Deseo mimético: una economía del espacio y la identidad.

Azul C. Araujo.
Universidad Nacional de Mar del Plata. Grupo FHES.

Resumen:

En continuidad con mis trabajos anteriores sobre el deseo mimético en René Girard, este proyecto busca explorar cómo dicho deseo interviene en la producción de identidad y en la configuración de espacios de intercambio, tanto materiales como simbólicos. En mi investigación previa analicé cómo ciertas figuras -el héroe y el tirano- funcionan como polos que concentran y distribuyen el deseo colectivo, y cómo este movimiento afecta nuestras necesidades, nuestros vínculos y nuestras formas de percibir el valor. En esta oportunidad me gustaría detenerme más, en algo que no parece central en mi otro trabajo pero me interpela mucho y es en la cerámica que, si bien este fue un ejemplo y podría ser cualquier otro objeto, creo que se acomoda muy bien a la idea de lo que quiero trabajar. La cerámica, en sus varias cualidades -material, simbólica, técnica, estética y comunitaria- la vuelve especialmente adecuada para adentrarnos en la relación deseo, identidad y circulación de objetos. Dado esto, retomo el planteo de Alicia Poderti en *Mujeres en rebelión*, donde se describe cómo, durante la revolución de Túpac Amaru, ciertas mujeres privilegiaron lenguajes no discursivos -la cerámica, el canto, la interpretación de sueños- como modos de sostener prácticas colectivas y entramados identitarios. Lejos de considerar estas prácticas como puras, originarias o ajenas al deseo mimético, me interesa problematizar precisamente esa dimensión no transparente, preguntando cómo circulaba allí el deseo, qué formas de reconocimiento y rivalidad habilitaban y qué tipo de vínculos producían.

Así, la pregunta no es si esas prácticas eran “auténticas” mientras que las nuestras serían “corrompidas”, sino cómo muta la estructura del deseo cuando los objetos y las identidades que produce se desplazan de un régimen de intercambio situado -corporal, comunitario, narrativo- hacia uno globalizado, digital y profundamente mediado por lógicas de mercado. Habíamos pensado en el anterior trabajo, el rol físico que se ocupaba durante el trueque y el rol impersonal que tiene la acuñación de la moneda con el fin de observar una transformación en los modos de legitimación del intercambio. En esta investigación quisiera prolongar ese movimiento hacia un tercer espacio: las plataformas digitales de consumo. Allí el intercambio se vuelve aún más abstracto: ya no basta con poseer dinero, sino que alcanza con portar un nombre de usuario y la capacidad de acceder a catálogos globales donde objetos singulares -como piezas de cerámica- aparecen desvinculados de su procedencia, su historia y su comunidad de producción.

Bajo este contexto, cabe preguntarse cómo opera hoy el deseo mimético. Ese impulso que, como afirma Girard, nos conduce a desear lo que otros parecen desear, ¿se intensifica cuando los objetos circulan sin narrativa, sin cuerpo y sin memoria? ¿Puede ese deseo, cuando se autonomiza y se vuelve masivo, llevarnos a formas de indiferencia? ¿Qué sucede cuando objetos cuya singularidad depende de su inscripción en una práctica situada -como la cerámica artesanal- son consumidos a través de plataformas como Temu o Shein? Más que un posible empobrecimiento cultural, este fenómeno podría iluminar transformaciones más profundas: modos nuevos de producir identidad, de construir comunidad, de articular presencia y ausencia, visibilidad y anonimato. Lejos de asumir que en esta transición solo se pierde algo, también será necesario interrogarnos por nuevas formas de encuentro o de producción simbólica que emergen en los espacios digitales, incluso si no implican la presencia física del cuerpo. El problema no es únicamente la virtualidad, sino la lógica económica que organiza la circulación de los objetos y, con ellos, la orientación del deseo. Este trabajo, en suma, se propone indagar cómo el deseo mimético participa en la configuración de identidades contemporáneas, cómo se reconfiguran las nociones de singularidad y valor en los entornos digitales, y qué se transforma -o qué queda en suspenso- cuando los objetos que sostienen nuestras prácticas comunes ingresan en circuitos globales de consumo masivo.

Contextualización:

Para enmarcar esta investigación, retomo algunos puntos centrales de la teoría del deseo mimético de René Girard. Su planteo parte de que el deseo nunca es completamente propio: se configura socialmente a través de modelos que admiramos, imitamos o rivalizamos, y es esa estructura la que influye en nuestras formas de valorar objetos, imaginar identidades y vincularnos con otros. El deseo, entonces, no solo orienta lo que buscamos, sino también quiénes intentamos ser. En ese sentido, la presencia del cuerpo, el encuentro y la visibilidad tuvieron históricamente un papel fundamental en la mediación del deseo; sin embargo, estos elementos se transforman cuando el deseo se vuelve más abstracto, como sucede con el dinero o con los intercambios mediados por plataformas digitales. Autores como Fredric Jameson, al analizar la lógica cultural del capitalismo tardío, señalan que en las economías globalizadas los objetos circulan despojados de contexto, como signos que se consumen por su pura disponibilidad. Este desplazamiento nos permite preguntarnos cómo cambia la experiencia del deseo —y por lo tanto la construcción de identidad— cuando los objetos dejan de estar ligados a un espacio, un cuerpo o una comunidad, y pasan a formar parte de un flujo impersonal y global.

Transacciones en las estrategias de resistencias y en los usuarios de la virtualidad:

Mujeres en rebelión es un texto breve que nos ofrece Alicia Poderti con la intención de revisar cómo ha sido la producción historiográfica con las mujeres. Entre tantos ejemplos que podrían explayarse, la autora nos acerca a los roles femeninos durante la revolución de Túpac Amaru entre los años 1780 y 1782. La relevancia del texto de Poderti para este trabajo radica en analizar las prácticas que ejercen las mujeres durante la revolución -prácticas que por supuesto estaban desde antes de la revolución pero que durante, toman un rol aún más central-. Las prácticas cerámicas, las lecturas oníricas, los cantos, la confección de trajes dicen más y perduran más en el tiempo que cualquier palabra hablada. La lucha durante la revolución fue una de carácter ideológico e identitario. Mientras que mujeres como la esposa -Micaela Bastidas Puyucawa- o la prima de Tupac Amarú lideraban tropas y orquestaban estrategias de batalla, sucedía en simultáneo la querella de un indio que dijo matar a su mujer porque "el diablo" la había tentado. Mientras que mujeres relataban en cuencos de barro su historia para que no fuera olvidada, había hombres y mujeres indios que se vestían como mujeres hispanas para así salvar su propia vida o tener una mejor posición social; su mundo se dividía y los indígenas fueron al mismo tiempo, perpetradores y víctimas de los actos y la violencia que generaba la colonización "(...) cualquier traje es útil si se trata de salvar la vida." (Poderti, 23). Paralelamente cabe aclarar que, dentro de los trajes o la vestimenta no podemos subestimar la presencia de los accesorios ornamentales que designaban roles y estatus sociales, ya sea dentro y fuera de combate.

Contextualizar lo sucedido en la batalla resulta importante para dimensionar el valor simbólico y narrativo que puede concentrar una simple vasija. Si pensamos estas prácticas como espacios colectivos en los que circulaban modelos de prestigio, reconocimiento y legitimidad -pero también formas de organización para la supervivencia y la resistencia- entonces no es difícil suponer que el deseo mimético operaba allí orientándose no solo hacia objetos materiales, sino también hacia posiciones simbólicas dentro del grupo: la habilidad para interpretar sueños, la destreza necesaria para producir determinadas piezas, la capacidad de sostener un tejido ritual o incluso de guiar una acción colectiva como las batallas. Esto sugiere que existían también formas de rivalidad -no necesariamente violentas- pero sí competencias simbólicas que configuraban jerarquías internas.

Como mencionamos al principio, la intención de este trabajo no es identificar que la forma de establecer la identidad durante la revolución de Tupac Amarú es más auténtica que la nuestra, pero necesariamente surgen algunos interrogantes al respecto. En el trabajo anterior, establecimos una comparación entre los comportamientos y nuestra manera de relacionarnos que surgen anterior y posteriormente a la acuñación de la moneda como mecanismo de intercambio. Pensamos también en la disrupción narrativa que produce intercambiar objetos

o servicios por dinero, es decir, hay una desvinculación entre el objeto y su procedencia. ¿Pero qué sucede cuando planteamos a las plataformas digitales como un tercer espacio? En primer lugar, habría que considerar que estos espacios no solo modifican el modo en que circulan los objetos, sino también el modo en que circula el deseo. En prácticas como las que describe Poderti -la cerámica, el canto, la interpretación de sueños o la lucha en combate- la identidad no estaba garantizada por una esencia previa, sino que se tejía en una trama colectiva atravesada por competencias, prestigios y tensiones internas. Es decir: también allí operaba el deseo mimético, orientado no solo hacia los objetos materiales, sino hacia posiciones simbólicas dentro del grupo. Sin embargo, cuando ese mismo deseo se desplaza hacia plataformas digitales, ingresa en un régimen mucho más abstracto. Como menciona Jameson, al caracterizar la lógica cultural del capitalismo tardío, las formas simbólicas tienden a perder profundidad histórica y a circular como signos desanclados de su contexto original. Su diagnóstico, permite comprender por qué objetos que dependen de su singularidad -como la cerámica artesanal- pueden reaparecer en estos espacios convertidos en mercancías intercambiables, clasificables y reproducibles al infinito. La pregunta que se abre, entonces, no es solamente qué se pierde y qué se gana en este tránsito, sino cómo se reconfigura el deseo cuando deja de orientarse hacia prácticas situadas y pasa a operar dentro de un circuito global que privilegia la visibilidad, la inmediatez y la disponibilidad permanente.

Una vasija precolombina y un jarrón de porcelana en Temu:

Cuando una pieza artesanal ingresa a circuitos globales de distribución -como plataformas masivas de venta- su circulación ya no depende de la historia que la sostenía en su comunidad de origen. La pieza se vuelve un objeto descontextualizado cuya materialidad permanece, pero cuya carga simbólica se diluye. Esto implica que el objeto puede ser consumido sin que importe quién lo produjo, cómo, para qué o dentro de qué sistema de sentidos fue concebido. Teniendo en cuenta la salvedad de los *detalles* ecológicos o elitistas que este proceso arraiga, nos centraremos en otras de sus consecuencias. En este proceso donde se pierde la singularidad que hace que esa pieza sea lo que es: su vínculo con una tradición técnica, las manos que la trabajaron, el uso ritual o doméstico que la definía. También se pierde su inscripción comunitaria, es decir, el entramado de relaciones donde esa pieza funcionaba como signo de identidad, pertenencia o prestigio. Y, finalmente, se pierde la memoria del objeto: deja de ser un portador de historia y se vuelve una mercancía intercambiable. Si establecimos que aquello que expresa el deseo mimético es estatus, es poder, prestigio y el dinero solo como un medio para conseguir todo lo anterior, ¿en donde queda lo simbólico de los objetos? Ante la alienación que produce la mercantilización, ¿es la pérdida de memoria cultural una consecuencia o un acto necesario para sostener el sistema?

Paralelamente, ¿qué ganamos en este proceso de expansión de los espacios digitales y masivos? ¿Cómo se sostiene la identidad en relación con estos cambios? Si seguimos la línea girardiana, esta pérdida de singularidad no solo afecta al objeto, sino al modo en que se orienta el deseo hacia él. Entonces, en primer lugar, podemos afirmar que los espacios digitales generan otros modos de encuentro, que no se limitan a la virtualidad, sino que dialogan y se articulan con el mundo real. Aunque estos espacios nos ofrezcan objetos cuya carga simbólica "original" -si es que alguna vez la tuvieron como tal- parece degradarse, esto no implica que dichos objetos carezcan de nuevas formas de significado. Las condiciones materiales de acceso al estatus o al sentido de pertenencia se vuelven más amplias bajo estas dinámicas. La accesibilidad, impulsada por la masividad digital, habilita un "lujo" de pertenencia que antes estaba restringido; objetos que condensan prestigio, identificación o adhesión cultural pueden ahora ser obtenidos por sujetos que, sin esta mediación tecnológica, difícilmente podrían acceder a ellos. ¿Puede haber identidad sin un soporte material? Si la accesibilidad a dichos objetos resulta tan sencilla, ¿se vuelve más insaciable el deseo?

Conclusión:

En definitiva, el recorrido realizado permite advertir que el deseo mimético no desaparece en los entornos digitales, sino que se reorganiza, reorienta y adquiere nuevas modulaciones que inciden directamente en la producción de identidad y en la forma en que valoramos los objetos. Las prácticas situadas, corporales y comunitarias -como aquellas asociadas a la cerámica en el contexto de la revolución de Túpac Amaru- muestran que los objetos podían sostener narrativas compartidas y vínculos concretos; sin embargo, su circulación en plataformas globales como Temu o Shein no implican simplemente una pérdida, sino una transformación de los modos en que lo simbólico se produce y se distribuye. Allí donde la procedencia se opaca, emergen otros sistemas de pertenencia y reconocimiento, más accesibles pero también más volátiles, capaces de otorgar estatus sin exigir arraigo. Comprar una vasija a través de un catálogo digital no solo evidencia cómo el deseo opera sobre objetos desanclados de su historia, sino también cómo nuestras identidades se configuran hoy en la tensión entre singularidad y masividad, entre invisibilidad y visibilidad, entre memoria y algoritmo. En este escenario, lo que permanece en tensión es la forma en que podremos imaginar comunidades capaces de articular vínculos significativos dentro de circuitos cada vez más desarraigados. La masividad digital redefine no sólo la circulación de los objetos, sino también la manera en que estos sostienen –o dejan de sostener– las tramas de sentido que antes nacían de prácticas situadas.

Bibliografía:

- **Girard, R.** (2005). *Los orígenes de la cultura* (A. M. Moix, Trad.). Anagrama. (Obra original publicada en 1978).
- **Poderti, A.** (2018). *Mujeres en rebelión. Lenguajes, política y comunidad en la insurgencia andina*. Editorial de la Universidad Nacional de Córdoba.
- **Jameson, F.** (1991). *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*. Duke University Press.
- **Shell, M.** (2014). *La economía de la literatura*. Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 1978).