

La negación es un arma cargada de soledad

Publicado el 28 de mayo

Escribe [Bernardo Borkentzain](#) en [Posturas](#)

🕒 6 minutos de lectura

Un fantasma recorre las redes sociales: es el fantasma del deseo mimético, que nos aliena de nuestra propia voluntad y nos hace rehenes de la ajena.

El *homo rete*¹ ha llevado el concepto del deseo mimético de René Girard a extremos inimaginables, convirtiéndose en una máquina impulsada por deseos compulsivos, especialmente hacia objetos de consumo. Nos obsesionamos con dicotomías vacías como marcas de teléfonos, fragancias o bandas musicales, tomando partido apasionadamente como si fueran enemigos mortales entre sí.

Juego de inconsecuencias

Este juego de exclusión no es algo nuevo; el fútbol, la política y la religión han planteado polaridades excluyentes desde hace tiempo, donde el “otro” es visto como execrable, malvado o impuro. Sin embargo, nunca habíamos llegado a un punto global en el que se siente que cualquier persona con pensamientos o sentimientos diferentes debe ser eliminada del panorama social.

Por un lado, resulta complicado debido a la influencia de las redes y los medios, que nos mantienen constantemente visibles según nuestro deseo, que, irónicamente, no suele ser el nuestro, sino el de otro.² Sin embargo, también posibilitan la tan mencionada “cancelación”, una herramienta que representa la máxima expresión de la cobardía al negar algo, ya que se lleva a cabo desde el anonimato de una cuenta sin identificar. Aquellos que promueven esta acción lo hacen desde la impunidad de lo inaccesible.

La serie *Black Mirror* presentó en la tercera temporada un episodio brillante llamado “Juego de consecuencias”. En este episodio se mostraba una red similar a X/Twitter donde surgía una

dinámica de señalamiento y eliminación de individuos aparentemente al azar, quienes eran votados para su desaparición y luego encontrados muertos. Se revelaba que aquellos que habían votado eran responsables, y se convertían en los siguientes blancos, pagando así su deuda kármica. Aunque dista mucho de la realidad, donde rastrear las huellas digitales (legalmente) es complicado (a menos que se cuente con una fiscal complaciente o el caso sea muy relevante), los canceladores se sienten “empoderados”.

En contraste, están aquellos “defensores de la libertad” (en este caso la libertad de expresión) que se horrorizan ante la idea de censurar cualquier comentario en cualquier circunstancia, incluso si resulta ofensivo. A causa de sus propios principios contrarios a la cancelación, optan por otro tipo de negación al ridiculizar al otro para desacreditarlo.

El fenómeno del “domo de cristal” refuerza el juego, ya que implica rodearse en las redes de personas con pensamientos similares, lo que sólo contribuye a reforzar los prejuicios y alimentar la sensación de “justicia” al negar las opiniones contrarias.

Como alguien que experimentó personalmente esta dinámica perjudicial con consecuencias significativas en 2014, puedo dar fe de que es importante tener en cuenta que este comportamiento no sólo afecta al individuo que lo perpetúa, sino que también amplifica la violencia.

Debido a que las balas digitales no causan daño físico, la violencia se ejerce impunemente hasta cruzar ciertos límites legales donde la Justicia puede intervenir (si lo hace). Sin embargo, por debajo de ese umbral legal se puede infligir un gran daño. Es demasiado preocupante. Surge la pregunta: ¿cómo se genera esta violencia?

Con un gran clic viene una gran responsabilidad

Afortunadamente, hay quienes, al margen de las ideas difusas del socioconstructivismo identitario y del determinismo libertario, han reflexionado sobre esto antes que nosotros y nos permiten apoyarnos en sus hombros de gigantes. No generará sorpresa que recurramos una vez más a Girard, pero acompañado por los igualmente brillantes Nicholas A Christakis y James H Fowler.³

En términos simples, el modelo del deseo mimético de Girard plantea que el deseo no surge directamente en el individuo con respecto al objeto deseado, sino que hay un agente mediador que “enseña” a anhelar ese objeto. En las redes sociales, esto ocurre de forma masiva y rápida, llevando a grandes grupos de personas a sentirse impulsadas hacia lo mismo simultáneamente.

Apoyá nuestro periodismo.

[Suscribite](#) por \$220/mes

Cuando se trata de un producto de consumo, esto se traduce en ventas para el vendedor, pero en homogeneización y pérdida de individualidad para los consumidores, ya que la estandarización de

gustos difumina, o incluso elimina, las características distintivas de cada uno. A medida que esta pérdida de diversidad progresa, se uniformizan más las formas en que los grupos se ven y piensan, volviéndose más sensibles a los estereotipos.

Cuando el objeto de deseo es una persona (nada más humano que “desear deseos”, ser el objeto de otro), la creciente cantidad de seguidores los hace susceptibles de ser manipulados, surgiendo así la figura del “influencer”, aquel que tiene literalmente el poder de influir, de moldear y dirigir los deseos y voluntades de otros.

Comprar lo que no sé si necesito, pero quiero

En este punto es que Girard ubica la génesis de la violencia social: dado que la multiplicidad de deseos es imposible de satisfacer al mismo tiempo (especialmente cuando se contraponen, como en el caso de dos equipos rivales en un partido de fútbol o en política), se genera insatisfacción, la que deviene en frustración que, finalmente, se manifiesta como violencia. Esta violencia tiende a dirigirse hacia donde estos mismos “influencers” señalan.

Lo que es aún peor es que, cuando la influencia del deseo ajeno es lo relevante, y no lo que se compra, la persona adquiere cosas para obtener la aprobación de un líder, no porque realmente desee lo que está comprando. Esto hace que el acto de adquirir no produzca ningún placer, lo cual resulta frustrante y lleva a repetir el ciclo con cada vez menos resistencia interna. Con el tiempo, la persona renuncia en cierta medida a su voluntad, quedando subordinada al modulador mimético del deseo.

Cuando se trata de comprar un perfume o un teléfono celular, la gravedad de la situación dependerá de la relación entre el gasto realizado y los recursos disponibles de la persona. Sin embargo, si lo que se “compra” es una ideología basada en una definición negativa,⁴ nos enfrentamos a un problema más profundo.

A veces prefiero no escuchar lo que pienso

Resolver este dilema no es tarea sencilla, ya que los “influencers” son conscientes de que, para mantener comprometida⁵ a su audiencia, necesitan aumentar la apuesta. Aprovechan la frustración generada para redirigirla nuevamente hacia el mismo objetivo. En resumen, enseñan de manera mimética a detestar a una persona, grupo o institución en particular. En otras palabras, identifican un chivo expiatorio.

Aprovechan la frustración generada para redirigirla nuevamente hacia el mismo objetivo. En resumen, enseñan de manera mimética a detestar a una persona, grupo o institución en particular.

La misma dinámica que origina la violencia logra utilizarla estratégicamente en pos de un propósito compartido (no se puede evitar recordar “los dos minutos de odio” de 1984), llevando la situación a un punto inflamable con una rápida escalada hacia lo explosivo.

En este punto es donde las investigaciones de Christakis y Fowler ayudan a comprender otro aspecto del fenómeno, ya que descubrieron que el mecanismo va más allá de la influencia directa del deseo mimético entre líder y seguidor. Cada individuo forma parte de un grupo y estos grupos también operan mediante el mecanismo propuesto por Girard; por ejemplo, si un grupo tiene problemas de sobrepeso (apoyado por datos estadísticos), es más probable que los individuos adquieran esa condición.

Además, la capacidad de influencia de una persona no se limita sólo a sus amigos, sino que se extiende hasta tres grados en total, alcanzando incluso a amigos de amigos de amigos. Esto crea un efecto de amplificación significativo para alguien que está predicando, por ejemplo. Y si lo hace con el fervor del converso reciente, más aún. Pensemos en la explosión de negacionistas, antivacunas o terraplanistas que ocurrió en la pandemia, estos recién llegados al mundo de usar un sistema para posar de antisistema. Es decir, usar las redes sociales para criticar el sistema capitalista que las genera y mantiene con sus instituciones.

Es fácil imaginar cómo una ideología basada en el odio puede encontrar un terreno fértil en esta dinámica. Sin embargo, lo más sorprendente es que alguien influenciado por el tercer grado “compre” el mensaje sin darse cuenta de que fue propagado simplemente porque alguien más quería satisfacer los deseos del originador.

Peor aún, es muy probable que este último eslabón en la cadena haya actuado por la misma razón, aumentando así el potencial de difusión de estas ideas al deslocalizar el deseo mimético dentro de una red en expansión.

Este fenómeno genera dogmatismos sin un líder visible –algo bastante novedoso–, lo que permite que cada nodo en la red opere bajo la ilusión de poder llegar a ser líder. Es evidente que las redes funcionan con la idea de que todos podemos ser relevantes, lo cual se traduce en tener muchos seguidores y significa que uno puede convertirse en un modulador y no ser el objeto del deseo imitativo, y por otro lado, nuestra influencia se extiende desde los niveles más básicos hasta, en teoría, una cantidad infinita de niveles.

Y como estamos durmiendo, el alma nos están robando

Hay algo positivo en medio de tantas noticias negativas: cuando alguien se da cuenta de que está actuando según el impulso inconsciente del deseo mimético, dar el primer paso para liberarse de él.

Si pudiéramos dejar atrás la tendencia a rechazar a aquellos que son diferentes, y en su lugar aceptar que alguien con opiniones distintas no es necesariamente ignorante o malvado, y ser capaces de entablar un diálogo, la sociedad podría reducir sus niveles de violencia. Como esto lo saben los desarrolladores de algoritmos en las redes sociales, hacen todo lo posible para fortalecer el impulso mimético y evitarlo.

Los subtítulos extraídos de la canción “Mario Neta”, de El Cuarteto de Nos, que es un himno al sufrimiento mimético y cómo resistirlo, permiten tanto rendir homenaje a su genialidad como recomendarla para comprender que “Y un tipo hablando con lenguaje complicado / Dice que sólo queremos estar ocupados / Para no ver la realidad, y la vida tal cual es / Y que hay que terminar con tanta estupidez...”.

Bernardo Borkentzain es comunicador y crítico de arte.

-
- <https://ladiaria.com.uy/opinion/articulo/2024/1/las-trampas-mimeticas-del-deseo/> ↵
 - Esto es lo que demostró René Girard con su modelo del “deseo mimético”: deseamos lo que otros nos enseñan a desear. ↵
 - *Conectados*, Christakis, N, Fowler, J, Taurus, España, 2010. ↵
 - Es decir, que se define como la negación de otro, “no comunista”, “ateo”, “antisionista”. Esto le asigna al negado la condición de no humano, porque no pertenece al domo de cristal, aunque sea lo que le dé coherencia. ↵
 - Con la magnitud de medida *engagement*, las redes como Instagram o X/Twitter asignan valor a las cuentas para invertir en ellas promoviéndolas u ocultándolas. ↵