

## LA COMUNICACIÓN SEGÚN LAS METÁFORAS OCEÁNICAS

Vanina Papalini<sup>1</sup>

### Resumen

El estudio de las metáforas proporciona una vía de reflexión metateórica sobre las diferentes concepciones de la comunicación. La metáfora es un tipo de representación que establece haces de remisiones, iluminando ciertas propiedades del objeto en cuestión y produciendo un saber no puramente racional. En este artículo, realizo un recorrido histórico de teorías y perspectivas comunicacionales que utilizan por metáforas hídricas, agrupando los enfoques examinados según los diferentes medios compuestos por el agua: canales, ríos, mares y océanos. El análisis de esta metafórica permite poner de relieve las implicancias del concepto de comunicación en cada caso, revisando las derivaciones de estas definiciones. Finalmente, examino con mayor detenimiento los matices de significado implícitos en las denominaciones y analogías que emparentan a las tecnologías de la comunicación y la información con la tópica oceánica. La investigación realizada es fundamentalmente genealógica y discursiva; partiendo de los usos discursivos que asimilan la comunicación a las sustancias fluidas, exploro las diferentes representaciones e imágenes narrativas a las que esta comparación dio lugar, examinando sus evocaciones. La revisión alcanza hasta la actualidad y se funda en el análisis de artículos y publicaciones de este campo disciplinar. El artículo no pretende agotar, sino ampliar, las posibilidades de comprensión de la materia comunicacional, especialmente multiplicada por la asociación con un elemento tan fuertemente evocador como las aguas. Por esta razón, las conclusiones se bifurcan entre las –al menos– dos lecturas disímiles que la relación entre las tecnologías de la comunicación y el océano admiten.

### Palabras clave

Comunicación – concepciones – metáforas – océano – líquido – tecnologías de la comunicación

### Abstract

The study of the metaphors provides a way of metatheoretical reflection on different communication conceptions. The metaphor is a kind of social representation that establishes cross-references, illuminating certain properties of the objects and producing a knowledge not only rational. In this paper, I present an historical development of the communication theories and perspectives grounded in water metaphors, by organizing the examined approaches according to the different means formed by water: canals, rivers, seas, oceans. The analysis of this metaphorical order let us to highlight the implications of the concept of communication in each case, revising the consequences of these definitions. Finally, I examine with more detail the nuances of meaning implicits in denominations and analogies that related information and communications technology with the oceanic topic. The achieved research has been mostly genealogical and discursive; starting from the discursive uses where communication is assimilated to fluid substances, I explore different representations and narrative images which the comparison gives rise, looking through their evocations. The research reaches the merely present and it is founded in the analysis of papers and publications from this disciplinary field. The aim of this article is not to exhaust, but to extend, the possibilities of comprehension of the communication subject, particularly multiplied by the connections with a very evocative element as the water. For this

reason, the conclusions are divided into the –at least- two different interpretations that the association between information and communications technologies and the ocean allows.

**Keywords**

Communication – conceptions – metaphors – ocean – liquid – information and

R

y

P

“en inglés se dice *to surf in the Internet*, navegar en los bancos de datos, navegar entre los archipiélagos textuales, navegar en la Internet. (...) Sería interesante profundizar por qué la metáfora de la navegación textual se ha impuesto en relación con este soporte del texto”.  
(Chartier, 1999, p. 225)

Me topé con este interrogante de Roger Chartier mientras investigaba otros temas. La pregunta se adhirió imperceptiblemente a mis reflexiones, regresando una y otra vez aún cuando no tenía relación con mis trabajos actuales. La insistencia parecía reclamar la búsqueda de respuestas, pero antes de hacerlo y en primer término, era necesario identificar el lugar desde donde se enunciaba: ciertamente, las metáforas de la navegación quizá resulten sorprendentes para hablar de la lectura, pero son muy frecuentes en el campo de la comunicación. La apelación a estas nociones dentro de nuestro ámbito es antigua y extensa; nace casi con las primeras teorías y abarca mucho más que el *surfing*.

Mirado desde las correspondencias entre los objetos de estudio y las disciplinas, el problema planteado por Chartier sugiere algo diferente: parece indicar que los estudios sobre la lectura, al enfrentar textos plasmados en nuevos soportes, se acercan a nuestros problemas de investigación. La noticia, entonces, no es tanto el uso de las metáforas náuticas sino el desplazamiento de las fronteras que dividen las ciencias humanas y sociales por imperio de las exigencias de objetos que, lejos de adscribirse a un territorio fijo y bien delimitado, son nómadas.

Los acercamientos y diálogos propiciados por intereses convergentes transmiten, así, otros matices a la respuesta: imaginé una conversación en la cual los comunicólogos explicaran a los investigadores de las humanidades, las letras, la historia intelectual o la sociología de la lectura, la trayectoria de las múltiples metáforas hídricas que se emplean para desarrollar las distintas concepciones de la comunicación social. El resultado desemboca en un tópico clásico: la concepción de “comunicación” y sus especiales connotaciones cuando se la explica en función del medio tecnológico. En ese sentido, la genealogía de las metáforas provenientes del campo de la navegación revela algunas derivas curiosas.

## Breve introducción a la metáfora

Las metáforas son recursos retóricos cuya esencia “es entender y experimentar una cosa en términos de otra” (Lakoff y Johnson, 2001, p. 41). Su uso no está limitado en absoluto al lenguaje poético,<sup>2</sup> por el contrario: las metáforas pueblan el lenguaje cotidiano (Ricœur, 1980). Dice Derrida que “habitualmente, usualmente, una metáfora pretende procurarnos un acceso a lo desconocido y a lo indeterminado dando un rodeo por algo familiar reconocible” (1997, p. 16): esto significa que lo nuevo es aprehendido en términos de una experiencia conocida, pero que la supera: va *más* (meta) *allá* (fora), estableciendo una cadena de remisiones imprevistas. Este exceso de la figura en su relación con la referencia permite tejer significaciones múltiples.

La metáfora establece una relación que permite un acercamiento, una primera comprensión de un fenómeno extraño o recóndito, adentrándose cautamente en lo diferente por vías corrientes. Sin embargo puede, por sí misma, producir un efecto de choque al asociar términos a priori no vinculables. De este modo, ilumina un rasgo del objeto desconocido y produce un saber.

Como tipo específico de representación, la metáfora organiza conceptos a través de la asociación de imágenes. Una de sus particularidades en la construcción del conocimiento se descubre justamente a través de las nociones de “experiencia” e “imagen” contenidas en su conceptualización: las metáforas proporcionan un conocimiento analógico, que convoca elementos emotivos y expresivos. Por esa razón, la metáfora pone de relieve la *interpretación*, sintetizando la descripción de un fenómeno con el *sentido* que se le atribuye.

No se trata de una herramienta de precisión que trace distinciones nítidas en términos científico-rationales. La metáfora establece isomorfismos, que depende de una percepción selectiva o jerarquizada de algunos de los elementos que componen una forma. Dice Alain Mons que para tener acceso a las significaciones difundidas, hay que atender a sus formas (1994, p. 12): no hay separación taxativa entre contenido y expresión (Hjelmslev, 1971). Una representación metafórica tiene la tonalidad emotiva que implica todo conocimiento *humano*, en tanto es una apropiación e inclusión en el espacio social de un referente objetivo. La especial importancia de las metáforas para las ciencias de lo humano radica en que ellas son capaces de hacer emerger las

peculiaridades de los diferentes universos culturales porque ponen de relieve modos de captar y clasificar el mundo, estableciendo correspondencias entre formas-conceptos que organizan tanto la percepción como la comprensión del entorno.

Al hablar de cierta manera, ponemos de manifiesto las concepciones que fundamentan nuestras acciones. Decir, pensar o imaginar y actuar son momentos diferenciados de una misma dinámica, que no necesariamente comienza con una noción racional: nos apropiamos de modalidades del decir que ya están sedimentadas en la cultura, y actuamos en consecuencia. Lakoff y Johnson insisten en que “metáfora” debe entenderse como “concepto metafórico” (2001, p. 42) y que este concepto es consustancial a nuestras acciones. Estos autores proporcionan el ejemplo de las metáforas que se refieren a la discusión, revelando que ésta es comprendida bajo términos bélicos (“atacar una posición”, “argumento indefendible”, “dar en el blanco”, “estrategia de la discusión”, “ganar el debate”, etc.). La comprensión a la que conduce esta metáfora subraya el juego agonístico, velando otros aspectos que también hacen a su comprensión: lo que *no* dice la metáfora de la guerra es que una discusión presenta aspectos cooperativos, constructivos o mutuamente enriquecedores. El uso social de estas metáforas utilizadas para referirse al debate revela otra cosa que una episteme: sincera una disposición social a la competencia y la lucha.

La consecuencia del uso de metáforas en la vida cotidiana implica una construcción de los acontecimientos que modela la narración con un sentido determinado no sólo cognitivo sino, principalmente, afectivo.

Algo semejante ocurre con los conceptos metafóricos utilizados para explicar un término. Así, las metáforas que pueblan el pensamiento comunicacional organizan el conjunto de prácticas, relaciones y fenómenos comprendidos en este campo bajo una clave particular, orientando su comprensión con un sentido determinado. Las evocaciones que la metafórica acuática aporta a la concepción de comunicación dejan su impronta más allá de cualquier determinación estricta. Intentaré, entonces, hacer visibles esas resonancias y las complicidades que traman con otras significaciones sociales.

## La comunicación es un líquido

Las metáforas asociadas a los líquidos y sus propiedades son constantes a lo largo de las múltiples y diversas referencias a la comunicación. Los problemas de comunicación han sido planteados en términos de *flujos* informativos y comunicativos -de Zallo (2005) a Lazzarato (2006), pasando por las teorías del marketing (Bartoli, 1992), las referencias se multiplican-, *vías* y *canales* de comunicación, *mares* de información, *olas* tecnológicas. Una aparatología de la náutica -*mapas* y *brújulas*- acompaña su estudio y las prácticas de *cartografiar* se corresponden con la necesidad de detener el movimiento incesante a través de *anclajes*. Una buena comunicación es una comunicación *fluida*.

Buena parte del espacio comunicacional y sus procesos son concebidos a partir de las propiedades de la liquidez. Bauman caracteriza esta propiedad explicando que “los líquidos, a diferencia de los sólidos, no conservan fácilmente su forma. Los fluidos, por así decirlo, no se fijan en el espacio ni se atan al tiempo. En tanto los sólidos tienen una clara dimensión espacial pero neutralizan el impacto -y disminuyen la significación- del tiempo (resisten efectivamente su influjo o lo vuelven irrelevante), los fluidos no conservan su forma durante mucho tiempo y está constantemente dispuestos (y proclives) a cambiarla; por consiguiente para ellos lo que cuenta es el flujo del tiempo más que el espacio que puedan ocupar: ese espacio que, después de todo, sólo llenan ‘por un momento’.” (2002, p. 8)

Gaston Bachelard va más allá: para él, la metapoética del agua es más que un soporte de las imágenes; es un *principio material* que las funda, una sintaxis del acontecer que tiene como rasgo fundamental -y en esto hubiera coincidido con Bauman- la *transitoriedad* (Bachelard, 1978, pp. 15-25). El agua habla de “un tipo de destino, ya no solamente el vano destino de las imágenes huidizas, el vano destino de un sueño que no se consume, sino un destino esencial que sin cesar transforma la sustancia de su ser” (pp. 14-15). El agua es la sustancia que permite comprender la experiencia del tiempo y la mutación vital, en la clásica metáfora de Heráclito.

La relación entre la metáfora acuática y el tiempo confirma una antigua premisa de la comunicación: ella es un proceso que se despliega cronológicamente, es un *devenir* y no un ente. El rasgo de lo líquido es la permanencia de una dinámica y la contingencia de un lugar, o más bien, el paso por un lugar impropio. Este desarrollo temporal puede

tener un correlato territorial contenido en la noción de desplazamiento, pero el espacio no es en esta metáfora la dimensión capital; las transformaciones ocurren aunque, concretamente, no se opere ningún traslado.

Esta evocación va un poco a contracorriente de los méritos tradicionalmente atribuidos a la comunicación mediada y parece restar mérito a la más aclamada de las virtudes asociadas a las nuevas tecnologías. La capacidad de la comunicación de trascender los espacios, atravesándolos geográficamente, como el curso de un río que establece un recorrido entre su fuente y su desembocadura, o superándolo gracias a una mutación de su estado, es uno de sus atributos. Sin embargo, su cualidad trascendental es la capacidad de transformación y autotransformación, análoga a las propiedades del agua: al evaporarse, lo líquido se convierte en gaseoso pudiendo así sobreponerse a cualquier fijeza material. La relación que se establece con el territorio es de subyugación o negación: el fluir comunicacional oblitera la importancia del recorrido; el espacio se torna un dato in-significante. La comunicación manifiesta una presencia, esté o no a distancia. Hay una epifanía, sea ésta una aparición real –un cuerpo se transporta- o virtual –la comunicación se produce desde la distancia. Lo importante es la manifestación, el “estar ahí”.

Como los líquidos, la comunicación es *in-forme*, vale decir, no tiene una forma definitiva y puede, por lo tanto, *metamorfosearse*, es decir, adaptarse a marcos y constricciones regulatorias diversas –canales, por ejemplo- que no terminan nunca de contenerla. Reflexiona Bauman: “los líquidos ‘fluyen’, ‘se derraman’, ‘se desbordan’, ‘salpican’, ‘se vierten’, ‘se filtran’, ‘gotean’, ‘inundan’, ‘rocían’, ‘chorrean’, ‘manan’, ‘exudan’; a diferencia de los sólidos, no es posible detenerlos fácilmente-sortean algunos obstáculos, disuelven otros o se filtran a través de ellos, empapándolos-. Emergen incólumes de su encuentro con los sólidos, en tanto que estos últimos –si es que siguen siendo sólidos tras el encuentro- sufren un cambio: se humedecen o se empapan” (2002, p. 8).

El agua, epítome de la liquidez, tiene un valor ambiguo: da vida tanto como destruye. La tenacidad de lo líquido horadando lo sólido, su potencial a la vez vivificante y funesto, su influencia avasallante, hacen de esta metafórica un dominio cargado de significaciones que, por extensión, impregnan las definiciones de comunicación.

La cita insinúa además dos grandes temas, sobre los que regresaré hacia el final: la noción de límite, que en la metáfora de la fluidez comunicativa aparece como un freno vano, y la idea de que aquello que es alcanzado por la comunicación se transforma y se implica.

### **Flujos: canales, vías y ríos**

Las metáforas que asocian comunicación con la fluidez comienzan tempranamente, son contemporáneas con la aparición de la metáfora de la red –instrumento que también se asocia a las actividades marítimas- y tienen una misma fuente reconocible. Ambos órdenes metafóricos inician juntos sus trayectorias, luego éstas se bifurcan. Más adelante, ambas vuelven a superponerse.

La fuente reconocible de estas metáforas es rescatada por la genealogía de la comunicación más importante que circula en el campo: me refiero a *La comunicación-mundo*, de Armand Mattelart (1996). En este caso, el recorrido se inicia con Claude Henri de Rouvroy, conde de Saint-Simon. Este utopista y pensador del siglo XVI sentía una fascinación especial por el agua, los estanques, canales, ríos y mares y la circulación general de los fluidos “en los que llegó a ver el fundamento de toda la vida, la del orden natural y el social, y la del simple individuo.”(Vargas Llosa, 2002). Atraído por la ciencia, estudió matemáticas, química, hidromecánica e hidráulica. Su modelo de sociedad ideal se concebía como “un sistema hidrográfico en el que todo circularía sin cesar y sin obstáculos para favorecer la producción. Mantener el movimiento perpetuo de los flujos es la primera obligación del gobierno de los industriales conque soñaba” (Vargas Llosa, 2002). En el complejo pensamiento de Saint-Simon, un sistema de canales y vías de comunicación garantizaban el flujo de gentes, bienes y dinero.

La doctrina saintsimoniana incluía una religión laica, basada en la ciencia, un “nuevo cristianismo” que instaurara la asociación universal entre los seres humanos. La construcción de esta fraternidad mundial suponía el desarrollo de una red técnica capaz de vincular los diferentes puntos. Utopistas decididos, apóstoles de una nueva religión, Saint-Simon y sus discípulos se propusieron llevar a cabo materialmente este nuevo orden desarrollando los ferrocarriles de Francia, las líneas marítimas a vapor transatlánticas y la construcción de los canales de Suez y Panamá. En el sistema



imaginado por uno de los más conspicuos saintsimonianos, Michel Chevallier, el mar Mediterráneo era una clave esencial. Para los socialistas utópicos, la metáfora preside un proyecto que se plasma interviniendo concretamente en el orden mundial. Mares, canales, vías fluviales, no son sólo “formas de representar” sino componentes de un plan mayor.

El ideal utópico del saintsimonianismo propugnaba que la sociedad pasara del “estado crítico” –una aglomeración de individuos aislados en competencia, regidos por sus intereses personales- al “estado orgánico, en el cual “todas las actividades se ordenan en torno a una definición de la finalidad de la acción social: la sociedad se convierte en una”, merced a la comunicación, a la interrelación entre los puntos dispersos (Mattelart, 1996, p. 67). Los flujos tienen una dirección, un origen y una desembocadura, como un río o un canal. La comunicación aparece como una corriente fluida, facilitada por las obras del progreso.

La concepción de la comunicación como un flujo unidireccional puede ser reconocida en el conocido esquema “matemático” –aunque quizá sea más bien ingenieril- que postula Claude Shannon (1948). Reaparece también en los '60 y '70 para describir el modo de circulación de la información: la posición del “libre flujo” de la información choca con la denuncia de los “flujos asimétricos”, constituyendo el eje de un debate político histórico en el campo (MacBride, 1980).

Las metáforas encierran una concepción de poder y de sociedad. Dice Bachelard que el río narra la historia de un rey: la geografía no tiene para nada en cuenta a sus afluentes, sino sólo su fuente y su destino (Bachelard, 1978, p. 229). La metáfora de los flujos destaca los recorridos y es más fluvial que marítima: la conexión es punto a punto, hay trazado de vías y trayectorias reconocibles. La comprensión que proporciona la metáfora abreva, fundamentalmente, en concepciones funcionalistas. No obstante, el espacio hídrico se va ampliando paulatinamente: los flujos, como ríos continentales, han desembocado en “mares de información”, movidos por “olas tecnológicas”. Las nuevas prácticas son marítimas: “surfear” y navegar por vastos océanos.

## Mares de información

La emergencia de la Internet va a ser una “confluencia” de las diversas vías de comunicación que se vierten en el mar ilimitado de la información (California State University, 2006). Aunque la circulación de datos utilizó en algún momento una metáfora más terrestre, como la de las autopistas (Gore, 1994), este tipo de infraestructura no se consolidó, como tampoco lo hizo la metafórica territorial que la denominaba. La predilección de un campo semántico sobre otro no es una simple contingencia: las metáforas se arraigan en el lenguaje cotidiano porque comportan una imagen que coincide con un modo de percepción generalizado (Eagleton, 1997). En este caso, el cambio de paradigma en las ciencias sociales y la transformación cultural pos-moderna, más abierta a la movilidad que a la fijeza (Lash, 1997) presiona a favor de esta preferencia. Los caminos, las autopistas, son vías rápidas con un inicio y un final; sus recorridos son identificables y controlados. En cambio, el mar tiene bordes abiertos, está en movimiento y su naturaleza es incierta.

Para el marino que se interna en las grandes aguas, las trayectorias son azarosas y pueden estar abiertas al antojo personal. Nadie sale a la aventura en una autopista; es sólo una ruta que proporciona un atajo con el consiguiente ahorro de tiempo que permite ocuparlo en alguna actividad productiva. El mar, en cambio, es desafiante e incita a la aventura. La imaginación literaria rara vez se posa en las autopistas y, si lo hace, es para detener su cualidad esencial: el movimiento veloz. Como invento social, puede ser bloqueado por la misma civilización que lo engendra (Cortázar, 1966). En cambio, el mar no es una invención técnica; excede la medida humana y está fuera del control civilizatorio. En la metáfora, entonces, la información es una creación *ex-nihilo* que se resiste a los corsés con los que pretenden ceñirla. La imagen naturaliza su existencia, excluyendo las posibilidades de intervenir en su dinámica, sus propiedades y su condición.

El mar de la información (Levis, 2000; Alberch I Fugueras y Cruz Mundet, 2004) y la sociedad del conocimiento que se yergue a su vera ha pasado por distintos estadios de evolución (Mc Luhan, 1985; Castells, 2002); sus transformaciones tienen que ver con la marejada provocada por las “olas tecnológicas”. El libro *La Tercera Ola*, de Alvin Toffler, marca un hito en la construcción de estos sentidos: en la sociedad del conocimiento, la información es el producto más importante. También la comunicación

adquiere un valor fundamental, puesto que amplifica los procesos mentales y ayuda a la desmasificación. Aunque no lo notemos, ya estamos “sumergidos” en estos procesos. (Toffler, 1980)

Las metáforas marítimas se consolidan con los usos de la Internet: las herramientas que permiten introducirse en ese mar son los “navegadores”. Este término, que está muy fuertemente instalado, no es la única representación posible para sus operaciones: si la información hubiese sido pensada como un libro, la palabra que se hubiera generalizado podría haber sido “paginadores”. Aunque el lenguaje del *hardware* viene de la arquitectura y la ingeniería, las actividades del usuario son concebidas como la acción de un navegante que sale a la mar con unos pocos datos precisos y una gran habilidad personal. La destreza en estas artes es un capital que se acumula individualmente: la navegación en la Internet es una competencia que se aprende ejerciendo, con poca formación y mucha práctica. Los internautas desarrollan unas capacidades semejantes a las de un marino que boga con algunos instrumentos rudimentarios y se interna en la exploración poniendo en juego sus maestrías, lo que incluye la modalidad llamada “navegación intuitiva”. (Balaguer Prestes, 2010; *Interactiva* 2008)

En este gran mar, las pericias pueden incluir el buceo y las actividades de superficie. El *surfing* es una práctica deportiva que acompaña y atraviesa el movimiento del oleaje de la información. No es extraño que los entusiastas internautas sufran de asfixia o ahogo cuando la masa informe de datos amenaza con hundirlos (Urresti, 2008). Hasta ahora, sin embargo, esa contingencia no se ha llamado “nafragio”, pues el navío es lo menos importante. El uso de la metáfora de la navegación no registra a los protagonistas en su existencia física o a los objetos de su entorno –algo que es inherente a los mundos virtuales- sino que se sustenta en un relato atento a los acontecimientos, los hallazgos, las eventualidades. Lo que interesa retener en estos usos metafóricos es la casi desaparición del referente humano: la navegación pierde el sentido de una relación entre sujetos para convertirse en un juego con los elementos.

### **El descubrimiento de una *Terra ignota***

El mar dinamiza la imaginación, labra ficciones fabulosas, convoca fantasías y sacude temores, como lo prueban las criaturas prodigiosas surgidas de las impresiones de los antiguos navegantes. Quizá la sugestión de las metáforas marítimas haya pesado

también en los estudiosos de la comunicación, que pasan mucho tiempo confeccionando mapas y cartografías para recorrer sus territorios (Schlesinger, 2009; Torres, 2008; Bonilla Vélez y Tamayo Gómez, 2007; Rizo García, 2007). La evocación de mapas y calcos se inspira en las teorías de Deleuze y Guattari (1985; 1988); retomadas por Jesús Martín Barbero (1987) en *De los medios a las mediaciones*, fueron multiplicadas por sus seguidores hasta convertirse en un lugar común para definir la actividad del analista. Si bien el uso de mapas, brújulas y cartografías no se reduce a la orientación en las masas líquidas sino que se aplica de un modo más general a toda región inexplorada, llama la atención esta necesidad de orientación, como si el suelo comunicacional – terroso o líquido- se tratase de una *terra ignota*. Quizá, entonces, este medio sea bastante más pantanoso de lo que parece a simple vista, ya que la necesidad de *anclajes* da a entender el dinamismo y la movilidad de las superficies recorridas (Reguillo, 2000; Huergo, 2004; Aladro Vico, 2004). Si el paisaje se transforma, se vuelve imperioso encontrar un punto estable desde donde avistar el horizonte: contra toda la precariedad connotada por el tránsito marítimo, la acción de ancorar el bajel para que no se desplace trasunta el deseo de encontrar una perspectiva fija. La noción de “anclaje”, designación derivada de la actividad marítima de echar anclas, se transforma en metáfora dentro de la semiología (Barthes, 1995) para subrayar señalar la facultad de detener el deslizamiento del sentido, inasible, resbaladizo, que escapa como un pez de entre las manos.

Internarse en mundos recónditos no deja de ser una acción audaz, aunque habría que considerar si estas vacilaciones e inseguridades, planteadas en el campo de la comunicación, tienen algún asidero. En todo caso, podemos reconocer en éste un impulso moderno que se propone disipar las fantasmagorías oscurantistas. Claro que no es muy nuevo; tiene antecedentes históricos que incluyen al arriesgado Colón. Pero quizá el precursor más célebre de este ánimo prometeico fue Carlos V, quien abolió el lema medieval *Non Terrae Plus Ultra* [no existe tierra más allá] que “cerraba” el paso del mar Mediterráneo a la altura del estrecho de Gibraltar. Así, intentaba animar a los marinos a retar la frontera del fin del mundo que, según el mito, fuera creada por Hércules. Con este gesto, inauguraba simbólicamente la exploración del *Mare incognito*.

Los antecedentes que evoco no tienen una finalidad simplemente ilustrativa o literaria. El uso de esta metafórica en el campo de la comunicación sugiere que es hora de adentrarse en comarcas desconocidas. Este nuestro caso, el mar plagado de peligros es metáfora de la Internet. El espacio virtual no es algo *ya ahí* a ser descubierto sino un ámbito nebuloso e indistinto. Desde los emplazamientos de tierra firme, se teme como otrora a los monstruos sumergidos. A pesar de los discursos tranquilizadores y animosos de los nuevos monarcas deseosos de ampliar las fronteras de sus imperios, el suelo de la comunicación virtual es percibido como inconsistente y fluctuante, con corrientes ocultas y remolinos subrepticios. A la manera de los vaticinios que se hacían a los navegantes, el lance aventurero recibe pronósticos funestos, como el de Umberto Eco. “La hoja –dice- nos da garantías, mientras que el soporte electrónico no. Basta que haya una desmagnetización general o que un empleado se olvide de digitalizar los contenidos de nuestros bancos de datos y quedamos todos *alzheimerizados*” (Eco, 2010, p. 4).

La promesa de las tecnologías es la movilidad total, la amplificación –y no la pérdida- de las capacidades del ser humano (Cabrera, 2006). Y se anuncia que es infalible; ¿por qué temer, entonces? Las voces plañideras de las sirenas que seducen al internauta prometen la felicidad: las prevenciones son más de los estudiosos que de los usuarios, que se atreven a zarpar y divertirse. Los viajeros de la Internet se internan mar adentro *a nivel de la superficie*: el movimiento es horizontal. La faz externa de este piélago es un plano luminoso que se desliza y extiende hasta unirse con el cielo. Es el lugar de encuentro entre lo alto y lo bajo, el de la unión entre lo conocido y lo recóndito, entre el cielo y el agua, entre lo luminoso y lo oscuro. En este punto intermedio, de contacto de distintos órdenes materiales, los seres humanos encuentran un hábitat confortable. En ese encuentro se produce una condensación de sentidos; en la metáfora castoriadiana, se trata de seguridades muy acotadas en un universo de incertidumbre, de islas de significación en mares de indeterminación (Castoriadis, 1993).

El temor, sin embargo, no está asociado a la navegación ni a la masa acuosa que nos rodea: el miedo tiene que ver con el *hundimiento*. El mar convoca a la aventura porque se percibe que guarda en su seno arcanos insepultos. La profundidad abisal, potencial continente de entidades prodigiosas y terroríficas, es un reino invisible. El mundo submarino es parte de las pesadillas del imaginario humano, es el lugar donde la luz se extravía y la oscuridad crece; donde sonidos acueiformes se desplazan pesadamente y

en sordina. La percepción se altera y con ella, la conciencia del yo (Turkle, 1997). Nos desconocemos, nos extraviamos. Al bucear en las tinieblas, el orden vital que nos define se modifica y nuestra identidad se ve amenazada, cuando no directamente diluida. Perdida la tierra firme, todos somos exiliados y nadie es más anónimo que un náufrago. La insistencia en “mostrarse” en la Internet quizá apunte a conjurar la maldición del expatriado.<sup>3</sup>

Sin dudas, uno de los sentimientos movilizados por la metafórica oceánica es el desasosiego. Dice Daniel Cabrera (2010) que, quien se mueve con temor al hundimiento, se refugia en la velocidad. Ésta parece ser la clave de un movimiento acuático que se despliega en la cara externa del mar, como el *surf*. Pero un deporte es más que un conjunto de movimientos; el medio en el que se desenvuelve, el equipo que requiere, la articulación del cuerpo y la dirección de la mirada es importante. A diferencia de la navegación, en el *surf* el propio cuerpo está en contacto con los elementos, requiriendo apenas una tabla. El *surfer* se mueve *entre* las olas, sin impregnarse demasiado ni introducirse necesariamente en una relación profunda con el elemento marino, discurre sobre las aguas en una suerte de inconciencia que anula el recelo: la amenaza está “abajo”, pero él no penetra. Su medio fundamental es el aire. En términos de su dirección, fija la vista hacia adelante y es capaz inclusive de mirar hacia los lados, en solidaridad con los otros nautas, siempre y cuando sus acompañantes mantengan la misma velocidad, pero le resulta mucho más difícil mirar hacia atrás, al lugar de la partida, a riesgo de caer. En esta metáfora, la imagen del mar es espectacular; la atención está puesta en las formas que se agitan sobre las aguas.

La representación de la actividad en la Internet como “*surf*” pondera el movimiento rápido y el equilibrio sobre un piso oscilante; demanda sobre todo velocidad de reacción, más que reflexión o contemplación. La trayectoria de la acción y su dificultad para ver lo que se va dejando atrás habla también de la dificultad en retroceder. La analogía con las exigencias del trabajo actual y las aptitudes requeridas para sostenerse en la marejada no es, sin duda, mera coincidencia.

## Plenitud oceánica

La relación entre concepto metafórico y experiencia se desdibuja cuando hablamos de una actividad humana virtual sostenida a través de representaciones sin mayores referencias empíricas. *Vivimos* una suerte de comunión con esta entidad metafórica. Los “usuarios” de la Internet son parte de ese piélago virtual, que los incluye y los desidentifica,<sup>4</sup> como partes de un todo en devenir. En la expresión metafórica, el *maremágnun* virtual no es un simple complemento de la “vida concreta” sino la *manifestación de su transformación*: la licuefacción avanza sobre los territorios antes firmes; la humedad cala y deshace la resistencia material. Todo acontece como si se experimentara una supremacía paulatina del mundo líquido sobre el sólido, como si un fenómeno tangible -el gradual derretimiento de los polos- se hubiera incrustado en una poco esperanzada representación del presente, abonando una imaginación que asume y generaliza la idea del crecimiento de las aguas: episodio final de una historia circular que retorna al estado primigenio.

La imagen del avance de las aguas no es tranquilizadora; por el contrario, conlleva el recelo al crecimiento y el desborde, la alarma que provoca la inminencia de la inundación. El embate hídrico puede provocar la disgregación de aquello en relación con lo que se establecen los parámetros de orientación, la delimitación de la identidad y el principio de poder: el dominio sobre un territorio, que permite una demarcación y circunscripción donde realizar la acumulación. No obstante, el agua es menos destructora que el fuego ya que tiene la propiedad de la *combinación*: asimila sustancias, atrae esencias (Bachelard, 1978, p. 144), se impregna de todo, mezcla todo. Su acción acarrea un efecto de desjerarquización. No se trata de una pérdida total, sino de la integración de elementos, despojados de lo superfluo, en un continente mayor. Se produce una condensación que lleva a que desaparezca la envoltura y persistan los componentes esenciales, sin su cubierta, dispersos o diluidos en el medio que los aloja. Las nuevas y sintéticas modulaciones del lenguaje evidencian un proceso semejante al aludido en la metáfora.

A diferencia del mar, que es percibido en su movimiento y oleaje, la superficie horizontal del océano carece de velocidad y es inapropiada para los deportes. En la analogía con el discurrir del tiempo, el océano no es un torrente tumultuoso donde la sucesión de minutos puede contarse: es un tiempo inconmensurable. No da la sensación

de un desgranamiento en gotas-minutos sino que, a la inversa, parece expandirse hasta comprender la totalidad. En términos temporales, se trata de la eternidad. El océano es un todo *en crecimiento*.

De aquí que la metáfora del “mar de la información” sugiera una forma de existencia autopoiética, representando un organismo viviente capaz de crecer y autorreproducirse, constantemente alimentado por sí mismo, del cual los internautas –desindividuos- son parte. Sfez llama a esta metáfora “la Creatura” y dice que en esta entidad

no hay disyunción sino implicación, incluso identidad. ... El proceso es lo único que cuenta, y en el proceso, siempre inacabado, se mezclan el hacer y lo hecho, el decir y lo dicho... El organismo... se construye en espiral. En cada momento, está completamente presente en sí mismo y enriquece las variaciones del propio movimiento. El organismo crece, he aquí el aspecto de su organización que algunos denominaron “autoproducción”. (Sfez, 1995, p. 74)

Este “organismo” combinado y creciente es de una intransigencia fascinante; no conoce límites ni admite oposiciones; ignora todo reclamo o regla externa a sí mismo, se desentiende de cualquier condicionamiento. Se parece a una fuerza natural o a una divinidad: Cronos, que fagocita a sus hijos.

Así, en la imagen, el mar de la información y las redes de comunicación alcanzan otra envergadura; una dimensión “oceánica” tal que se diluye la percepción de un exterior, se desdibuja toda tierra firme, se pierden las referencias. El espacio no es una restricción ni consigue fijarle fronteras. Si seguimos el razonamiento de Sfez, no estamos sin embargo “perdidos” en el océano sino que “somos” el océano. La imagen sería, en este caso, una metáfora *expresiva*, que *manifiesta* una presencia, en lugar de representarla (Sfez, 1995, p. 75). Vivimos en y por la metáfora.

La desindividuación supone la incorporación de cada sujeto a un universo extenso como un componente más. Freud (1930) llamó a este sentimiento “oceánico” o “sentimiento de eternidad” y lo usó como metáfora de la felicidad, puesto que colma la aspiración humana de infinitud y trascendencia. El sentimiento oceánico es, para Freud, la perduración de ese yo total que abarca la realidad externa, como una sensación de pertenencia cósmica universal que algunas personas experimentan y que suele



manifestarse en el terreno de la religión. La fusión con el todo proporciona la impresión de plenitud e ilimitación: no hay otra cosa que una presencia, *la* presencia.

Para Freud, este sentimiento es un residuo de la personalidad infantil. El psicoanálisis postula que, en la primera infancia, el yo lo abarca todo, es la única realidad existente. A medida que el sujeto va madurando, va diferenciando el yo de los objetos e identifica ese mundo hostil que se opone a la propia voluntad. Lacan matiza esa idea agregando que, mientras el Yo constituye en la completitud, el Sujeto se constituye en la falta. Son los sujetos los que están en relación con un Gran Otro –la norma- y a otros que operan como límite del yo.

La aparición de un “yo” total e indiferenciado implica, por un lado la insignificancia del otro –como diferente- y lo Otro –como norma-; por otro, la subyugación de la identidad subsumida en el todo. No hay regulaciones, no hay fronteras, no hay obstáculos ni rivalidades sino la inmensidad de un océano sin frenos en su expansión. Cada cosa alcanzada por este océano es absorbida, implicada y transformada en *lo mismo*. La metáfora, entonces, es totalizante y alcanza una semejanza notable con la experiencia religiosa en la cual el yo se funde con la divinidad. Tal como Saint-Simon percibió, esta visión unificadora sutura la falta, deslía las angustias existenciales y desoye toda constricción de un “afuera” que no puede oponerse, que va siendo asimilado por esta suerte de plasma original. En estado de disolución, los elementos pierden gravidez y lo que se resiste se pierde. La diversidad existe mientras pueda ser incluida y adaptada al medio acuoso. Pero los componentes algo aportan: el líquido va rarificándose.

Estas aguas oceánicas son lo que el plasma primigenio al mundo y el líquido amniótico a la existencia humana. La oscuridad de la matriz no es el vacío. Todo está allí está, en germen. El agua del océano puede aparecer como un “mediador plástico entre la vida y la muerte” (Bachelard, 1978, p. 25), la emergencia de la vida, el viaje último y la disolución final.

Al desaparecer la idea de lucha y contradicción, palidece la historia humana. No es la gesta del nadador que vence las olas, ni siquiera la osadía de los marinos que salen a la travesía sin garantías, sino la del pez que nada a favor, sin oposición, sin epopeya, en avenencia con su medio. Pero, ¿acaso éste no es el ideal de la comunicación? La

metáfora oceánica proporciona la ilusión de un lenguaje común, uniforme, fluido, continuo, sin choques.

Quizá, en el origen etimológico del término comunicación ya esté contenido el fundamento de la fusión. Según esta sugestiva metafórica, la comunicación se realiza como acto total de comunión y absorción. Lo que desaparece es el otro, como límite y como diferencia. Su realización plena supone un tipo de felicidad despersonalizada, inhumana, llena y, por eso mismo, carente de impulso. Advierte Arthur Clark, en *El fin de la infancia*: “Únicamente los individuos pueden sentirse solos, únicamente los seres humanos. Cuando las barreras cayeran al fin, la soledad se desvanecería del mismo modo que la personalidad. Las innumerables gotas de lluvia se habrían confundido con las gotas del océano”. (Clark, 1965, p. 204)

¿Ésa es la forma de la felicidad que buscamos, un útero total que nos contenga, capaz de abolir de una vez para siempre la soledad?

### **Recuperar la poesía, salvar la metáfora**

Querría apuntar algo más, en defensa del mar como horizonte dinámico, siempre cambiante, capaz de hacernos comprender nuestra pequeñez cuando ruge al estrellarse contra los espigones, aguas prepotentes pero al mismo tiempo obedientes al hechizo lunar. El mar es tan avasallante como vacilante, muestra una faz pública y guarda otra densidad en lo profundo. En el océano reside el mítico origen de la vida en la Tierra; quizá por ello engendre en nosotros un conjunto tan intrincado de fantasías y fantasmagorías. Nada como las grandes aguas para ver reflejado nuestro paisaje emocional. En su ambivalencia, el mar azuza la imaginación.

Si la liquidez es metáfora privilegiada del mundo social contemporáneo, el mar lo es de nuestras emociones: el yo aparece como un compuesto inestable en mutación, en continua fluctuación, agitado por las pasiones, anegado por sentimientos, ahogado por pesadillas oscuras, o calmo, espejo irisado de la luz del sol, tránsito y mediación entre dos costas, un proceso de asimilación de nuevos componentes, atravesado por movimientos contradictorios, habitado por presencias imperceptibles.

El mar es un universo de resonancias y un pulso sonoro. Es un olor peculiarísimo y un sabor, una experiencia única que narra nuestra biografía. No dice quiénes somos pero insinúa que podríamos ser otros. Narra nuestros idilios, con

un ritmo que entonces me pareció adecuado definir a través de la metáfora de las olas que constantemente vienen a lamer una y otra vez la orilla, y cuando parece que se van alejando sorprenden con una nueva embestida y así indefinidamente. Y elaborando un poco más, concluí que alguien hubiese dicho al respecto que el amor despliega una función-marea, es decir una forma de regular las aguas en las que flotan las naves imaginativas, una función-marea de crecimiento y decrecimiento que acecha mansa esperando un soplo de casualidad para emerger a la superficie de la conciencia (Anónimo, 2010).

Las aguas significarían entonces algo muy distinto; podrían ser un medio que divide y multiplica, que separa y une, que prolifera y singulariza, que engloba sin cautivar. El agua, decía Bauman, impregna lo sólido, se hace parte de él y le agrega sus moléculas sin disolver sus propiedades. Ésta podría ser, también, una buena metáfora de la comunicación: una relación de vecindad que deja huellas intangibles y trazas transitorias, que marquen sin imponerse: un intercambio que respete el derecho de ser otro.

El océano es un cosmos tan variado como desafiante. Las metáforas oceánicas nombrarán quizá, en algún escrito perdido, no la totalidad como *summa*, sino como coexistencia de las múltiples corrientes que constituyen ese universo fluido, ese líquido proteico capaz de recrearse, este mundo desconocido que reclama el derecho a devenir.

### **Coda**

Este artículo pudo llevar por subtítulo “Homenaje a Armand Mattelart”, ya que fue él quien inició, en un acto profundamente original, una genealogía de la comunicación a partir de Saint-Simon, subrayando la importancia de la noción de “flujos”. Su propia aventura del pensamiento lo llevó a indagar más allá de los recorridos conocidos para pensar la comunicación, llegando en sus búsquedas incluso a Colón. El virtual subtítulo fue desbaratado porque el homenaje suele ser un género discursivo que cierra una biografía intelectual y eso, en este caso, está lejos de cumplirse. En estas notas quiero, entonces, plasmar el reconocimiento a su trabajo cuidadoso y paciente para la reconstrucción de las historias de la comunicación y la búsqueda de la formidable

documentación con la que apoya sus ideas, implícito estímulo a desarrollar nuevas lecturas y rastrear relaciones inusitadas.

## Referencias

Aladro Vico, E. (2004). Comunicación como proceso simpático. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, 9, 117-128. Recuperado el 16 de agosto de 2010 de <http://revistas.ucm.es/inf/11357991/articulos/CIYC0404110117A.PDF>

Alberch I Fugueras, R. & Cruz Mundet, J. R. (2004). *La aventura de la información: de los manuscritos del Mar Muerto al imperio Gates*. Madrid: Alianza

Anónimo (2010). Folleto circulante en la Escuela de Letras, Universidad Nacional de Córdoba.

Bachelard, G. (1978). *El agua y los sueños*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica. 2003.

Balaguer Prestes, R. (2010, agosto-octubre) Zapping, navegación, nomadismo y cultura digital. *Razón y palabra*, 73, 1-18. Recuperado el 15 de noviembre de 2010 de <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/MonotematicoN73/11-M73Balaguer.pdf>

Navegación intuitiva (2008) *Interactiva: Revista de la comunicación y el marketing digital*, Dossier Creatividad, 96, 56-59.

Barthes, R. (1995). *Lo obvio y lo obtuso*. Buenos Aires: Paidós

Bartoli, A. (1992). *Comunicación y Organización*. Barcelona: Paidós.

Bauman, Z. (2002). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. 2006.

Bonilla Vélez, J. I., Tamayo Gómez, C. A. (2007). Violencia y medios de comunicación en América Latina: una cartografía para el análisis. *Signo y pensamiento*, 50, 212-231.

Cabrera, D. (2006). *Lo tecnológico y lo imaginario Las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Biblos.

Cabrera, D. (2011) *Comunicación y cultura como ensoñación social. Ensayos sobre el imaginario neotecnológico*. Madrid: Fragua

California State University (2006) *Navegating the sea of information*. Online Information Literacy Tutorial. Los Ángeles: University Library.

Castells, M. (2002). *La Era de la Información. Vol. I: La Sociedad Red*. México D.F.: Siglo XXI Editores.

Castoriadis, C. (1993) *La institución imaginaria de la sociedad*, Tomo II. Buenos Aires: Tusquets.

Chartier, Roger (1999). La revolución del texto electrónico (entrevista). En *Cultura escrita, literatura e historia* (pp. 195-225). México D.F.: Fondo de Cultura Económica. 2003.

Clark, A. (1965). *El fin de la infancia*. Barcelona: Minotauro. 1992.

Cortázar, J. (1966). La autopista del sur. En *Cuentos completos tomo II. Todos los fuegos el fuego*. Buenos Aires: Punto de lectura. 2004.

Deleuze, G. & Guattari, F. (1985). *El Antiedipo*. Buenos Aires: Paidós,

Deleuze, G. & Guattari, F. (1988) *Mil mesetas*. Valencia: Pre-textos

Eagleton, T. (1997). *Ideología. Una introducción*. Barcelona: Paidós

Eco, U. (2010, junio 6). Internet es idiota, como Funes el memorioso (entrevista). *Diario Perfil*, Buenos Aires, Suplemento de Cultura, 4.

Ford, A. (1996). *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires: Amorrortu.

Freud, S. (1976). El malestar en la cultura. En *Obras Completas*, Tomo XXI (pp. 65-140). Buenos Aires: Amorrortu. [1929-1930] 2007.

Gore, A. (1994, enero 11). Remarks as Delivered by Vice President Al Gore to The Superhighway Summit, Royce Hall, UCLA. Recuperado el 18 de noviembre de 2010 de [http://clinton1.nara.gov/White\\_House/EOP/OVP/other/superhig.html](http://clinton1.nara.gov/White_House/EOP/OVP/other/superhig.html)

Hjelmslev, L. (1971) *Prolegómenos a una teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.

Huergo, J. (2004). *Hacia una genealogía de comunicación/educación: rastreo de algunos anclajes político-culturales*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

Lakoff, G. & Johnson, M. (2001). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.

Lash, S. (1997) *Sociología del posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu. 1990.

Lazzarato, M. (2006). *Políticas del acontecimiento*. Buenos Aires: Tinta limón.

Levis, D. (2000). Informar e informarse en Internet. En M. Wiñazki, Miguel (comp.) *Puro Periodismo*. Buenos Aires, Universidad de Belgrano. Versión accesible desde la página del autor. Recuperado el 16 de agosto de 2010 de <http://www.diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/prensadigital.pdf>

Martín Barbero, J. (1987) *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.

Mattelart, A. (1996). *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. México: Siglo XXI editores.

MacBride, S. y otros (1980) *Un solo mundo, voces múltiples*. México: Fondo de Cultura Económica

McLuhan, M. (1985). *La galaxia Gutenberg*. México: Planeta.

Mons, A. (1994). *La metáfora social*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Reguillo, R. (1999-2000, invierno) Anclajes y mediaciones del sentido. Lo subjetivo y el orden del discurso: un debate cualitativo. *Revista de la Universidad de Guadalajara*, 17. Recuperado el 16 de agosto de 2010 de <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug17/4anclajes.html>

Ricœur, P. (1980). *La metáfora viva*. Madrid: Ediciones Cristiandad.

Rizo García, M. (2007). Las aportaciones de Erving Goffman a los estudios sobre comunicación interpersonal: un mapa analítico y reflexivo desde la propuesta de la Comunicología posible. *Sphera publica: revista de ciencias sociales y de la comunicación*, número extra 1, 2007, 95-110. (Ejemplar dedicado a: La investigación de la comunicación en Iberoamérica: historia, estado actual y nuevos retos)

Schlesinger, P. (2009). In search of creativity: building a new cartography. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 81, 103-105.

Shannon, C. (1948) A Mathematical Theory of Communication (publicado originalmente en *Bell System Technical Journal*). Recuperado el 19 de noviembre de 2010 de <http://www.essrl.wustl.edu/~jao/itrg/shannon.pdf>

Sfez, L. (1995). *Crítica de la comunicación*. Buenos Aires: Amorrortu.

Toffler, A. (1980). *La Tercera Ola*. Barcelona: Plaza & Janés.

Torres, W. F. (2008). Un territorio sin mapa. La comunicación en las culturas populares, *Anthropos*, 219, 186-194.

Turkle, Sherry (1997). *La vida en la pantalla*. Barcelona: Paidós.

Urresti, M. (2008, julio). Notas a la conversación. Paradojas, dudas e insinuaciones. Un debate sobre las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *Argumentos*, 9. Recuperado el 16 de agosto de 2010 de <http://argumentos.fsoc.uba.ar/n09/articulos9.htm#1>

Vargas Llosa, M. (2002, junio). La utopía del agua corriente. *Letras Libres*. Recuperado el 1º de agosto de 2010 de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:e3OH5LsXG2IJ:www.letraslibres.com/index.php%3Fart%3D7538+saint+simon+flujos&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ar>

Zallo, R. (2005, julio-septiembre) La vuelta de la política cultural y comunicativa. *Telos*, 64. Recuperado el 16 de agosto de 2010 de [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:n7K4mFYA\\_sUJ:sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/editorial.asp%40rev%3D64.htm+flujos+comunicativos&cd=10&hl=es&ct=clnk&gl=ar](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:n7K4mFYA_sUJ:sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/editorial.asp%40rev%3D64.htm+flujos+comunicativos&cd=10&hl=es&ct=clnk&gl=ar)

---

<sup>1</sup> Investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y profesora de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. [vaninapapalini@gmail.com](mailto:vaninapapalini@gmail.com)  
Sitio web: <http://vanina-ue.academia.edu/VaninaPapalini>  
Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires y Doctora en Ciencias de la Información y la Comunicación por la Universidad de París 8.  
Autora del libro individual *Anime. Mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social* y editora del libro colectivo *La comunicación como riesgo. Cuerpo y Subjetividad*.

<sup>2</sup> Paul Ricœur distingue las “metáforas de invención” de las “metáforas usuales”, que responden respectivamente a procesos de creación metafórica y sistematicidad metafórica.

<sup>3</sup> En la metáfora de la tierra firme versus el mar, la definición del yo está relacionada al lugar donde se nace: la patria –tierra de los padres-, implica una continuidad transgeneracional y una designación personal por asociación con un colectivo, una cultura y un territorio. En la Internet, como ya se señaló, la simbólica territorial pierde densidad, el contexto se borrea y ni siquiera es necesario describir la propia situación vital, de allí también que la ficcionalización de identidades sea recurrente.

<sup>4</sup> No quiero decir que, efectivamente, las identidades se desdibujan completamente, sino que el médium, en su estructura y sistema operativo, tiende a la despersonalización. Que las interfaces busquen balancear este efecto hasta llegar a la saturación autorreferencial no implica que la ingeniería de la Internet las exija. La Red no se asienta sobre *sujetos en situación* sino que involucra *usuarios en conexión*. La información personal no es un requisito, pero sí lo son las competencias personales en relación al médium, incluidas las habilidades de juego o la facilidad para sumar amigos.