

## Lo sagrado y la violencia en el ecosistema de comunicación digital

Isaac Nahón Serfaty\*

<https://orcid.org/0000-0002-2666-3641>

*Department of Communication, University of Ottawa, Ottawa. Canadá.*

inahonse@uottawa.ca

**Fecha de finalización:** 2 de abril de 2024.

**Recibido:** 2 de abril de 2024.

**Aceptado:** 26 de febrero de 2025.

**Publicado:** 10 de abril de 2025.

**DOI:** <https://doi.org/10.26422/aucom.2025.1402.nah>.

### Resumen

Las categorías de lo sagrado y la violencia están en el centro del pensamiento de René Girard. Tanto su teoría del “chivo expiatorio” como su visión sobre la indisoluble relación entre lo sagrado y la violencia sirven de claves conceptuales para estudiar la comunicación en las plataformas digitales, especialmente desde la perspectiva de una exuberante difusión de lo visualmente grotesco y lo empalagosamente sentimental en la estética de las redes digitales. En este texto proponemos el desarrollo de un esquema teórico que permite una lectura neomítica y neorreligiosa de la comunicación en el ecosistema digital, además de reflexionar sobre su aplicabilidad en distintos campos de estudio desde las representaciones grotescas del cuerpo humano hasta el análisis de nuestras emociones con respecto a la naturaleza y los animales no humanos.

**Palabras clave:** religión, mito, ecología, redes digitales, sagrado, profano, violencia.



## **The sacred and violence in the digital communication ecosystem**

### **Abstract**

The categories of the sacred and violence are at the center of René Girard's thought. Both his theory of the “scapegoat” and his vision of the indissoluble relationship between the sacred and violence serve as conceptual keys to study communication on digital platforms, especially from the perspective of an exuberant diffusion of the visually grotesque and the cloyingly sentimental in the aesthetics of the digital networks. In this paper we propose the development of a theoretical scheme that allows a neo-mythical and neo-religious reading of communication in the digital ecosystem, as well as reflecting on its applicability in different fields of study from grotesque representations of the human body to the analysis of our emotions with respect to nature and non-human animals.

**Keywords:** religion, myth, ecology, digital networks, sacred, profanation, violence.

## **O sagrado e a violência no ecossistema da comunicação digital**

### **Resumo**

As categorias do sagrado e da violência estão no centro do pensamento de René Girard. Tanto a sua teoria do “bode expiatório” como a sua visão da relação indissolúvel entre o sagrado e a violência servem como chaves conceituais para estudar a comunicação em plataformas digitais, especialmente na perspectiva de uma difusão exuberante do visualmente grotesco e do enjoativamente sentimental na estética das redes digitais. Neste artigo propomos o desenvolvimento de um esquema teórico que permita uma leitura neomítica e neo-religiosa da comunicação no ecossistema digital, bem como refletir sobre sua aplicabilidade em diferentes campos de estudo, desde representações grotescas do corpo humano até a análise de nossas emoções em relação à natureza e aos animais não humanos.

**Palavras-chave:** religião, mito, ecologia, redes digitais, sagrado, profano, violência.

### **Introducción**

Podría parecer extemporáneo o incluso ingenuo plantear el estudio de los comportamientos humanos en las redes digitales en el mundo occidental apoyándose en las claves de primitivas motivaciones religiosas. Se podría decir que un espacio público desencantado y moderno, que se ha ido vaciando de convicciones y prácticas religiosas –al menos desde el punto de vista de las

doctrinas institucionalizadas, como las grandes corrientes cristianas, antes mayoritarias en los países europeos y en Estados Unidos y Canadá– es poco lo que podemos aprender del pensamiento y el sentir religiosos. Sin embargo, en este artículo nos proponemos mostrar el valor que tiene estudiar las dinámicas sociales en las plataformas digitales movilizando las nociones de lo sagrado y de lo profano, con especial énfasis en la relación que lo sagrado tiene con la violencia, como lo estudió en su extensa obra René Girard (1983, 2010; Girard et al., 1978), y sobre la que ya se ha teorizado desde la óptica de la ecología de los medios de comunicación (Rose, 2010).

El mundo occidental ha tenido que enfrentar lo que en términos freudianos podríamos denominar un retorno de lo “reprimido religioso”, a veces en la forma más brutal de la violencia terrorista. En sus facetas fundamentalistas (pensemos en las supuestas motivaciones religiosas de los perpetradores del atentado en Oklahoma City en 1995 (Durham, 1996) o en diversos ataques terroristas en el mundo), la emergencia del radicalismo que sostiene tener inspiración religiosa ha sacudido las convicciones laicistas de los países occidentales. En todo caso, bajo la creencia de haber reservado lo religioso a la esfera privada, las formas de organización política inspiradas por las ideas de la Ilustración pretendieron que el espacio público fuera “religiosamente neutral”. Desde el republicanismo francés (probablemente el más declaradamente no religioso), pasando por la defensa del principio constitucional de libertad religiosa (el mejor ejemplo es el de Estados Unidos) y el multiculturalismo a la canadiense con sus tensiones y contradicciones (Bouchard y Taylor, 2008), las diferentes fórmulas laicistas pretendieron mantener a raya la violencia asociada con enfrentamientos por convicciones religiosas. Esa “ilusión de armonía” se ha resquebrajado ante la espectacular mediatizada violencia de los integristas (e.g., los ataques del 11 de septiembre de 2001) (Alexander, 2006).

Otra forma de comprender el retorno de lo “religioso reprimido” en el espacio público se enfoca en el surgimiento de ideologías que han adoptado retóricas de tonalidad puritana que se presentan como social y culturalmente radicales. En el espectro de lo políticamente correcto y los militantes *woke* (literalmente, los que han “despertado”), se manifiestan convicciones de cualidades cuasirreligiosas con respecto a la lucha contra las injusticias sociales, los derechos de las minorías (sexuales y étnicas) o los desequilibrios medioambientales (e.g., el ecologismo profundo). En su dogmatismo y sus discursos doctrinarios, estas ideologías reproducen los

esquemas de pensamiento y las sensibilidades afectivas de los integrismos religiosos (Moench, 2020).

En este texto proponemos el desarrollo de un marco teórico que permite una lectura neomítica y neorreligiosa de la comunicación en el ecosistema digital. Decimos “neomítica” en el sentido de que a veces, de forma explícita –y otras, implícita–, se recurre a formas narrativas que son parte de tradiciones que han moldeado el imaginario occidental y que retornan bajo las apariencias de las imágenes, de cortos textos y de los icónicos indexadores (emojis) que circulan en las redes. También consideramos neomítico lo que Girard (Girard et al., 1978) llama el velo que los mitos ponen sobre realidades sórdidas, que ocultan más que revelan el origen de lo sagrado en la violencia sacrificial. Hablamos de “neorreligioso” por la función que cumplen ciertas ideologías como sustitutos de esquemas de valores propios del mundo religioso, donde se expresan dogmas y creencias y se asumen actitudes y comportamientos propios del sectarismo.

Comenzamos por establecer el marco conceptual a partir de las ideas de Girard (2010) sobre lo sagrado y del escritor Elías Canetti (1978) sobre los comportamientos colectivos, vinculándolos con un pensamiento sobre la ecología de los medios de comunicación desde una visión espiritualista e incluso apocalíptica (Theillard de Chardin, 1982). Después hacemos una breve genealogía de la resignificación de lo visualmente grotesco en la ecología mediática como forma de reintroducir lo sagrado y lo profano en el espacio público, desencantado del mundo occidental. Enseguida, nos ocupamos del opuesto afectivo de lo grotesco, que es el sentimentalismo *kitsch*, en tanto estética de lo profanamente positivo (Moles, 1977) que rompe las barreras entre el espacio privado y el espacio público.

El texto continúa con una reflexión sobre la validez del análisis sobre lo sagrado y lo profano para estudiar el ecosistema de comunicación digital. De forma paradójica, las dinámicas sacrificiales que se presentan en las redes expresan una necesidad terapéutica que no pretende aminorar, sino anular, las cargas afectivas negativas con la vana pretensión de proteger a los humanos de cualquier perturbación propia de la vida en este mundo (Rieff, 1966).

### **La mimesis y la multitud reconfortante**

Según René Girard (2010), es la mimesis –como proceso de imitación social– la que está en el origen del conflicto humano. Según el escritor francés, el problema no reside en la repetición del comportamiento del otro en sí mismo como forma de aprendizaje y aculturación,

sino en la imitación competitiva por el mismo objeto o sujeto deseado por parte de dos o más personas, que finalmente desemboca en la violencia. La tesis de Girard (2011) es que las sociedades primitivas lograron superar el riesgo de un caos permanente que podía provocar la mimesis exacerbada por la lucha por un mismo objeto/sujeto a través del mecanismo del sacrificio de una víctima propiciatoria y progresivamente fundar las instituciones sociales y políticas. La víctima sacrificada le permitía al colectivo humano externalizar el conflicto y resolverlo a través de una canalización de la violencia sobre una sola persona, a quien se la acusaba de ser la fuente del potencial caos o disrupción de la comunidad (i.e., el origen de la peste o del castigo divino). La comunidad, después de haber sacrificado a la víctima –el típico “chivo expiatorio”, en palabras del propio (Girard, 1983)–, sublimaba el acto catártico a través de su sacralización. La víctima pasaba a ser el carácter o ente fundador (el “padre” o la “madre”) de la comunidad y, en ocasiones, el dios de esta. Y esto, sigue Girard (Girard et al., 1978), se hacía a través de la forma narrativa del mito, que, como mecanismo simbólico, ocultaba el sacrificio inicial de la víctima o incluso ponía toda la carga de la violencia sobre el chivo expiatorio para justamente salvar de toda culpa a la comunidad.

Girard observa una diferencia fundamental entre los mitos antiguos y los relatos bíblicos. En el caso de los mitos de origen primitivo, la víctima es culpable (aunque no lo sea) y es convertida en el epicentro del proceso de catarsis colectiva con el fin de canalizar la violencia mimética. El mito abre dos opciones narrativas: estigmatiza a la víctima o la transforma en héroe con características de fundador o divinas. Pero afirma que pone un velo sobre su origen, oculta la génesis violenta de la sacralización de la víctima. En cambio, en los relatos bíblicos, que para el autor (Girard et al., 1978) llegan a la cúspide reveladora con la pasión de Cristo, la víctima es siempre inocente (i.e., Abel, la primera víctima de asesinato; José, vendido por sus hermanos; Jesús, crucificado). Incluso, en varios momentos de su construcción narrativa, la Biblia pretende superar el sacrificio (incluso el de animales, que era el centro de la práctica judía en el templo) o suprimirlo para siempre con el sacrificio último de Jesús, el que debería terminar con la larga línea de chivos expiatorios en la historia humana.

A la visión de Girard vale la pena agregar, que consideramos complementaria, la perspectiva de Canetti (1978) sobre el sentimiento reconfortante del individuo integrado a la colectividad. Aunque su tesis parte de los fenómenos típicos del siglo XX –como el fascismo, el nazismo y el comunismo–, el autor hace un recorrido por la antropología de los comportamientos

colectivos. Alguien podría suponer que sus ideas, e incluso las de Girard, no serían válidas en un ecosistema mediático en el que el cuerpo humano se ha disuelto en la amorfa virtualidad de las plataformas digitales. Dirían los críticos que los humanos ya no somos parte de colectivos físicos, de cuerpos apretujados, sino de un conjunto de individualidades que buscan hacerse escuchar o ver por la intermediación etérea de las pantallas. En todo caso, argumentarían, el sacrificio colectivo del chivo expiatorio o los comportamientos de masas corresponden a etapas superadas en el “mundo virtual”.

Pero ¿realmente la multitud se ha diluido en el ciberespacio? En su obra magna *Masa y Poder*, Canetti (1978) nos da algunas pistas para responder esta pregunta. Escribió este ensayo teniendo en mente los fenómenos de masas del siglo XX: el nazi-fascismo, derrotado en la Segunda Guerra Mundial, y el comunismo soviético. Por otro lado, los medios de masas estaban ganando influencia, especialmente la televisión, que, con su efecto hipnótico, era un medio ideal para la comunicación política (recordemos el debate de J. F. Kennedy y Richard Nixon en 1960), y la cultura pop (Elvis Presley y los Beatles como ejemplos paradigmáticos).

La tesis de Canetti se refiere a las raíces del fenómeno humano del clan, la tribu y otras manifestaciones de la vida colectiva. Todo parte del cuerpo humano, como lo señala en las primeras líneas de *Masa y Poder*:

Nada teme el hombre más que ser tocado por lo desconocido. En todas partes el hombre elude el contacto con lo extraño. Aun cuando nos mezclamos con la gente en la calle, evitamos cualquier contacto físico. Si lo llegamos a hacer, es porque alguien nos ha caído en gracia. La rapidez con que nos disculpamos cuando se produce un contacto físico involuntario pone en evidencia esta aversión al contacto.

Solamente inmerso en la masa puede liberarse el hombre de este temor a ser tocado. Es la única situación en la que ese temor se convierte en su contrario. Para ello, es necesaria la masa densa, en la que cada cuerpo se estrecha con el otro; densa, también, en su constitución cívica, pues dentro de ella no se presta atención a quién es el que se estrecha contra uno. En cuanto nos abandonamos a la masa, dejamos de temer su contacto. Llegados a esta situación ideal, todos somos iguales. (Canetti, 1978, p. 15, nuestra traducción)

Hoy en día, este contacto entre cuerpos ocurre en las comunicaciones virtuales de las redes digitales. Pero ¿qué entendemos por “virtual”? Pierre Lévy (1995), estudioso de los fenómenos colectivos en la era de internet, afirma que existe un vínculo indisoluble entre lo “virtual” y lo “real”. Según este autor, lo virtual refiere a lo simbólico, mientras que lo real refiere a lo

material. No hay manera de acceder a lo físico o material sin referirnos a lo virtual o simbólico. En esta era de comunicaciones virtuales, el cuerpo humano ha vuelto a ocupar un lugar preponderante, especialmente en su aspecto simbólico en los millones de imágenes de cuerpos que la gente produce y consume a través de las redes sociales. Las consecuencias materiales de estas comunicaciones “virtuales” se traducen en acciones corporales y no solamente representaciones mentales (e.g., cocinar, comer, tener relaciones sexuales, hacer ejercicio físico, viajar).

Canetti (1978) hace la diferencia entre multitudes cerradas, que tienden a limitarse, y multitudes abiertas, que buscan expandirse. Las comunidades digitales también pueden calificarse como cerradas o abiertas. Cuando los integrantes de una colectividad virtual se comportan como una “tribu” (término que usan los expertos en *marketing*, como lo señala Veroni (2014)), es porque comparten *loops* discursivos e imaginarios para confirmar o reforzar sus opiniones y comportamientos. En cambio, los colectivos abiertos en el espacio digital buscan atraer más cuerpos para desarrollar redes que se expanden, lo que es propio de TikTok o Instagram, que ya alcanzan miles de millones de usuarios.

Las masas son muy emocionales (Freud, 1955; Tchakhotine, 1992). Reaccionan frente a la invocación de pulsiones básicas como la sexual, la maternal/paternal o la de supervivencia. Canetti destaca el efecto reconfortante de los cuerpos que se tocan, creando una entidad en la que los cuerpos individuales se incorporan a un cuerpo más grande. La masa, que se asume poderosa, no le tiene miedo al peligro. Y este envalentonamiento de la masa viene de lo que Canetti (1978, p. 227) denomina el “momento de la supervivencia”, ilustrado en la situación en la que un clan nómada se encuentra un cadáver en el camino. La primera reacción es el llanto desgarrado de los miembros del clan, que saben que algún día todos morirán. Sin embargo, el llanto se transforma en carcajadas, que primero se expresan con cierta reserva para después sonar con fuerza. Los miembros del clan se ríen sonoramente, pues se saben supervivientes, vencedores – momentáneamente– de la muerte.

### **Una síntesis conceptual**

Existe una resonancia entre la concepción de Girard sobre el nacimiento de lo sagrado, arraigado en sus raíces de violencia sacrificial, y la idea de que el cuerpo individual encuentra en su disolución en el cuerpo colectivo una seguridad que incluso lo coloca, al menos de forma

temporal, en la posición de superviviente que logra superar la muerte. En ambas visiones, es el colectivo el que logra la convivencia y supera el peligro del caos como riesgo del choque mimético de los deseos individuales. El colectivo, desde la anonimidad donde no hay culpable del “asesinato ritual”, según Girard (2010), y desde la potencia anónima de la masa que actúa de forma coordinada, según Canetti (1978), es la entidad eficaz para mantener el vínculo social.

Se podría decir que el ecosistema de comunicación digital de las redes no implica, al menos en sus expresiones más comunes, ninguna motivación ligada a lo sagrado y menos de un comportamiento de masas, en el sentido que le dan el propio Canetti y otros autores como Ortega y Gasset (2012). En todo caso, la atomización en segmentos de los usuarios de las redes digitales indicaría la existencia de actitudes, opiniones y comportamientos menos uniformados que en los fenómenos colectivos de la sociedad de masas. Ambas observaciones merecen una consideración más detallada.

Es cierto que, en un sentido formal e institucional, las comunicaciones en las redes digitales poco tienen que ver con lo sagrado entendido desde las religiones tradicionales. Esto, sin embargo, no quiere decir que hayan perdido totalmente su carácter ritual de canalización de la violencia con el fin de hacer viable y mantener el vínculo social. Es en este sentido cómo se debe ver la doble dinámica de sacralización-profanación que se observa en las plataformas digitales cuando se trata de temas ligados a ciertas ideas de justicia social, defensa de los marginados, ecologismo o protección de derechos de los animales. Es aquí que el efecto protector del colectivo adquiere relevancia en una forma de anonimidad, que se concreta en la impresión de unanimidad que se genera en las redes digitales.

### **Una ecología espiritual de los medios**

Antes de entrar a considerar la aplicabilidad del marco conceptual sobre lo sagrado, la violencia y los comportamientos colectivos para estudiar ciertos casos de comunicación en las redes digitales, vale la pena detenerse por un momento en lo que consideramos un pensamiento que vincula el desarrollo de las tecnologías de comunicación con la espiritualidad, e incluso con una inclinación apocalíptica, en el sentido de revelación del fin de los tiempos.

El sacerdote jesuita, paleontólogo y filósofo Theilard de Chardin (1982) ya ofrecía en su obra *El fenómeno humano*, publicada originalmente en 1955, una clara descripción del significado de la interconexión planetaria derivada de los progresos tecnológicos:

... gracias al prodigioso acontecimiento biológico que representa el descubrimiento de las ondas electromagnéticas, cada individuo se encuentra actualmente (activa y pasivamente) presente de manera simultánea en la totalidad de los mares y de los continentes, coextensivo, por tanto, a toda la Tierra. (p. 291)

Nótese que Theilard de Chardin pone el énfasis en el “acontecimiento biológico” derivado del descubrimiento de las ondas electromagnéticas y del desarrollo de la tecnología que permite la comunicación *urbi et orbi*. De esta forma, el pensador jesuita ancla el nacimiento de una conciencia global a los cuerpos humanos y no solo a los “espíritus” interconectados. Como ya lo han señalado varios autores, la influencia de Theilard de Chardin ha sido importante en pensadores de los medios como Marshall McLuhan (1962), quien lo reconoce en su libro *La Galaxia Gutenberg*, aunque con un tono más pesimista que el expresado por el jesuita:

Esta externalización de nuestros sentidos crea lo que de Chardin llama la “noosfera” o el cerebro tecnológico del mundo. En vez de tender hacia una vasta biblioteca de Alejandría, el mundo se ha convertido en una computadora, un cerebro electrónico, exactamente como en una obra infantil de ciencia ficción. Al mismo tiempo que nuestros sentidos se han ido fuera de nosotros, *Big Brother* se mueve hacia adentro. Por lo tanto, al menos que estemos conscientes de esta dinámica, debemos enseguida movernos hacia una fase de terrores de pánico, anticipando un mundo pequeño de tambores tribales, interdependencia total y coexistencia súper impuesta. (p. 32, nuestra traducción)

En la reflexión de McLuhan hay implícita una dualidad “espiritual” que es propia del ecosistema de medios digitales. Si bien existe la posibilidad de una humanidad con una creciente conciencia de una ética global, también la interconexión mundial abre las puertas del control total e incluso totalitario, con su dosis de violencia sacrificial. Así lo anticipaba el escritor Nathaniel Hawthorne en 1851 (sí, a mediados del siglo XIX) en su novela *The House of Seven Gables*, que pone en boca de su personaje Clifford lo siguiente, tal como lo cita Sacasas (2011):

Y entonces hay electricidad, el demonio, el ángel, la poderosa fuerza física, ¡la inteligencia toda penetrante! [...] ¿Es un hecho –o solo lo he soñado– que, por medio de la electricidad, el mundo de la materia se ha convertido en un gran nervio, vibrando a miles de millas desde un punto sin aliento? ¡Más bien, el globo redondo es una vasta cabeza, un cerebro, instinto con inteligencia! ¡O, debemos decir, es en sí mismo un pensamiento, nada más que un pensamiento, y ya no la sustancia que nosotros habíamos considerado! (s.p., nuestra traducción)

Es en esta dualidad entre lo sagrado y lo profano –en otras palabras, entre el potencial de violencia y el de coexistencia– que ubicamos nuestro análisis de los casos que sirven para ilustrar la utilidad del marco conceptual en el estudio de las plataformas digitales. Veremos ahora en qué

áreas se expresa la dialéctica entre lo sagrado y lo profano en un ecosistema comunicacional en constante cambio. Pondremos especial énfasis en la reflexión sobre la irrupción del cuerpo humano grotesco en las redes digitales, la caída de las barreras que diferencian el espacio privado del público, los rituales sacrificiales relacionados con la “cultura de la cancelación” y las representaciones de la naturaleza y los animales no humanos.

### **La irrupción de lo visualmente grotesco**

Cuando usamos la palabra “sagrado” tenemos que pensar en su opuesto, “profano”. Los dos términos existen en una dualidad que los une en la raíz misma de sus significados. Si consideramos algo sagrado, es porque no es profano, y viceversa (Eliade, 2013). Pero ¿en qué sentido los dos términos se oponen? Lo sagrado es un espacio o una cualidad que está separada del resto, porque se considera puro o elevado. Corresponde al tabú, a lo que no tiene nombre o no se menciona, a lo que tiene un carácter fundacional o terminal. Todo lo que está fuera de ese espacio o cualidad única es considerado profano. Obviamente, lo sagrado y profano son categorías que corresponden al mundo religioso, pero van más allá de esto. Existen espacios, objetos o roles en la política que pueden considerarse sagrados (e.g., el edificio del parlamento, el papel que juega la figura del presidente de la república, el acta de independencia de un país). Ocurre también en otros ámbitos, como la cultura. Las obras de arte tienen un carácter cuasi sagrado o sitios considerados como patrimonio de un país o de la humanidad, la preservación de la salud (el respeto a la vida, por ejemplo) o el medio ambiente (la naturaleza).

Lo sagrado y lo profano también tienen connotaciones visuales. Ese espacio o cualidad especial, separado, que es sagrado, puede ser visible (aunque en ciertas religiones no lo es, y es por eso que se considera único), pero no puede visibilizarse de cualquier forma. En ciertos cultos u ocasiones, lo sagrado se puede ver en el marco de un ritual; en otras oportunidades, solamente según ciertos códigos que indiquen solemnidad, respeto, separación, cuidado. Si se rompen los códigos vinculados a la visualización de lo sagrado, entonces podemos hablar de profanación.

Las redes digitales son un espacio de visualización generalizada. Las condiciones de visualización no tienen mayor importancia, porque el objetivo de empresas y usuarios es lograr la mayor cantidad de visualizaciones y contactos. Al abrirse la puerta de las redes digitales que permite que todo el mundo vea la escena de sufrimiento de un ser humano, ya sea por su enfermedad o porque va a ser ejecutado frente a una cámara por unos fanáticos religiosos, se

profana ese momento radical del sufrimiento o muerte con la justificación de un objetivo propagandístico o superior.

### **Caen las barreras de lo privado**

En el caso de la presentación de la vida privada a través de las plataformas digitales, ocurre algo similar, sin el mismo dramatismo de la visualización del cuerpo enfermo agonizando o del cuerpo “sacrificado” por terroristas. A partir de cierta idea ingenua de lo que significa entrar en la vitrina del escrutinio público, muchas personas prefieren arriesgarse a una “profanación” simbólica de su intimidad por el beneficio psicológico o material que les produce esta exhibición. En ocasiones no son tan ingenuas, pues saben que la profanación será el resultado de la visualización de su intimidad (es lo más cercano que hay a lo pornográfico).

El incentivo en las redes digitales es mayormente positivo. Las imágenes de la vida privada devenida pública son sentimentalmente buenas y, en muchos casos, tienden a lo empalagoso. No son en sentido estricto una profanación porque no hay nada extremadamente sagrado en la revelación de lo que la gente considera íntimo (a excepción de la enfermedad, la muerte o el sexo), aunque sí hay algo de devaluación del espacio privado. A fuerza de exponerla, la vida personal deja de ser privada, deja de tener ese elemento de separación que es propio de lo sagrado. Sin ser una profanación en sentido estricto, sí se puede decir que es una afirmación constante de lo profano, de lo común, de la devaluación de la vida cotidiana por la pretensión de convertirla en entretenimiento.

Es en este contexto de creciente profanación del espacio privado en las redes digitales que surgen fenómenos sociales como la cultura de la cancelación, que, a su manera, tiene características propias de lo que Girard (2010) identificó con la mimesis sacrificial que apunta a una víctima propiciatoria para resolver las tensiones producidas por una ideología neopuritana, como lo veremos enseguida.

### **El fardo simbólico de los sacrificios en la red**

Los casos de cancelación, que se asemejan a linchamientos mediáticos y en línea, se multiplican en los Estados Unidos, Canadá y Europa. En su mayoría, son el resultado de la acción de individuos o grupos con una ideología militante que se sustenta en un neopuritanismo con tonalidades de dogma religioso. La “cultura de la cancelación” en las redes es sintomática de

un ritual de sacrificio de chivos expiatorios, particularmente en el mundo de la educación (Gilbert et al., 2022).

El carácter simbólico de las llamadas “cancelaciones” muestra la fuerza que tienen las redes digitales para amplificar narrativas sin sustento en los hechos o, en términos de Girard (2010), para crear un mito alrededor de la víctima propiciatoria. Esto no quiere decir que estas “crisis simbólicas” sean menos reales y que no tengan impacto en quienes sufren las consecuencias de estos ataques de “pánico moral” (Crockett, 2017). La explosión de “escándalos” es en muchas ocasiones una construcción simbólica basada en una ideología –que podemos calificar como un nuevo puritanismo (Kaufmann, 2020)– que responde, de una forma un tanto contradictoria, a una lógica centrada en el narcisismo de los neopuritanos y en la cultura de la imagen que domina en las redes digitales.

Es así como el círculo vicioso de las redes sociales (su mimetismo, en el sentido que le da Girard (2010)) se forma generando el mismo tipo de reacciones que se observan en quienes creen y difunden teorías de conspiración. Una idea relativamente simple (la reducimos al absurdo en el siguiente ejemplo: “todos los profesores blancos son racistas”) se reproduce, especialmente si tiene una cierta validación “académica” (por ejemplo, está apoyada por profesores). El escándalo construido simbólicamente adquiere así una “coherencia interna” en la medida en que recibe atención y difusión en las redes y los medios de comunicación (Vizcaíno-Verdú y Contreras-Pulido, 2024).

La corte de la justicia popular (que no deja de recordar los juicios sumarios de las revoluciones) tiene resonancias con el ritual del sacrificio descrito por Girard (2010). La víctima juega aquí el papel del chivo expiatorio que debe ser sacrificado en el altar virtual de las redes sociales con el fin de canalizar la indignación de los usuarios. Este ritual tiene la capacidad de perseverar gracias a lo que Girard (2010) denomina “mimesis”, el efecto de imitación que usa el ritual del sacrificio para canalizar la violencia colectiva. Muchas personas participan en el “sacrificio virtual” porque creen que es una forma eficaz de lograr algún tipo de resolución de la crisis, o al menos para liberar las tensiones producidas por la supuesta crisis.

En la mimesis también se observa un tipo de placer, de sentimiento de confort que se extiende en el colectivo que se comporta de forma coherente y unificada. Como lo escribió Canetti (1978), es precisamente el sentimiento de percibirse protegido por la multitud que hace que el miedo de ser tocado desaparezca. En las “cancelaciones” virtuales, aunque no hay fricción

entre cuerpos reales, el hecho de que forma parte de un colectivo virtual indignado que actúa de forma más o menos coordinada genera la confianza necesaria para acusar falsamente de ser el causante de la crisis que afecta al colectivo.

Es necesario, sin embargo, destacar las especificidades del ritual colectivo en las redes digitales. Una de las diferencias entre el sacrificio en persona y el rito virtual es que la dimensión concreta del colectivo que participa del sacrificio no es confirmada a la vista de la presencia corporal de los ejecutores durante el evento. En las redes existe una impresión de colectivo que no puede ser verificada físicamente (por ejemplo, la participación de *bots* que responden a un algoritmo, en el caso de las redes). Sin embargo, la percepción de un colectivo movilizadо es suficientemente fuerte para enganchar a otros “creyentes” que participan de este nuevo puritanismo.

### **La resacralización de lo no humano**

La mimesis sacrificial y el confort colectivo que ella produce en las redes digitales también se da en el ámbito de lo no humano, es decir, de la naturaleza y los animales no humanos. Los discursos ecologistas y animalistas han ido ganando relevancia en el mundo occidental. Se asumen políticas para reducir la emisión de gases de efecto invernadero, se aprueban normas para reducir el consumo de empaques de plástico y se dictan leyes para eliminar la crueldad contra los animales, tanto en la industria alimentaria como en la de cosméticos, en la farmacéutica, en el mundo del entretenimiento y en la protección de las mascotas. Además, la contemplación de la naturaleza y los animales de compañía son modalidades terapéuticas para lograr el bienestar emocional y físico de los humanos. Los movimientos llamados “verdes” (Deluca, 2009) y las sociedades protectoras de animales (Forrester, 2013) han contribuido mucho para incrementar la conciencia ambientalista y animalista de los seres humanos.

Lo que se puede ver como una apreciación creciente de lo no humano por parte de los humanos, especialmente en el Occidente interconectado, puede ser interpretado como el resurgimiento de un panteísmo y animismo del tipo nueva era (*new age*). Aquí los egos confrontados miméticamente por el deseo vuelven a ser el centro de todo, pues es desde la búsqueda del bienestar personal que se afecciona lo natural y animal. Probablemente, la mejor ilustración de esto sea el uso de los “perritos juguetes” (*toy dogs*) como acompañantes *cute* (lindos) (May, 2019) terapéuticos. El bienestar de la persona se antepone al del animal no

humano con la excusa de la necesidad del humano de contar con el consuelo de la compañía del perrito; para ello, se le infringe sufrimiento al animal. Las paradojas de nuestro animalismo.

Los conceptos de panteísmo y animismo del tipo nueva era requieren una explicación, porque ambos ayudan a comprender las actitudes e imaginarios públicos sobre la naturaleza y los animales no humanos en las redes digitales. El panteísmo, en su definición más común, es la idea de que Dios y Naturaleza son una misma entidad y que Dios se manifiesta en cada elemento natural como parte de una totalidad inseparable. En su versión más popular del espiritualismo de estos tiempos en Occidente, este panteísmo considera a la Tierra como un ente viviente llamado Gaia (en la mitología griega, “la diosa Tierra”) o Pachamama (“Madre Tierra”, en la cosmovisión de algunos pueblos originarios de América). Por su lado, el nuevo animismo cree que los elementos individuales de los reinos vegetal, mineral y animal (humano y no humano) tienen, a la vez, una constitución material y otra sutil que les otorga una “conciencia” trascendente e incluso un “alma”. Según este animismo de nuevo cuño, existiría una afectividad oculta entre vegetales, minerales y animales no humanos que se revelaría de forma explícita (en el curso de los eventos naturales) o implícita (de forma más “misteriosa”).

El neoanimismo y del neopanteísmo convierten a la naturaleza y lo natural en objetos sagrados y expresan un sentimiento de sospecha de lo humano como la fuente de todo mal contra el reino de los no humanos (vegetal, mineral y animal). Mark Fisher (2016), en uno de sus ensayos, afirmó que es probablemente la misma condición humana que se puede considerar como grotesca, ya que es el animal humano el que no cabe en el orden natural. Según el autor inglés, el ser humano es el único que es capaz de recombinar las formas de la naturaleza de un modo horrible. O, como lo ha manifestado Derrick Jensen (2016) en su libro *El mito de la supremacía humana*, los seres humanos ejercemos nuestro autoritarismo sobre el mundo animado e inanimado no humano bajo la creencia de que somos dioses en el tope de la jerarquía del mundo.

Por su lado, la ecología profunda del filósofo noruego Arne Naess (Bugallo, 2015) fue evolucionando desde un antropocentrismo débil o humilde (en el que el humano es parte de un todo con el que se relaciona) a lo que él llamó *biocentrismo*. Al respecto, Bugallo (2015) escribió:

El *biocentrismo* sería una construcción antrópica, gestada por el hombre, aunque no antropocéntrica. Lo visualiza con des-centrado (sic), como una parte más de la delicada trama de la biósfera de la cual

depende [...] La postura *biocéntrica* promueve el valor intrínseco no sólo de animales sensibles (sería el caso del movimiento de *animal liberation*), sino que reclama el sostenimiento de condiciones para el florecimiento y despliegue de toda forma de vida. Algunos seguidores del *MEP* (Movimiento de Ecología Profunda) como el ecofilósofo australiano Warwick Fox, usan el término *ecocentrismo* para subrayar el valor intrínseco de realidades que las ciencias biológicas no consideran “vivas”, como ríos o montañas. (p. 101)

La ecología profunda propone una ética y estética no utilitarias en las que la percepción misma de la riqueza y diversidad de todo lo viviente contribuye a cimentar la valoración de la ecósfera con todos sus seres y elementos por sí mismos. Considera que los humanos interferimos de forma excesiva en el mundo no humano, por lo que se requiere de cambios de políticas y de forma de vida que impliquen un cambio radical en la forma de vida humana tanto en lo tecnológico como en lo económico e ideológico.

### **La construcción de las emociones**

Nuestra forma de ver y de valorar lo natural y los animales está cambiando gracias a la gran difusión de imágenes, nunca antes vista en la historia humana, sobre el mundo no antropocéntrico. Desde la consideración estética y los sentimientos generados por tales imágenes (positivos y negativos, sentimentalistas o chocantes) y la expresión de las emociones asociadas con los ámbitos no humanos (natural y animal), se puede evaluar cómo se van moldeando las percepciones y las actitudes humanas asociadas al medio ambiente y los animales como entidades sagradas y sujetas, por la acción humana, a una profanación constante. En el ecosistema de plataformas digitales donde se construyen las emociones, la atención es un recurso cada vez más escaso, como ya lo vislumbrara Goldhaber (1997). Sin embargo, se afirma que el fenómeno del déficit de atención no es nuevo y se planteaba ya desde la época clásica griega hasta las críticas ante la consolidación de la sociedad industrial, como lo señala Labasse (2020) en su libro sobre el valor de las informaciones. Este autor considera que la característica que define el déficit de atención en nuestros tiempos no reside en su cualidad perceptual ni en la cognitiva; cree que la “atención” es un concepto difícil de precisar claramente y que su relación con la memoria o el razonamiento –o la falta de este– no ha sido explicada de forma satisfactoria por las diferentes escuelas neurocognitivas, económicas o sociológicas. Para Labasse, el problema contemporáneo es más cuantitativo que cualitativo. El círculo del déficit de atención –del que ya se quejaba Platón en la Antigüedad ante la pérdida de la memoria por la invención de

la escritura, o Émile Zola en el siglo XIX por la sobreexcitación nerviosa ante la sobrecarga de contenidos– se ha ido ampliando con el desarrollo de las tecnologías, abarcando todo el planeta. Ahora incluye a mucha más gente y está muy enfocado en los asuntos de actualidad que pasan por nuestros ojos y cerebros a una velocidad extrema. Labasse insiste en que el fenómeno no solo afecta los temas de la contingencia del día a día. También se conocen las pequeñas “ventanas de atención” que sufren las obras literarias (en la lógica de los *bestsellers*) y la misma investigación científica, más marcado en el mundo de las ciencias humanas y sociales.

Otra crítica a la noción de la economía de la atención es que se concentra en el individuo como eje de la maximización de su corta capacidad de mantener la atención con el fin de lograr beneficios, ya sea como retorno monetario, simbólico o psicológico. Yves Citton (2017) propone más bien una “ecología de la atención” que considera todos los elementos y dinámicas involucradas en los procesos de la atención (atención prestada como actor consciente y razonado o capturada como acto impulsivo) en tanto fenómeno colectivo e insertado en el ambiente (social, cultural, político, físico, mediático, etc.). El autor lo explica de esta manera:

[...] Los análisis que dilucidan los mecanismos la economía de la atención ciertamente generan nuestro interés, ya que revelan las nuevas dinámicas que se superponen a la economía tradicional de la producción mercantil de bienes materiales. Pero el análisis debe ser replanteado en la perspectiva más amplia de una ecosofía de la atención que es la sola capaz de articular los cinco niveles de la reorganización ecológica necesaria para la reproducción de las formas de vida que valoramos. La ecología *biofísica* de nuestros recursos ambientales, la ecología *geopolítica* de nuestras relaciones internacionales, la ecología *sociopolítica* de nuestras relaciones de clase, y de nuestra ecología *psíquica* de nuestros recursos mentales, todas ellas dependientes de la ecología de *medios* que condiciona nuestros modos de comunicación. (Citton, 2017, pp. 22-23, nuestra traducción)

Dos observaciones debemos hacer sobre lo dicho por Citton (2017). La primera se enfoca en la ecología sociopolítica que hoy tiene menos de relaciones de clase y más de motivaciones de identidades (tan variadas como el género o nuevas formas de presentar lo “étnico-racial”) y nacionalistas. En todo caso, la clave clasista tiene menos peso en los imaginarios sociopolíticos, que se centran más en las supuestas memorias comunes de la experiencia vivida (por ejemplo, a partir de la idea de opresión estructural o generalizada) o desde la aspiración del “espacio puro” nacional que tanto explotan los populismos a la derecha y a la izquierda. La segunda tiene que ver con la ecología psíquica, que es central en el problema de nuestros déficits o condicionamientos de la atención. Y es que las relaciones competitivas para capturar ese recurso

escaso que es la atención tiene como principal gancho la dimensión afectiva. Como el mismo Citton (2008) dijo en otra obra, hoy estamos ante una economía de los afectos que se nutre de las relaciones intersubjetivas o interpsicológicas, mediatizadas –entre otros factores– por las redes digitales.

En las redes se van moldeando y acumulando estas apreciaciones sensibles (i.e., los sentidos) y las expresiones emocionales desde el *locus* de los egos de los usuarios y de las organizaciones que estructuran los afectos sobre lo natural y las “bestias”. En este sentido, hay que interrogar a partir de la preeminencia del cuerpo de los usuarios, en tanto punto central de la cultura egocentrista y narcisista (Lasch, 1991), cómo las emociones se relacionan con la naturaleza (entidad más alejada de nuestra idea y experiencia del cuerpo) y lo animal no humano (mucho más cercana de nuestra idea y experiencia corporal). En otras palabras, es desde la medida del cuerpo humano –y de la afectividad humana, como lo afirmó Hajer (1997)– que las emociones sobre la naturaleza y otros seres vivos no humanos comunican una posición más o menos empáticas sobre la otredad natural/animal.

Tres elementos constituyen las expresiones de las emociones sobre la naturaleza y los animales no humanos en las redes digitales: las palabras, las imágenes (fijas y en movimiento) y los emojis. Las distintas combinatorias de los tres elementos permiten comprender la estructuración de las emociones, sus modalidades expresivas y sus interacciones. Dado que estamos ante un fenómeno de comunicación primordialmente visual que nos presenta la naturaleza y los animales, la expresión de las emociones es una función de las palabras y de los emojis en relación con la fuerza retórica de las imágenes.

Sin embargo, la presencia visual del cuerpo humano es muy relevante para comprender la mimesis sacrificial, tal como la propone Girard (2010), en relación con la naturaleza y los animales no humanos. Esto quiere decir que la escala humana influye en la forma en la que se estructuran y generan los modos afectivos que tienden a sacralizar la naturaleza y los animales en su vertiente neopanteísta o neoanimista. No es lo mismo ver la foto de un animal maltratado o de un paisaje natural destruido (profanados) en la que la presencia humana está registrada que otras escenas de violencia o degradación donde el humano está ausente. Los seres humanos somos descritos en los discursos animalistas y ambientalistas como causantes del sufrimiento de los animales no humanos y del deterioro de la naturaleza, las víctimas propiciatorias de estos sacrificios en los espacios “sagrados” de la naturaleza.

## **A modo de conclusión**

La perspectiva sacrificial de Girard (2010) y el efecto reconfortante de la masa, según Canetti (1978), explican la dinámica de persecución que se produce en las redes digitales y en otros espacios mediáticos, impulsada por una ideología neopuritana que tiene coincidencias formales y de fondo con los dogmas religiosos. Aunque estos activistas asumen la retórica de la “justicia social”, su comportamiento mimético en las plataformas digitales refleja la violencia subyacente en los primitivos impulsos religiosos que buscan canalizar la violencia colectiva sobre la víctima propiciatoria bajo la impresión de unanimidad de la multitud. Para ello, recurren a la formulación de neomitos que, como diría Girard, terminan por poner un velo sobre las verdaderas motivaciones de la multitud para sacrificar al chivo expiatorio.

Cuando cambiamos de punto de vista y pasamos del escenario del conflicto entre humanos en las redes digitales al de la naturaleza sacralizada –que incluye a los animales no humanos–, los “paquetes afectivos” en ocasiones producen un efecto mimético (de resonancias emocionales) y, en otras, uno contramimético (de divergencias emocionales). En el momento en el que introducimos la variable “humano”, podemos comprender mejor cómo se expresan el neopanteísmo y el neoanimismo que prevalecen en las ideologías ambientalistas y animalistas, al menos en su versión “popular”. La sacralización de lo “natural” se manifiesta en narrativas del sacrificio del medio ambiente y de los animales no humanos por parte de la especie humana.

Vemos entonces que, a pesar de que la modernidad occidental pretendió evacuar lo religioso del espacio público, las tecnologías de la comunicación han puesto en evidencia cómo los impulsos religiosos resurgen con su dualidad angelical y demoníaca, es decir, con su potencial de promover una conciencia ética global o, por el contrario, impulsar el control social y la violencia simbólica.

## **Referencias**

- Alexander, J. C. (2006). From the depths of despair: performance, counterperformance and ‘September 11’. En Alexander, J. C., Giesen, B. y Mast, J. L. (Eds.), *Social Performance. Symbolic Action, Cultural Pragmatics, and Ritual* (pp. 91-114). Cambridge University Press.
- Bouchard, G. y Taylor, C. (2008). *Building the future: A time for reconciliation. Abridged Report*. Gouvernement du Québec.

- Bugallo, A. I. (2015). *Filosofía ambiental y ecosofías. Arne Naess, Spinoza y James*. Prometeo Libros.
- Canetti, E. (1978 [1960]). *Crowds and Power*. Continuum.
- Citton, Y. (2008). Entre l'économie psychique de Spinoza et l'inter-psychologie économique de Tarde. En Citton, Y. y Lordon, F. (Dirs.), *Spinoza et les sciences sociales. De la puissance de la multitude à l'économie des affects* (pp. 71-106). Éditions Amsterdam.
- Citton, Y. (2017). *The ecology of attention*. Polity.
- Crockett, M. J. (2017). Moral outrage in the digital age. *Nature Human Behaviour*, 1, 769-771  
<https://doi.org/10.1038/s41562-017-0213-3>.
- Deluca, K. M. (2009). Greenpeace International Media Analyst Reflects on Communicating Climate Change. *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture*, 3(2), 263-269. <https://doi.org/10.1080/17524030902972734>.
- Durham, M. (1996). Preparing for armageddon: Citizen militias, the patriot movement and the Oklahoma city bombing. *Terrorism and Political Violence*, 8(1), 65-79.  
<https://doi.org/10.1080/09546559608427333>.
- Eliade, M. (2013 [1957]). *Le sacré et le profane*. Gallimard.
- Fisher, M. (2016). *The Weird and The Eerie*. Repeater Books.
- Forrester, M. (2013). PETA making social noise: A perspective on shock advertising. *Portuguese Journal of Social Science*, 12(1), 85-100.
- Freud, S. (1955 [1930]). *El malestar en la cultura*. Santiago Rueda.
- Gilbert, A., Prévost, M. y Telier, G. (Coord). (2022). *Libertés malmenées. Chronique d'une année trouble à l'Université d'Ottawa*. Leméac.
- Girard, R. (1983). *Le Bouc émissaire*. Grasset.
- Girard, R. (2010 [1972]). *La violence et le sacré*. Fayard/Pluriel.
- Girard, R. (2011). *Sacrifice*. Michigan State University Press.
- Girard, R., Oughourlian, J. M. y Lefort, G. (1978). *Des choses cachées depuis la fondation du monde*. Grasset.
- Goldhaber, M. H. (1997). The Attention Economy and the Net. *First Monday*, 2(4).  
<https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/download/519/440>.
- Hajer, M. A. (1997). *The Politics of Environmental Discourse: Ecological Modernization and the Policy Process*. Oxford University Press.

- Jensen, D. (2016). *The Myth of Human Supremacy*. Seven Stories Press.
- Kaufmann, E. (2020). Liberal Fundamentalism: A Sociology of Wokeness. *American Affairs*, IV(4). <https://americanaffairsjournal.org/2020/11/liberal-fundamentalism-a-sociology-of-wokeness/>.
- Labasse, B. (2020). *La valeur des informations. Ressorts et contraintes du marché des idées*. Les Presses de l'Université d'Ottawa
- Lasch, C. (1991 [1979]). *The Culture of Narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*. Norton.
- Lévy, P. (1995). *Qu'est-ce que le virtuel?* Éditions La Découverte.
- May, S. (2019). *The Power of Cute*. Princeton University Press.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg galaxy; the making of typographic man*. University of Toronto Press.
- Moench, D. B. (19 de octubre de 2020). The WASP Roots of the Social Justice Movement. *Tablet*. <https://www.tabletmag.com/sections/news/articles/wasp-roots-social-justice>.
- Moles, A. (1977 [1971]). *Psychologie du kitsch. L'art du bonheur*. Denoël/Gonthier.
- Ortega y Gasset, J. (2012 [1929]). *La rebelión de las masas*. Espasa Libros.
- Rieff, P. (1966). *The Triumph of the Therapeutic. Uses of Faith After Freud*. Harper & Row.
- Rose, P. (2010). René Girard as Media Ecologist. En Corey, A. (Ed.), *Valuation and Media Ecology: Ethics, Morals, and Laws* (pp. 91-123). Hampton Press.
- Sacasas, L. M. (27 de septiembre de 2011). Nathaniel Hawthorne Anticipates McLuhan and de Chardin. *Technology, Culture, and Ethics*. <https://thefrailestthing.com/2011/09/27/nathaniel-hawthorne-anticipates-mcluhan-and-de-chardin/>.
- Tchakhotine, S. (1992). *Le viol des foules par la propaganda politique*. Gallimard.
- Theilard de Chardin, P. (1983 [1963]). *El fenómeno humano*. Taurus.
- Veroni, C. (2014). *Spin. How Politics Has the Power to Turn Marketing On Its Head*. Anansi.
- Vizcaíno-Verdú, A. y Contreras-Pulido, P. (2024). Cross-platform hatredom: influencers' strategies for managing affective aversión. *Cuadernos Info*, 60. <https://doi.org/10.7764/cdi.60.85872>.

**\*Roles de autoría**

NAHÓN SERFATY

El autor tuvo a su cargo todos los roles de autoría del trabajo. Manifiesta no tener conflicto de interés alguno.

Obra bajo licencia internacional [Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).