

Ciudad Hecatombe

Delfos, de lo ritual a lo público

Queriendo comprobar el supremo Zeus en qué lugar se encuentra el centro del universo, se dice que mandó a dos poderosas águilas a sobrevolarlo, cada una en dirección opuesta a la otra y que ambas aves se encontraron en lo que más tarde el mundo antiguo conocería y reverenciaría como el ombligo del mundo, el *omphalos*, hablamos, por supuesto, de Delfos.



Pero no fue sino hasta que el flechador Apolo, virtuoso, noble y obediente de las leyes paternas, en busca de un lugar en el cual levantar un templo, fue a dar con Delfos y una vez allí, luego de matar a Pitón, el dragón custodio del lugar, pronunció estas palabras: “Tengo la intención de construir un templo magnífico, oráculo para los hombres, que siempre, para consultarme, conducirán a mis altares perfectas hecatombes” (Himno homérico).

Así fue como este lugar pronto se convirtió en un poderoso imán, de concurrencia, en donde una persona podía encontrar las respuestas que estaba buscando, desde las más políticas como la forma de sortear los altos muros de Troya, o cuál es el punto débil del de los pies ligeros; hasta las más íntimas y aciagas, como estrategias para asesinar a tu padre y casar con tu madre.

La importancia del oráculo está cifrada, además, en que era un espacio abierto y accesible, al cual

acudían personas de distinto origen *politikos*, entendido, claro, desde lo que constituían las polis griegas, y más allá de ellas también, recordemos sino que Eneas acudió a distintos oráculos, todos del dios Apolo, antes de encontrar el lugar en donde se asentaría definitivamente, luego de la destrucción de Troya (Cfr. Virgilio, 1998).

Por ello, podemos pensar en el oráculo más que como un sitio de culto o un templo religioso, en un espacio público y político de toma de decisiones, no por nada “Apolo



representa ante todo el aspecto legal de la religión” (Eliade, 1999: 349), es decir es el responsable de transmitir las decisiones divinas a los mortales, lo que nos lleva a pensar en este espacio como algo que estaría lejano al *oikos*, pues mantiene rasgos de un espacio público en la medida en que si bien es cierto que “la vida pública” giraba alrededor del ágora, que era el lugar de discusión, de reunión, la misma no estaba localizada en un lugar específico, con fronteras y dimensiones definidas, no estaba delimitada, dado que el ejercicio de la publicidad lo podemos encontrar en las deliberaciones, en los tribunales o en la forma de dirigir las acciones bélicas, como vimos hace un momento (Cfr. Habermas, 1986: 43).

Es así que, el propio Habermas define como públicas “a aquellas organizaciones que, en contraposición a sociedades cerradas, son accesibles a todos; del mismo modo que hablamos de plazas públicas o de casas públicas” (Habermas, 1986: 41).

Con respecto a esto último, sin duda que cuando decimos “acce-

sibles a todos” hablamos de una generalidad ilusa que no funciona hoy, como tampoco funcionaba hace tres mil años, pues esta expresión tiene un trasfondo político, ya que nos remite a las condiciones de posibilidad en la que podemos encontrarlo, pues para acceder a este espacio público había que cumplir ciertos requisitos, el más importante, ser ciudadano, y ofrecer, según la exigencia del dios Apolo, perfectas hecatombes que, a diferencia de lo que el término sugiere, no eran cien cabezas de ganado sino el sacrificio de un cabrío (Cfr. Eliade, 1999: 350).

Por otro lado, este hecho se confirmaría además en la forma como el oráculo era administrado, por decirlo de alguna manera, pues como sucede en todo espacio público, cuando la afluencia rebasa las expectativas conforme el prestigio (no diré calidad del servicio) y fiabilidad crecían: “Al principio estas consultas se celebraban una vez al año (en el aniversario del dios), luego una vez al mes y finalmente en numerosas ocasiones, con excepción de los meses de invierno, durante los cuales Apolo

estaba ausente” (Eliade, 1999: 350).

Hay que destacar un aspecto interesante de una de estas condiciones, para acceder al oráculo, concretamente las inmolaciones de machos cabríos hechas a la divinidad, se precisaban dos condiciones, la primera es un principio por el cual “los dioses y los seres humanos aprecian las mismas cosas. Puesto que la carne es el alimento más prestigioso y universalmente deseado por los seres humanos, es también el alimento más prestigioso y universalmente deseado por los dioses” (Harris, 2004: 377).

La segunda afirma que sería “la proyección de la propia culpa sobre otro, con represión de su conciencia, de ahí el sentido de emisario dado tradicionalmente a este animal” (Cirlot, 2006: 298); es decir que no existe culpa en esto, y de cierta forma, con cada consulta hecha, quien verdaderamente se inmola es el consultante. Ofrecerse uno mismo a cambio de la información necesitada, útil y vital valdrá decir, así como inconmensurable, pues sabemos que

las respuestas, mediadas a través de una Pitonisa, Pítia o sacerdotisa del templo en un estado de **enthusiasmus**, eran famosas por su ambigüedad, y aunque parezca contradictorio por la precisión oculta detrás del simbolismo con que se manifestaba.

Quien practica este ritual de sacrificio encuentra un atisbo de alivio, ya que el consultante, mientras se autocontempla en el animal, libera sus preocupaciones al dios, y siente satisfacción en ello, tal si fuera Narciso consumiéndolo y alimentándose de su propio reflejo, y al verse a sí mismo inmolado para saber lo que le deparará el destino, al saber que le será devuelta una respuesta, no importa cual, pues la cultura griega estaba estrechamente ligada a un hado, que no era otra cosa sino una “fuerza desconocida que obra irresistiblemente sobre los dioses, los hombres y los sucesos” (RAE, 2014).

Ahora bien, estos dos aspectos podemos entenderlos de forma integrada para erigir una categoría simbólica antropológica que se ajuste a esta introducción, así

vemos que esta ofrenda o sacrificio animal, con el cual el dios sacia su necesidad de alimento sería la ofrenda o el sacrificio del propio consultante, ligado a este efecto narcisista por el cual se proyecta en el animal para que este sea consumido por el espíritu regente del templo.

Una vez que hemos llegado a este punto, debemos preguntarnos ¿qué hacían los consultantes con la información recibida? A decir de los relatos que sobreviven sabemos que la información era socializada después de acudir al oráculo con el resto de personas de su comunidad o entorno inmediato, en una suerte de escalas de cooperación como diría Rheingold, para quien este atributo es, después de todo “indisoluble de la naturaleza humana” (Rheingold, 2004: 233).

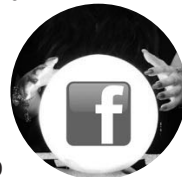
Con estos prerequisites estamos listos para trasladarnos temporalmente al presente, el oráculo es el mismo, las pitonisas están allí, las ofrendas arden y han provocado una nube densa de ruido mediático y, al parecer, lo único que ha cambiado es la inscripción a la en-

trada del templo, el “Conócete a ti mismo” que había en Delfos, ahora dice “Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que conoces” o “Conéctate con amigos y familiares utilizando mensajes para el bloc de notas y el servicio de mensajería instantánea. Descubre a nuevas personas a través de los amigos de tus amigos y las comunidades” de Orkut.

A efectos de delimitar este estudio, tomaremos como modelo de las redes sociales la de Facebook, considerando que otras con la misma finalidad se comportan relativamente igual y sobre todo por ser la socialmente más aceptada.

Facebook sólo comparte cierta información con todo el mundo. Si conoces a Facebook, agrégalo como amigo.

Para entender la metáfora del oráculo como una red social virtual es preciso erigir algunos pilares que nos sirvan para sostener este trabajo. Pero como la construcción no es con piedras sino



con palabras, habrá que darles forma de preguntas.

- 1) ¿De qué manera los espacios virtuales de las redes sociales constituyen un espacio público de culto o ritual?
- 2) ¿Quiénes habitan este espacio público de culto y de qué forma lo hacen?

Para responder estas preguntas haremos constantemente extrapolaciones de lo asentado en las primeras páginas con respecto al oráculo y además agregaremos otras categorías, sustentadas en diferentes líneas del pensamiento como inscribir las redes sociales en la sociedad de la información y los códigos que existen a su alrededor, las reconfiguraciones contemporáneas de lo público y privado y la ubicuidad de los usuarios.

Redes sociales en la sociedad de la información

Habíamos visto con el oráculo de Delfos que la sociedad griega era

una sociedad en constante búsqueda de información, pero no cualquier tipo de información, debía ser valiosa, útil, y que solo podía ser garantizada si provenía de la voluntad divina en forma de respuesta, para luego ser compartida o socializada al resto del grupo social al que pertenecía el consultante; lo cual, devela la falsedad de aquello que la nuestra, hablamos de la contemporánea, es la sociedad de la información pues, “en rigor, toda sociedad por el hecho de serlo es de comunicación e información. Lo que varía es, sobre todo, el carácter y la dimensión de la información y de la comunicación, y los cambios que en cada época y sociedad han afectado y afectan a las formas de relacionarse, de vivir, de aprender y de trabajar” (Gómez Mompert, 2002:52).

Si en Delfos la información era trascendental, en las redes sociales virtuales es superabundante (inconmensurable dijimos antes, al referirnos a la labor de la pitonisa),

■ 1 La relación de ambos términos está en función de no calificar y cualificar el tipo de información que circula en las redes sociales virtuales.

y sin duda alguna es también importante para quienes se circunscriben a esta información, pero la misma responde a situaciones cotidianas, consejos, coplas, frases y estados de ánimo donde sobresalen los adjetivos y las expresiones coloquiales que transitan entre la oralidad y la escritura (Cfr. Narváez, 2005:207), aunque no en el mismo nivel que dentro de un chat; de esta forma la importancia sobre un tema se construye no por lo que allí se dice sino por la cantidad de comentarios que genera.

Por otro lado, los datos que circulan en estas redes, como la Facebook, por ejemplo, es equiparable a la ambigüedad de las predicciones hechas por la pitonisa de Delfos, no tanto por el lenguaje figurativo que con seguridad se empleaba en el oráculo, sino porque el nivel cognitivo de las cajas de texto que hay dentro de estas plataformas se reduce a un promedio de cien caracteres, a pesar de que el programa no limita la cantidad de texto que se puede escribir, como vimos, la misma constituye una suerte de información de tránsito, que sirve de manera referencial y temporal.

Otro aspecto que debemos analizar es el parangón que existe entre los sacrificios ofrecidos en Delfos y el material que circula en las redes sociales.

Habíamos mencionado el aspecto narcisista que había detrás de cada ofrenda. Pues bien, dentro de las redes sociales virtuales el equivalente a estos cabríos es, sin duda, el material gráfico que se brinda, iconicidad lo llama Ancizar Narváez, de igual forma, para ser consumido por el oráculo, para alimentarlo.

Las hecatombes en este espacio sí se ajustan a lo que el término señala, el sacrificio de cien reses u otros animales a una deidad, pues Facebook permite subir hasta doscientas fotografías por cada álbum creado.

Otra diferencia está en que mientras el animal representaba la proyección de la culpa que sirve de alimento al dios, las imágenes connotan la proyección de la persona en un estado de éxtasis, de placer (vinculado al entusiasmo como veremos más adelante) que quiere perpetuarse y permanecer en un

reflejo virtual, que sea posible generar tantas veces como sea necesario y considerando que no constituye un reflejo exclusivo sino colectivo, pues “el mundo es un inmenso Narciso en el acto de pensarse a sí mismo” (Ciriot, 2006: 328).

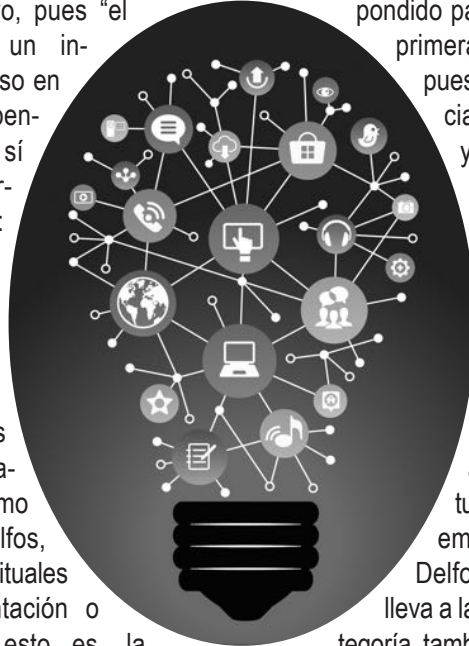
Finalmente tenemos que la información de las redes sociales, lo mismo que en Delfos, son “formas rituales de representación o recreación, esto es, la puesta en escena de los mitos originales ya sean los de la tribu, los de la nación o los nuevos mitos de la sociedad de masas” (Narváez, 2005: 208), esto, por supuesto es un criterio epistémico, ya que vemos que esta información no puede abstraerse de su entorno, tal como lo comprobamos al ver que el sistema remite información acerca de películas, personajes de

televisión y demás elementos propios de la cultura de masas.

Hasta el momento hemos respondido parcialmente la primera pregunta, pues las redes sociales constituyen un espacio público de culto en la medida en que emplean un lenguaje mediático que se ajusta al lenguaje ritual o simbólico empleado en Delfos, lo que nos lleva a la siguiente categoría, también pertinente para responder a esta pregunta.

Reconfiguraciones contemporáneas de lo público y privado

Empecemos señalando lo siguiente: lo mismo que Delfos, estas redes no son un espacio abierto a cualquiera, hace tres mil años las condiciones de acceso eran políticas, hoy simbólicas.



Las nuevas redes precisan usuarios con un capital cultural incorporado, en términos de Bourdieu, esto significa que tanto las condiciones familiares como escolares deben contribuir o facilitar a los futuros usuarios el acceso a estas redes sociales virtuales.

Lo que sí cambia, y debemos tener en cuenta en este momento, es que si lo público es un campo de disputa, un espacio de tensión, cuando hablamos de las redes sociales lo es en la medida en que los actores o usuarios no compiten entre ellos por apropiarse del espacio sino compiten consigo mismos por sobrevivir dentro de este espacio, puesto que la cantidad de inmoliciones o predicciones que realicen darán cuenta de su existencia.

Además, las tensiones se ven minimizadas, y hasta cierto punto anuladas, puesto que las dimensiones económicas y políticas que son las causantes de las disputas por el campo, no son percibidas con claridad por los usuarios, y de hecho su lógica está velada al

punto de que se consideran a estas redes sociales un espacio público libre, democrático, y sin mayores restricciones que las de tipo simbólico.

Esta ilusión de neutralidad de las redes sociales es la causante de esto que Leonor Arfuch llama la “intimidación pública” y ha hecho posible que la relación entre lo público y lo privado “se intersequen sin cesar, en una y otra dirección: no solo lo íntimo/privado saldría del cauce invadiendo territorios ajenos, sino que también lo público, en sus viejos y nuevos sentidos, tampoco alcanzará todo el tiempo el estatuto de la visibilidad” (Arfuch, 2002: 132).

Para concluir esta parte, cuando hablamos de espacio público debemos pensar en quienes lo habitan, y por consiguiente la manera en que este espacio ofrece cabida a sus usuarios. En este sentido sabemos que su crecimiento se debe a que cada vez más jóvenes se inscriben en ella (Cfr. Albornoz, 14), lo que nos conduce a nuestra siguiente categoría.



Ubicuidad de los usuarios de las redes sociales

Para hablar de manera específica de los usuarios de Facebook, recordemos el papel de la Pitonisa en el oráculo. Era una mujer llamada a clarificar la voluntad divina, a mediar tal vez sea el término más apropiado, entre las visiones enviadas por el dios Apolo y el consultante, pues, como dijimos, sus interpretaciones eran famosas por su ambigüedad, y es que para lograrlas sabemos que entraban en un estado de delirio, de arrobamiento, de **enthusiasmus**.

Cuando nos trasladamos a Facebook, la tentación de identificar las pitonisas y los consultantes no nos lleva a nada, pues en este espacio, estos dos actores se han fusionado en uno solo, lo prueba esta “adhesión fervorosa que mueve a favorecer una causa o empeño” de los usuarios y que, cosa extraña, equivale precisamente a la definición del entusiasmo que denotan, más que los rostros felices de cada usuario, elementos de la iconicidad vista anteriormente, la cantidad de comentarios e imágenes que se

suben periódicamente en esta red, haciendo uso de las escalas de cooperación ya señaladas antes; no de otra forma se respondería a esta pregunta planteada por Rheingold: “Con todos los peligros, amenazas y escollos de la tecnología de las multitudes inteligentes, ¿por qué nos molestamos en desarrollarla?” (Rheingold, 2002: 233) y nosotros agregaríamos con tanto entusiasmo.

Finalmente, otro aspecto que nos llevará a responder la segunda parte de la pregunta: ¿quiénes habitan este espacio público de culto y de qué forma lo hacen?, es analizar el muro, que es como se denomina al espacio que administra cada usuario de Facebook.

Al respecto debemos empezar diciendo que el registro de comentarios se almacena por alrededor de ocho meses, no obstante, los usuarios ingresan a esta red no para tener una memoria de lo ocurrido, sino para conocer, lo mismo que en Delfos, la historia o el entorno de alguien, pues esta información posibilitaba el control sobre nuestras propias vidas y sobre la vida de los demás, recordemos

que el oráculo era usado con fines políticos y bélicos, en definitiva vitales para abreviar.

Hoy el usuario de Facebook utiliza esta información de la misma manera, pues es parte de una estrategia de sobrevivencia diaria, de sentirse parte de un grupo, de habitar un espacio común con otros, lo que por supuesto es también un uso vital de la información, pero un uso inmediato o de corto plazo, pues esta información, ya lo habíamos señalado antes, estaría dentro de una función referencial del lenguaje, de tránsito para ser más precisos.

Todo esto, sumado a la superabundancia de comentarios y de imágenes provoca una devaluación de la memoria y, por consiguiente una des-espacialización del cuerpo de la ciudad (Cfr. Martín Barbero, 2002:32) y es cierto, pero talvez sea necesario pensarlo alrededor de un principio de ubicuidad distorsionado, añadiríamos, de los usuarios, quienes estarían presentes en distintas redes al mismo tiempo, y ello permite entender las cualidades míticas que tendría Facebook como espacio público, como ciudad hecatombe.

BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz, Belén (2008) "Privacidad, Internet social y políticas públicas en América latina y el caribe". Ponencia presentada en el tercer foro de Gobernanza de Internet, noviembre-diciembre (mesa e-privacy en Latinoamérica) en Hyderabad-India.
- Arfuch, Leonor (2002) Público/ privado/ político: Reconfiguraciones contemporáneas. [en Grímate-Wells, Adrián, et al. La comunicación política. Transformaciones del espacio público] Barcelona: Gedisa editorial.
- Ciríol, Juan Eduardo (2006) Diccionario de símbolos. Barcelona: Ediciones Cirola.
- Eliade, Mircea (1999) Historia de las creencias y las ideas religiosas I. Barcelona: Paidós Orientalia

- Habermas, Jürgen (1986) Historia y crítica de la opinión pública. México: Ediciones C. Gili.
- Harris, Marvin (2004) Nuestra especie. Madrid: Alianza Editorial.
- Gómez Momparr, Josep Lluís (2002) El campo mediático y la sociedad de la información (en Chomsky, Noam, et al, Los límites de la globalización). Barcelona: Ariel
- Narváez, Ancízar (2005) Cultura política y cultura mediática. Esfera pública intereses y códigos (en Bolaño, César, Mastriani, Guillermo, Sierra, Francisco, ed. Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana). Buenos Aires: La crugía ediciones.
- Martín Barbero, Jesús (2002) Jóvenes: des-orden cultural y palimpsestos de identidad (en Cubides, Humberto, Laverde, María Cristina, Valderrama, Carlos Eduardo, ed. Viviendo a toda) Bogotá: Siglo del hombre editores.
- Rheingold, Howard (2004) Multitudes inteligentes. Barcelona: Gedisa editorial.
- Virgilio (1998) La Eneida. Madrid: Edimat Libros.

Netgrafía

- <http://www.rae.es/rae.html> Acceso 04/04/2014
- <http://www.facebook.com/login.php> Acceso 04/04/2014
- <http://www.orkut.com> Acceso 04/03/2014

* **Edison Lasso Rocha.** Maestro en Ciencias Sociales por Flaco. Docente en la Universidad de las Américas. Actualmente cursa el doctorado en Literatura hispanoamericana en la Universidad Andina Simón Bolívar.