

## HIPERLOGO

En cierto modo, la red informática mundial (*world wide web*) ha transformado el mundo en un paisaje marítimo. Si uno cliquea en el icono del navegador, aparece un mar nocturno con estrellas y un faro iluminado. Uno navega a través del mar infinito de informaciones. Uno ingresa a la red como a un vasto mar. En vez de *logearse*, uno podría decir «embarcarse». No obstante, el mar no aparece tan amenazador como en épocas pasadas. Todavía para Hegel el mar era un símbolo de incertidumbre e incommensurabilidad atemorizantes. Así compara él, en su discurso inaugural en Berlín, el pensamiento con un aventurero viaje en barco en un océano infinito:

*La decisión por el filosofar se arroja directo en el pensamiento [...], se arroja como en un océano sin puerto; todos los colores variados, los puntos de apoyo, han desaparecido, todas las amigables luces restantes se han apagado. Solo una estrella ilumina, la estrella interior del espíritu; esta es la estrella polar. Sin embargo, es natural que al espíritu en su soledad consigo mismo lo acometa en cierto modo un horror; uno no sabe aún qué pretende, adónde llegará.<sup>1</sup>*

<sup>1</sup> G.W.F. Hegel, *Enzyklopädie der philosophischen Wissenschaften*

El sistema de Hegel se basa en ese sentimiento de «horror». Se funda, pues, en medio del «océano sin puerto». Tampoco Xanadú, el palacio de recreo de Kubla Khan, se apoya sobre tierra firme. Allí hierve la tierra y el río sagrado Alfa cae estruendoso monte abajo en el mar sin sol.

La red presenta un mar completamente diferente. En este caso, no se trata ni de la incertidumbre ni de la inconmensurabilidad. Surfear es ciertamente la contraimagen de esa navegación en lo incierto. El usuario es un turista en la red, que se mueve a través de los *hiperlinks*. Surfear refleja el estado de ánimo que, desde hace tiempo, también tiene efecto por fuera del ordenador. El usuario se encuentra de viaje en el mercado de la red, es decir, en el hipermercado, en el hiperespacio de la información. El mar, con sus incontables barcos-*containers*, no es más el mar de Homero o de Hegel. También el concepto de «explorar» (*browse*) subraya el cambio del estar-en-el-mundo. En contraposición a surfear, explorar no es una figura marítima.<sup>2</sup> El usuario no tiene la actitud de una navegación aventurera, sino la de un consumista, la de un turista.

Allí donde el mar se transforma en un hipermercado, se apaga también esa «estrella interior del espíritu» con la que Hegel creía poder vencer la inconmensurabilidad e incertidumbre del océano

---

III, Vol. 10, Frankfurt del Meno, Suhrkamp, p. 416.

2 En inglés, la palabra *browse* significa «pacer», «pastar» o «devorar».



sin puerto. La nueva relación hacia el mar refleja otra comprensión del ser actual. El nuevo paisaje marítimo no conoce ni el espíritu ni el logos en sentido enfático. El logos cesa ante un *hiperlogo* que, sin embargo, no presenta una sencilla continuación del diálogo o del polilogo. Antes bien, abandona el orden mismo del viejo logos, al que se aferraban estos últimos. El hiperlogo es el nuevo orden de la hipercultura, aunque de él no se perciba el logos, sino más bien el *loguearse* o el *logo*, es decir, los logo-s.