Con el telón de fondo de las consideraciones semióticas, la religión antigua vivida no es la reproducción más o menos completa de, por así decirlo, conjuntos prefabricados de conductas y suposiciones religiosas. Así que ya no quiero referirme a la “religión romana”, “religión ateniense”, “religión de Isis”, al judaísmo o maniqueísmo, o, en casos extremos, al rechazo total de dichas religiones normativas. Más bien, el punto de partida son los actos religiosos individuales. Pueden ser acciones cotidianas, oraciones cortas, un beso en la mano delante de una estatua. Desgraciadamente, sólo en casos excepcionales estos actos religiosos cotidianos o comunicaciones produjeron fuentes que han sobrevivido.

Aquí, como ya he dicho, la investigación se beneficia del hecho de que es precisamente el objetivo de atraer la atención de los actores divinos que no están simplemente presentes, de enfatizar la relevancia de la propia comunicación, lo que a menudo conduce a una comunicación no ordinaria, a una comunicación ritual, elaborada, que deja huellas materiales o textuales.¹⁶ Sin embargo, todavía queda un problema. Especialmente los medios de comunicación más elaborados y duraderos son muchas veces creados por aquellos que institucionalizan organizaciones y crean normas y, por esta misma razón, crearon estos medios. En términos de historia de la investigación, esta circunstancia ha llevado al hecho de que hemos seguido esencialmente una historiografía religiosa de normas y actuaciones rituales concebidas como modelos, en lugar de una historiografía de la práctica generalizada. Pero esto no está condenado al fracaso.

Por supuesto, los intentos de esa estandarización y homogeneización también formaban parte del contexto cultural pertinente, de las estructuras y tradiciones. En la antigüedad mediterránea se trataba, por ejemplo, de códigos de conducta en espacios sagrados llamados “*leges sacrae*”, leyes sagradas: Eran comentarios de rituales anticuarios, exégesis de Virgilio o bíblicas. Los intentos de estandarización pueden encontrarse en tratados filosóficos, en libros litúrgicos o en homilías. Sobre todo, pueden encontrarse en forma material como instrumentos que definen el contenido del pensamiento o el movimiento de los individuos, como imágenes de dioses a los que admirar, como escalones o paredes o edificios que determinan los movimientos y las direcciones de visualización. Por supuesto, todos estos intentos formaban parte del entorno cultural relevante, pero eran sólo una parte de los factores biográficos-sociales o situacionales. La relación recíproca entre estructura y acción individual, que se construyen mutuamente, constituye así la base de un acceso en el que ni un individuo asocial ni las instituciones se entienden como requisitos de los demás.¹⁷

Desde esta perspectiva, no son las estadísticas de los nombres de dioses en las inscripciones las que proporcionan información sobre un “sistema” religioso, sino el diseño del objeto individual. Esto puede observarse en una modificación de las formas y en la acentuación de elementos individuales: la competencia religiosa de los individuos se manifiesta en la combinación de nombres de dioses en unas inscripciones de consagración. También es evidente en la reproducción ocasional precisa de un modelo, es decir, en la decisión contra alternativas visibles. Por supuesto, esto es difícil de distinguir de la tradicionalidad irreflexiva. En términos metodológicos, a menudo es más apropiado buscar la fuente individual concisa, los objetos que traicionan su biografía, las narrativas que relacionan experiencias y prácticas entre sí¹⁸. Sólo cuando se explora el conjunto, las modificaciones típicas y los cambios en los “régimenes”, emergen generalizaciones sensatas de prácticas, no repeticiones de normas.

5. EJEMPLOS:

Ahora quisiera utilizar algunos ejemplos para mostrar cómo el cambio de una perspectiva institucional a una perspectiva de apropiación individual puede dar lugar a nuevas preguntas e hipótesis. Tomo el material de mi libro *Pantheon*¹⁹, publicado en 2016, que es el intento de construir una historia religiosa antigua sobre esta base.

5.1 Votivo:

No comienzo mi serie de ejemplos con pequeñas figuras humanas de bronce o figuras de terracota en tamaño natural. Estas figuras se encuentran en lugares rituales, fosas o pozos, que sirvieron para la comunicación con los “actores no indiscutiblemente plausibles”, es decir, difuntos o dioses. En vez de esas hablo de una comunicación religiosa más cotidiana y económicamente más accesible.

Desde el final del siglo V a.C., las cabezas de arcilla han ganado gran popularidad en los santuarios del centro de Italia. Los alfareros pudieron satisfacer la demanda con una nueva técnica, probablemente también disponible en Italia desde finales del siglo VI a. C.: la producción en masa de esculturas, una producción resultante del uso de una o dos matrices.²⁰ En todo el centro de Italia y en lugares de culto más grandes, la gente pudo encontrar una oferta de cabezas -sin duda menos costosas- o relieves de cabeza semi-plásticas, que podían utilizar para su comunicación religiosa. Los propios objetos les sugerían cómo tratarlos: las cabezas a menudo tenían anillos de pie gracias a los que podían colocarse fácilmente en podios, bancos, cajas o vitrinas, o incluso en el suelo. Los relieves, por otro lado, tenían dispositivos de suspensión.²¹

La calidad de estos objetos era con frecuencia pobre. Permanecieron sin pintar, casi siempre también sin etiquetar, sin inscripción: los malos medios para la adquisición probablemente fueron acompañados por la falta de conocimientos de escritura. Algunos de ellos modelaron la cabeza ellos mismos, otros las hicieron retratar una por una. A pesar de todas las diferencias, sin embargo, su constelación envió un mensaje similar a los dioses y a la gente: a pesar de todo el esplendor de la arquitectura y la decoración de terracota, tal y como se veía en los edificios de culto de esta época, a pesar de todo el conocimiento sobre los constructores y su posición como miembros de las élites económicas, políticas y ahora también religiosas, se mencionó esta ubicación en dichos edificios de culto: ¡Nosotros todavía estamos aquí!

Donde la acción religiosa permitía presentarse a través del esplendor arquitectónico y, al mismo tiempo, representaba un intento de orientar las prácticas religiosas en ciertas direcciones, permitía a los demás, especialmente a los menos ricos, apropiarse precisamente de estos espacios modificando las prácticas elitistas, como las figuras de tamaño natural, y exigir el reconocimiento de sus preocupaciones. El velo de la parte posterior de la cabeza, que a menudo se insinuaba en estas cabezas, revelaba obviamente un hecho que los actores de Roma y del Lacio habían puesto en juego. Se trata de una comunicación específicamente religiosa.²² Así, las cabezas de arcilla y los edificios crecieron hasta finales del siglo II a.C. Las amplias capas sociales y las élites entraron en una interacción indirecta en el centro de Italia; fue precisamente la presencia masiva de objetos de las manos más diversas lo que no sólo constituyó una apropiación sino también una confirmación de la infraestructura religiosa y contribuyó decisivamente a la sacralización de los edificios y de las áreas.²³

Esto plantea muchas preguntas sobre la relación entre el objeto y el espacio de instalación; por ejemplo, la cuestión de si un plato utilizado durante mucho tiempo en el propio hogar, con el que se pueden asociar recuerdos de celebraciones, períodos de hambre o sus esforzadas reparaciones, o bien un objeto de este tipo, se compró nuevo frente al sitio de culto. Ahora me parece importante no sacrificar prematuramente esta materialidad a una clasificación culturalista que se conoce, a saber, como *exvoto*, regalo votivo. Este término significa: “Yo tengo un problema. Le hago una promesa a un dios. El problema está resuelto. La promesa se cumple.” Sin embargo una inspección más detallada nos enseña que ésta era sólo una interpretación posible

y quizás ni siquiera dominante: en las antiguas inscripciones encontramos solamente “*donum*”, don, regalo. Y esto nos señala el uso estratégico de los términos y sus problemas para su utilización por parte de nosotros como términos metalingüísticos.

No quiero repetir aquí la argumentación, que pueden leer en detalle en el texto. Pero creo que puedo mostrar que la idea de que uno está “condenado” a redimir un regalo prometido a un dios por la ocurrencia del resultado solicitado sólo pertenece al siglo III a.C. El concepto con su especificación legal de los hechos resolvía un problema que sólo surgía cuando se cruzaba el espacio para el diálogo entre personas *individuales* y deidades: en el caso de las obligaciones de los fondos públicos.²⁴ Si bien las peticiones y los agradecimientos se integraron en una comunicación más amplia y duradera, se convirtieron en eventos aislados en el marco de la institución “*Votum*”. La asimetría de la relación terminó con la resolución del compromiso asumido.

Así que el voto no fue el epítome de la *piedad* romana del *do ut des*. Más bien, era una forma especial de atar amplios recursos en la comunicación religiosa que estaban sujetos a un orden comunal. Incluso si el *votum* creaba nuevos problemas y podía dar lugar al ridículo, rápidamente se hizo popular, lo cual debería, pero no puede ser discutido en el presente trabajo.

5.2 Religión vivida en lugar de culto doméstico

Permítanme dar un gran paso adelante, tanto temporal como materialmente. Iré de las prácticas religiosas en lugares de acceso público a la esfera doméstica. También en este caso, se pueden valorar los hallazgos en su diferenciación -las variaciones así como la ausencia total- si se observa el manejo de los objetos por parte de los actores y sus intereses en una comunicación exitosa y en la creación de una atmósfera especial. Por lo tanto, no se trata de cumplir con las normas de un determinado “culto doméstico”.

En las grandes ciudades, y especialmente en la metrópoli de la época imperial, la calle, más que una casa con diferentes habitaciones, constituía el principal espacio de vida para muchos. Pero incluso en las casas sólo unos pocos habitantes podían diseñar activamente las estructuras arquitectónicas y el mobiliario. La iluminación jugó un papel importante en esto. Esto se aplicaba no sólo a la cuestión de qué habitación se iluminaba y utilizaba, sino también cuáles de sus componentes, ya fueran decoraciones de pared o muebles, se ponían a la luz. Las lámparas mismas eran instrumentos de comunicación religiosa de primer orden. Si se colocaban joyas de plástico alrededor de la mecha, por ejemplo, en lámparas de bronce, pero también en lámparas de arcilla, se producían las sombras correspondientes.²⁵ Sin embargo la lámpara también se iluminaba a sí misma, por ejemplo, colocando figuras de dioses en una luz brillante que se dirigía hacia la abertura ardiente, haciéndolas aparecer.²⁶ Al igual que las alternativas -escenas de circo, motivos eróticos- estas imágenes de los dioses eran realmente “llamativas”. Estimulaban la visión y, como ojos radiantes, transmitían la sensación de ser vistos por ellos mismos. En el resplandor inquieto, las figuras se movían. Aquí las opciones y las experiencias se abrieron.

Otro instrumento religioso central fue el omnipresente altar, también desafiado a una activación, signo inequívoco para la comunicación con aquellos que no estaban indiscutiblemente presentes al mirar alrededor, ya fueran dioses o muertos. Con un mínimo de esfuerzo, como montar una lámpara y un mínimo de habla o canto, se convirtió en el foco de todos los movimientos y en el centro de la ejecución ritual.

Las estrategias que se practicaban en el hogar (o en la calle) también se utilizaban en los espacios institucionalizados de comunicación religiosa, por ejemplo, en las áreas sagradas y templos. Si bien el grafiti fue bienvenido en la casa como una reacción enfática de los invitados, esta forma minimalista pero permanente de comunicación lingüística también jugó un papel en los distritos del templo. Este uso del grafiti está asegurado en Dura Europos, al este del Imperio Romano. En los templos y edificios de reunión judíos o de los fieles de Cristo o Mitra, los usuarios trataban de inmortalizarse lo más posible en los focos de la comunicación religiosa, cerca de la imagen de culto, en murales o en pasadizos con la petición de “recuerdo” o “salvación”.²⁷ Así también se apropiaron de los grandes signos de comunicación religiosa de los demás, de

sus fundamentos bidimensionales o tridimensionales. Y, por supuesto, los altares y los retablos, así como las lámparas como regalos, continuaron desempeñando un papel importante en la época imperial, en detrimento de los modelos de arcilla que se mencionaron al principio.²⁸

6. OPCIONES METODOLÓGICAS

Los ejemplos ilustran una vez más el enfoque metodológico que aquí se presenta. Entiendo a la religión como un evento de comunicación intersubjetivo. Esto se hace accesible cuando, por regla general, las expresiones individuales no se examinan en términos de su contenido culturalmente establecido, sino más bien en términos de su situación, su contexto histórico, social y material, y precisamente la modificación y selección de conceptos y semánticas culturalmente disponibles.²⁹ Las condiciones surgen en los espacios domésticos o familiares de la socialización primaria, en los grupos de la socialización secundaria, en los espacios generalmente accesibles que a menudo están conformados por comunidades y, finalmente, en aquellos espacios de comunicación supuestos que se abren por medios secundarios como pergaminos o códices. En estos espacios, las condiciones de la experiencia religiosa, la apropiación física, los materiales, las formas de acción y los significados desarrollados en la interacción concreta se presentan de manera muy diferente. En consecuencia, la autoridad religiosa se constituye de manera muy diferente en el intercambio con los especialistas religiosos y en el reconocimiento o rechazo de estos.

Esto tiene consecuencias para la investigación histórica. Desde una perspectiva que examina la religión desde el punto de vista de los actores individuales y parte precisamente del carácter arriesgado de la comunicación religiosa, la religión debe ser vista como una práctica que puede ser altamente discutible. En una sociedad fuertemente jerarquizada, no faltaron los intentos de evitar que los que estaban por debajo de los agentes religiosos obtuvieran autoridad. Para este propósito se utilizaron altos requisitos de legitimación para la comunicación religiosa y normas restrictivas de lo que debería evaluarse como comunicación religiosa exitosa. Términos como “sagrado” y “profano”, “puro” e “impuro”, “público” y “privado” eran instrumentos con este fin en las sociedades antiguas y, por lo tanto, no son adecuados como términos de nuestro lenguaje descriptivo. Por otro lado, era precisamente esta constelación de desigualdades sociales la que podía significar una gran libertad para la innovación, para ganar autoridad religiosa frente a jerarquías sociales, económicas o de género.

En lugar de las “religiones” acabadas, desde la perspectiva de la religión antigua vivida, la “formación de las religiones” se considera como el conjunto de acciones estratégicas y de procesos agregados. Diferentes objetos con la capacidad de movilizar recuerdos, de exigir acciones y de indicar una comunicación religiosa exitosa, jugaron un papel central en esto. Incluso una religión muerta es una religión vivida.

NOTAS

- 1 Latour, B., *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory* (Pb. 2007 edn.), Oxford, Oxford University Press, 2005.
- 2 Gosden, C., “What Do Objects Want?”, *Journal of Archaeological Method and Theory* 12 (3), 2005, 193-211; Hodder, I., *Entangled: An Archaeology of the Relationships between Humans and Things*, Chichester, Wiley-Blackwell, 2012; Raja, R. and Weiss, L., “The Role of Objects: Meaning, Situations and Interaction”, *Religion in the Roman Empire* 1 (2), 2015, 137-47.
- 3 Raja, R.- Rüpke, J., “Appropriating Religion: Methodological Issues in Testing the 'Lived Ancient Religion' Approach”, *Religion in the Roman Empire* 1 (1), 2015, 11-19; Raja, R.- Rüpke, J., “Archaeology of Religion, Material Religion, and the Ancient World”, en: Raja, R.- Rüpke, J., (eds.), *A Companion to the Archaeology of Religion in the Ancient World*, Malden, Wiley, 2015, 1-25.
- 4 Véase también Rüpke, J., “Gifts, votives, and sacred things: Strategies, not entities”, *Religion in the Roman Empire* 4 (2), 2018, 207-36.

- 5 Rüpke, J., "Religious Agency, Identity, and Communication: Reflecting on History and Theory of Religion", *Religion* 45 (3), 2015, 344-366.
- 6 Emirbayer, M.-Mische, A., "What is Agency?", *American Journal of Sociology* 103 (4), 1998, 962-1023.
- 7 Rüpke, J., "Lived Ancient Religion: Questioning 'Cults' and 'Polis Religion'", *Mythos ns* 5 (2011), 2012, 191-204.
- 8 Ver Peirce, C., *Semiotische Schriften*, edited and translated by Christian J. W. Kloesel, 3 vols., Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1986; Peirce, C., *Peirce on signs: Writings on semiotic*, Chapel Hill, NC, Univ. of North Carolina Press, 1991. Agradezco a Anders Klostergaard Petersen que me haya referido a Peirce en múltiples ocasiones.
- 9 Para estos últimos, véase Fish, S., *Professional correctness: Literary studies and political change*, Oxford, Clarendon Press, 1995.
- 10 Joas, H., *Die Kreativität des Handelns*, Frankfurt a. M., Suhrkamp, 1996.
- 11 Rüpke, J., "Religion medial", en Malik, J. , Rüpke, J.- Wobbe, T. (eds.), *Religion und Medien: Vom Kultbild zum Internetritual* (Vorlesungen des Interdisziplinären Forums Religion der Universität Erfurt), Münster, Aschendorff, 2007, 19-28.
- 12 Mi conceptualización está más orientada hacia el concepto de "ritualización", tal como lo ha hecho Catherine Bell (*Ritual Theory, Ritual Practice*, New York, Oxford University Press, 1992)
- 13 Me estoy refiriendo a la teoría de la relevancia, como detallé en Rüpke, "Religious Agency, Identity, and Communication", 344-366. Fundamentalmente en Wilson, D.- Sperber, D., "Outline of Relevance Theory", *Links & Letters* 1, 85-106, 1994.
- 14 Goffman, E., *Interaktionsrituale: über Verhalten in direkter Kommunikation* (2. Aufl. edn., Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft / Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft), Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1991; Goffman, E., *Rahmen-Analyse: ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen* (3. Aufl. edn., Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft), Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1993. Véase también Fine, G., "Sociology of the Local: Action and its Publics", *Sociological Theory* 28 (4), 355-376, 2010.
- 15 Véase, por ejemplo, Burchardt, M.-Wohlrab-Sahr, M., "Multiple Secularities: Religion and Modernity in the Global Age" – Introduction", *International Sociology* 28 (6), 605-611, 2013.
- 16 Rüpke, J., "Representation or presence? Picturing the divine in ancient Rome", *Archiv für Religionsgeschichte* 12, 2010, 183-96.
- 17 Archer, M., *Culture and Agency: The place of culture in social theory* (Orig. 1988 edn.), Cambridge, Cambridge Univ. Press, 1996; Emirbayer - Mische, "What Is Agency?", 962-1023; Dépelteau, F., "Relational Thinking: A Critique of Co-Deterministic Theories of Structure and Agency", *Sociological Theory* 26 (1), 2008, 51-73; Wang, Y., "Agency: The Internal Split of Structure", *Sociological Forum* 23 (3), 2008, 481-502; Campbell, C., "Distinguishing the Power of Agency from Agentic Power: A Note on Weber and the 'Black Box' of Personal Agency", *Sociological Theory* 27 (4), 2009, 407-18; Moore, A., "The Eventfulness of Social Reproduction", *Sociological Theory* 29 (4), 2011, 294-314; Silver, D., "The Moodiness of Action", *Sociological Theory* 29 (3), 2011, 199-222; Rüpke, "Religious Agency, Identity, and Communication", 344-66; Fuchs, M., "Processes of Religious Individualization: Stocktaking and Issues for the Future", *Religion* 45 (3), 2015, 330-43; Fuchs, M. and Rüpke, J., "Religion: Versuch einer Begriffsbestimmung", en Christoph Bultmann y Antje Linkenbach (eds.), *Religionen übersetzen: Klischees und Vorurteile im Religionsdiskurs* (Vorlesungen des Interdisziplinären Forums Religion der Universität Erfurt), Münster, Aschendorff, 2015, 17-22.
- 18 Vease, por ejemplo, Raja - Weiss, "The Role of Objects", 137-47; Raja- Rüpke, "Appropriating Religion", 11-19; Rüpke, J. - Degelmann, C., "Narratives as a lens into lived ancient religion, individual agency and collective identity", *Religion in the Roman Empire* 1 (3), 2015, 289-96.
- 19 Rüpke, J., *Pantheon: Geschichte der antiken Religionen* (Historische Bibliothek der Gerda-Henkel-Stiftung), München, Beck, 2016. Traducido al español próximamente.
- 20 Hoffer, M., 'Etruskische und italische Votivplastik aus Ton', en Kästner, V. (ed.), *Etrusker in Berlin - Etruskische Kunst in der Berliner Antikensammlung - Eine Einführung*, Berlin, Schnell Steiner, 2010, 72 ss.
- 21 Para la visibilidad y la invisibilidad: Bagnasco Gianni, G., "Sui 'contenitori' arcaici di ex-voto nei santuari etruschi", in Annamaria Comella y Sebastiana Mele (eds.), *Depositi votivi e culti dell'Italia antica dall'età arcaica a quella tardo-repubblicana: Atti del Convegno di Studi, Perugia, 1-4 giugno 2000*, Bari, Edipuglia, 2005, 351-358.
- 22 Söderlind, M., "Heads with velum and the etrusco-latial-campanian type of votive deposit", en Comella- Mele (eds.), *Depositi votivi e culti dell'Italia antica*, 362.
- 23 Sobre el concepto de sacralización en lugar de santuario ver Rüpke, J. "Was ist ein Heiligtum? Pluralität als Gegenstand der Religionswissenschaft", en Adogame, A., Echtler, M. y Freiburger, O. (eds.), *Alternative Voices: A Plurality Approach for Religious Studies. Essays in Honor of Ulrich Berner* (Critical Studies in Religion/Religionswissenschaft 4), Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht, 2013, 211-225.
- 24 La elaboración de la situación resultante fue magistralmente descrita por Scheid, J., "Le délit religieux dans la Rome tardo-republicaine", *Le délit religieux dans la cité antique*, Rome: Ecole française, 1981, 117-171.

- 25 Bielfeldt, R., "Lichtblicke-Sehstrahlen: Zur Präsenz römischer Figuren- und Bildlampen", en Bielfeldt, R. (ed.), *Ding und Mensch in der Antike: Gegenwart und Vergegenwärtigung* (Akademie Konferenzen), Heidelberg, Winter, 2014, 202.
- 26 Bielfeldt, R., "Lichtblicke-Sehstrahlen", 221 y 213 (sobre la idea antigua de ver a través de la emisión activa de luz)
- 27 Stern, K., "Inscription as Religious Competition in 'Third-Century Syria'", en Jordan D. Rosenblum, Lily C. Vuong y Nathaniel P. DesRosiers (eds.), *Religious competition in the Third Century CE. Jews, Christians, and the Greco-Roman World* (Journal of Ancient Judaism: Supplements), Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2014, 146. En casas: Scheibelreiter-Gail, V. 2012, "Inscriptions in the Late Antique Private House: Some Thoughts about their Function and Distribution", en Birk, S.-Poulsen, B. (eds.), *Patrons and Viewers in Late Antiquity*, Aarhus, Aarhus University Press, 2012, 161.
- 28 Ejemplo: Scapaticci, M., "Vetralla: Un santuario a "Macchia delle Valli"", en Gianfrotta, P.- Moretti, A. (eds.), *Archeologia nella Tuscia: Atti dell'Incontro di Studio (Viterbo, 2 marzo 2007)* (DAIDALOS - Studi e ricerche del Dipartimento di Scienze del Mondo Antico), Tuscia, Viterbo, 2010, 107.
- 29 Gordon, R., "Showing the Gods the Way: Curse-tablets as Deictic Persuasion", *RRE 1* (2), 2015, 148-80; Cooley, A., "Multiple Meanings in the Sanctuary of the Magna Mater at Ostia", *Religion in the Roman Empire*, 242-62; Meredith, H., "Engaging Mourners and Maintaining Unity: Third and Fourth Century Gold-Glass Roundels from Roman Catacombs", *Religion in the Roman Empire*, 219-41; Patera, I., "Objects as Substitutes in Ancient Greek Ritual", *Religion in the Roman Empire*, 181-200; Petridou, G., "Emplotting the Divine: Epiphanic Narratives as Means of Enhancing Agency", *Religion in the Roman Empire*, 321-42; Weiss, L., "The Consumption of Religion in Roman Karanis", *Religion in the Roman Empire*, 71-94; Wilburn, D., "Inscribed Ostrich Eggs at Berenike and Materiality in Ritual Performance", *Religion in the Roman Empire*, 263-85.