

Los escritores vernáculos digitales y el concepto de valor en las escrituras digitales.

Olaizola Andrés.

Cita:

Olaizola Andrés (2016). *Los escritores vernáculos digitales y el concepto de valor en las escrituras digitales. Humanidades Digitales: Construcciones locales en contextos globales. Asociación Argentina de Humanidades Digitales, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/aaahd2016/34>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ey3x/kb3>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.



ASOCIACIÓN ARGENTINA DE HUMANIDADES DIGITALES

Humanidades Digitales: construcciones locales en contextos globales

Actas del I Congreso Internacional
de la Asociación Argentina de
Humanidades Digitales (AAHD)



Humanidades Digitales : Construcciones locales en contextos globales : Actas del I Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales - AAHD / Agustín Berti ... [et al.] ; editado por Gimena del Rio Riande, Gabriel Calarco, Gabriela Striker y Romina De León - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires, 2018.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-4019-97-4

1. Actas de Congresos. 2. Humanidades. 3. Digitalización. I. Berti, Agustín II. del Rio Riande, Gimena, ed.

CDD 301

ISBN 978-987-4019-97-4



Humanidades Digitales. Construcciones locales en contextos globales

Gimena del Rio Riande, Gabriel Calarco, Gabriela Striker y Romina De León (Eds.)

ISBN: 978-987-4019-97-4

> Índice

I. Preliminares

FUNES, Leonardo. *Palabras Preliminares*

del **RIO RIANDE**, Gimena. *Cuando lo local es global*

FIORMONTE, Domenico. *¿Por qué las Humanidades Digitales necesitan al Sur?*

II. Métodos y herramientas de las Humanidades Digitales

BIA, Alejandro. *Estilometría computacional, algunas experiencias en el marco del proyecto TRACE*

SALERNO, Melisa; **HEREÑÚ**, Daniel y **RIGONE**, Romina. *Modelado 3D del cementerio de la antigua Misión Salesiana de Río Grande: tareas efectuadas y potenciales usos*

VÁZQUEZ CRUZ, Adam Alberto y **TAYLOR**, Tristan. *Adnoto: un etiquetador de textos para facilitar la creación de ediciones digitales*

BRACCO, Christian; **CORREA**, Facundo; **CUEVAS**, Lucas; **CEPEDA**, Virginia; **DELLEDONNE**, Francisco; **VOSKUIL**, Anne Karin; **PAPARAZZO**, Nicolás y **TORRES**, Diego. *Una wiki semántica para las artes escénicas. Conceptos e implementación de la plataforma colaborativa Nodos*

IZETA, Andrés Darío y **CATTÁNEO**, Roxana. *¿Es posible una arqueología digital en Argentina? Un acercamiento desde la práctica*

LACALLE, Juan Manuel y **VILAR**, Mariano. *Una lectura distante de la investigación actual en*

Letras en Argentina

MARTIN, Jonathan y **TORRES**, Diego. *Análisis de patrones en la evolución de wikis*

MARTÍNEZ CANTÓN, Clara Isabel; **DEL RIO RIANDE**, Gimena y **GONZÁLEZ-BLANCO GARCÍA**, Elena. *Poetriae. Una colección de poéticas medievales basada en conceptos métricos únicos y referenciables*

SUED, Gabriela. *Ciudades visibles: estética y temática de tres ciudades iberoamericanas en la red social Instagram. Un estudio exploratorio desde las Humanidades Digitales*

III. Educación, políticas públicas, Humanidades Digitales en el aula

DAVICO, María Luz; **LINEARES**, Gabriel y **PEZZUTTI**, Luciana. *Literacidad electrónica en la enseñanza universitaria: cómo, cuándo y dónde*

MUÑOZ, Patricia Alejandra. *Valoración de un proyecto de desarrollo tecnológico y social en la enseñanza de Inglés como lengua extranjera*

PACHECO DE OLIVEIRA, Maria Livia y **SÁ DE PINHO NETO**, Júlio Afonso. *Brecha digital e o acesso à informação: projetos de inclusão digital*

CASASOLA, Laura. *Experiencia educativa con TIC: Celulares en acción*

DÍAZ, Aída Alejandra y **HUALPA**, Mariela. *Una experiencia de aprendizaje en educación superior mediada por TIC*

FRESCURA TOLOZA, Claudio Daniel. *Computación en la nube en la enseñanza de escritura académica*

LEÁNEZ, Nancy; **LECETA**, Andrea; **MARTÍN**, Marcela y **MORCHIO**, Marcela. *Hacia una reconfiguración del aula de lengua extranjera*

OLAIZOLA, Andrés. *Los escritores vernáculos digitales y el concepto de valor en las escrituras digitales*

CHECHELE, Patricia; **LURO**, Vanesa y **PINTOS ANDRADE**, Esteban. *Afiliarse en la distancia. El ingreso a la educación superior en un entorno virtual de aprendizaje*

ALLÉS TORRENT, Susanna y **DEL RIO RIANDE**, Gimena. *Enseñar edición digital con TEI en español. Aprendizaje situado y transculturación*

IV. Medios, re-mediación, redes sociales

RODRIGUEZ KEDIKIAN, Martín. #100DiasdeMacri. *Analítica cultural en la construcción de los primeros cien días de la presidencia de Mauricio Macri en conversaciones en Twitter*

ALONSO, Julio; **ALAMO**, Sofía; **GONZALEZ OCAMPO**, María Eugenia; **GIAMBARTOLOMEI**, Guido; **MANCHINI**, Lucas y **TOSCANO**, Ayelén. *¿Hacia una algoritmización de los sentimientos?*

DE MIRANDA, Jair Martins. *Samba Global– Do mundo do samba ao samba no mundo*

ORTIZ, María. *Las migraciones en los tiempos del software*

SANTOS, Laura. *Arte urbano, de la calle a las redes*

ALAMO, Sofía; **BORDOY**, Giselle; **CHETTO**, Melisa; **IBAÑEZ**, Fernanda, **MIGLIORINI**, Agustina y **GONZALEZ OCAMPO**, María Eugenia. #NiUnaMenos: *Big Data para la comprensión de una problemática de género*

KLIMOVSKY, Pedro. *El documental digital y la representación de lo real*

BERTI, Agustín. *Fotogramas autorizados: La crisis de la noción de obra cinematográfica ante las remasterizaciones*

BORDOY, Giselle. *El disco como obra abierta en interacción con las audiencias*

COELHO, Cidarley. *Forma Material Digital: livro e leitura na sociedade contemporânea*

V. Reflexiones sobre/desde/hacia lo digital

VISCARDI, Ricardo. *Actuvirtualidad e inter-rogação: un lugar entre-otros*

ÁLVAREZ GANDOLFI, Federico y **DEL VIGO**, Gerardo Ariel. *Hatsune Miku, una idol digital: entre el otakismo y el waifuismo*

SAÁ, Guido. *Reflexiones sobre música y narración: Recursos retóricos y exegéticos musicales en la línea narrativa y el pathos en BioShock 2 y BioShock Infinite*

GLUZMAN, Georgina Gabriela. *Algunas reflexiones sobre la Base de datos de mujeres artistas en Buenos Aires (1924-1939)*

DOMINGUEZ HALPERN, Estela; **ALAMO**, Sofía; **ALONSO**, Julio. *Entramados y ciudades. Visibilizando Baldosas por la Memoria*

GÓMEZ, Verónica Paula. *Territorios nacionales, territorialidades ciberespaciales: disputas discursivas sobre la soberanía en la circulación de literatura digital*

RIGAL COLLADO, Pablo Alonso; **MAESTIGUE PRIETO**, Nancy y **GARCÍA VÁZQUEZ**, Mayté. *La narración hipertextual. El reto cubano*

VI. La publicación científica y el Acceso Abierto desde las Humanidades Digitales

TSUJI, Teresa y **CANELLA**, Rubén. *Lenguajes y recursos multimediales para la difusión de la ciencia. Desafíos y oportunidades digitales*

CATALDI, Marcela; **DI CÉSARE**, Victoria; **FERNÁNDEZ**, Néstor; **HERNÁNDEZ**, Alicia; **LIBERATORE**, Gustavo y **VOUTTO**, Andrés. *Sistema taxonómico de organización de los recursos de información autoarchivados en el Repositorio Institucional de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Mar del Plata*

ÁLVAREZ, Leonardo Javier y **CORDA**, María Cecilia. *FLACSOAndes Tesis: comunicación científica de investigaciones realizadas en maestrías y doctorados del sistema FLACSO*

VII. Digitalización, políticas y prácticas, archivo y memoria

AUTHIER, Carlos; **GIORDANINO**, Eduardo y **LUIRETTE**, Carlos. *La preservación de la memoria audiovisual en Argentina*

GAMBA, Guido; **HEIDEL**, Evelin; **RAIA**, Matías; **ACUÑA**, Ezequiel; **ACTIS CAPORALE**, Carla; **DE LA HERA**, Diego y **ACEVEDO**, Melisa. *Recursos digitales para el acceso a los bienes culturales en dominio público*

FLORES MUTIGLIENGO, Jennifer. *Arte y Archivo*

BUGNONE, Ana y **SANTAMARÍA**, Mariana. *La política de democratización del archivo: el caso del Centro de Arte Experimental Vigo*

GAMBA, Guido; **HEIDEL**, Evelin; **RAIA**, Matías; **ACUÑA**, Ezequiel; **ACTIS CAPORALE**, Carla; **DE LA HERA**, Diego y **ACEVEDO**, Melisa. *Digitalización: Una experiencia de campo*

Los escritores vernáculos digitales y el concepto de valor en las escrituras digitales

OLAIZOLA, Andrés / Universidad de Palermo (UP) – aolaizola@gmail.com

» *Palabras clave: escrituras digitales, prácticas letradas vernáculas, universidad, estudiantes, valor.*

› **Resumen**

Usualmente, cuando se menciona la escritura en y a través de los entornos digitales se traen a colación conceptos como ubicuidad, multimodalidad, colaboración, etc. En contraposición, un concepto como el valor no parece tener una relación directa con la escritura y la lectura digitales: el valor suele relacionarse con la cotización en bolsa de las acciones de tal o cual red social, cuántos ingresos recibe un video de *YouTube* por publicidad o la fortuna de un CEO (*Chief Executive Officer*) de una empresa tecnológica.

El propósito del presente artículo es exponer que el valor no se relaciona indirectamente con las prácticas de lectura y escritura digitales, sino que está imbricado en ellas, en tanto que la composición y la recepción de textos digitales se basan en el deseo y la necesidad de producir contenidos que agraden a la audiencia y de recibir una retroalimentación positiva de esta, lo que determina que los textos de los escritores/lectores puedan incluirse en un sistema de valor. Estas y otras conclusiones se derivan de una investigación que realizamos a partir del análisis de algunas muestras de la escritura digital de estudiantes de una universidad argentina de gestión privada.

› **Introducción**

En primer lugar, definiremos qué entendemos por escritura digital. Después, describiremos algunos aspectos metodológicos de la investigación realizada. En tercer lugar, detallaremos conclusiones derivadas del análisis cuantitativo sobre cómo los estudiantes conciben a su audiencia. Luego, se expondrá cómo el valor es una parte fundamental de la escritura digital. Finalmente, esbozaremos algunas conclusiones.

› ***Sobre la escritura digital***

Las caracterizaciones y definiciones de la escritura y lectura digitales fueron cambiando a medida que evolucionaban las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Los primeros estudios de las décadas del ochenta y del noventa (Nelson, 1981; Bolter, 1991; Landow, 1995; 1997) se centraban en la diferencia entre leer y escribir en soporte analógico y en soporte digital. Estos análisis identificaban tres rasgos distintivos para la composición y recepción de textos digitales: hipertextualidad, intertextualidad explícita y proactiva y multimodalidad.

Los estudios más recientes (Porter, 2002: 375-394; 2009: 207-224; DigiRhet.org, 2006: 231-259) destacan la interconectividad entre los dispositivos a partir del desarrollo de internet y de servicios como la *World Wide Web* o el correo electrónico, y la dinámica de la *Web 2.0* como los rasgos distintivos de las prácticas de lectura y de escritura digitales.

En el National Writing Project, DeVoss *et al.* (2010) desarrollan una de las definiciones más abarcadoras del concepto, la cual seguimos en este trabajo:

Definimos a la escritura digital como las composiciones creadas con y para ser leídas o vistas en una computadora u otro dispositivo que esté conectado a Internet. La transformación más grande de la escritura digital son las formas interconectadas en la que es posible compartir, distribuir y archivar composiciones digitales usando tecnologías de Internet. La interconectividad permite que los escritores puedan extraer contenidos de una miríada de fuentes, usar una variedad de modos, construir diferentes tipos de composición enmarcados en distintos géneros y distribuir su trabajo casi instantáneamente y de manera global (De Voss *et al.*, 2010: 7).

Las diferentes formas de interconectividad permiten que la comunicación escrita digital tenga la posibilidad de no ser diferida. El autor puede compartir cada una de las etapas del proceso de escritura instantáneamente a través del tiempo y del espacio para obtener una rápida respuesta. La escritura digital, por su propia naturaleza, invita y en cierto sentido demanda un *feedback* instantáneo (National Writing Project *et al.*, 2010: 23). A su vez, la interconectividad posibilita que los autores digitales empleen distintos servicios, plataformas, aplicaciones en línea y software libre para componer, compartir y distribuir textos multimodales, videos, presentaciones audiovisuales, animaciones, infografías, etc.

La interconectividad de los dispositivos, por lo tanto, enmarca a las demás características que generalmente definen a la escritura digital: multimodal, multimedia, colaborativa, instantánea, auténtica (con audiencias reales), recursiva, etc.

Las escrituras y lecturas digitales no solo propician nuevos modos de composición, distribución, almacenaje y recepción, sino que también desarrollan diferentes maneras de participación. Jenkins y otros autores sostienen que las prácticas letradas de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) apoyan, demandan y generan una *cultura participativa* (Jenkins *et al.*, 2006; Jenkins, 2008) en el marco de una *convergencia mediática* (Jenkins, 2008), la cual, a su vez, depende, en gran medida, de la participación activa

de los usuarios.

Específicamente, una cultura participativa es aquella que tiene limitaciones relativamente bajas para con la expresión artística y el compromiso cívico, apoya fuertemente la creación y la distribución de producciones propias y posee una tutoría informal que se ocupa de transmitir el conocimiento de los expertos a los novatos. Los miembros de una cultura participativa creen que su contribución a la comunidad es importante y sienten cierto grado de conexión social entre ellos o al menos les importa lo que otras personas piensan sobre lo que han creado (Jenkins *et al.*, 2006).

Por otro lado, el concepto de convergencia mediática designa “el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas” (Jenkins, 2008: 14). Es menester aclarar que la convergencia mediática debe entenderse como un proceso entre diferentes y múltiples sistemas mediáticos que coexisten entre sí y a través de los cuales los contenidos digitales discurren fluidamente y no como una relación fija y estática. Antes que un proceso tecnológico, la convergencia es un cambio cultural que motiva y promueve que los consumidores indaguen en nueva información y establezcan conexiones entre distintos contenidos mediáticos (Jenkins, 2008: 14-15).

La cultura participativa emerge a medida que la cultura absorbe y responde a la explosión de las últimas tecnologías que hacen posible que el usuario promedio archive, comente, se apropie y haga circular una y otra vez contenido digital de maneras novedosas. De acuerdo con Jenkins *et al.* (2006), la cultura participativa genera nuevas formas de participación, entre las que se incluyen las siguientes:

1. Afiliaciones: membresías formales e informales en comunidades online, redes o diversos medios (*Facebook, MySpace, Twitter, Google +, LinkedIn*, tableros de mensajes, clanes de juego, etc.) en torno a intereses afines.
2. Expresiones: producir nuevas formas creativas, como *sampling* digital, *skinning* y *modding*, videos y textos de ficción realizados por fans, *mash-up*, etc.
3. Resolución colaborativa de problemas: trabajar en equipos, formales e informales, para llevar a cabo tareas y para desarrollar nuevo conocimiento (wikis, tutoriales, juegos de realidad virtual, etc.).
4. Circulación: dar forma al flujo de los medios (*podcasting, blogging*).

› **La investigación**

Nuestra investigación analizó la escritura digital de los estudiantes de la materia Comunicación Oral y Escrita de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Específicamente, nos centramos en las prácticas de escritura y lectura digitales que desarrollan los alumnos más allá del aula universitaria, en su esfera vernácula, es decir, en los

textos digitales que componen, leen, remixan, distribuyen y archivan en sus ratos de ocio en y a través de los entornos digitales interconectados.

El trabajo partió de la hipótesis de que cuando los estudiantes escriben y leen textos digitales fuera de la esfera académica ejecutan de forma competente ciertos procesos detallados en los modelos cognitivos de composición de textos, procesos que son fundamentales en la producción y comprensión de discursos científico-académicos. Por lo tanto, postulamos que es necesario integrar las prácticas letradas vernáculas digitales al proceso de alfabetización académica.

Como diseño de campo realizamos una encuesta a 25 de los 28 cursos de Comunicación Oral y Escrita que se impartieron durante el segundo cuatrimestre del año 2014. En total, se encuestaron a 541 estudiantes. El cuestionario, de 17 preguntas cerradas y 3 abiertas, relevó las prácticas letradas vernáculas digitales y las prácticas letradas académicas analógicas de los estudiantes. Los datos recolectados se analizaron, en primer lugar, de forma cuantitativa, para después articularlos con un análisis de tipo cualitativo.

› ***Sobre la audiencia y su feedback: algunos datos cuantitativos***

Antes de desarrollar el aspecto central de este artículo, quisiéramos compartir algunos datos cuantitativos que nos sirven para delinear cómo conciben los estudiantes encuestados a los receptores de sus textos y su retroalimentación.

La audiencia posee una importancia central en las prácticas letradas digitales, por su potencial autenticidad y variedad y por la capacidad que posee de retroalimentar el proceso de composición. Por lo tanto, una de las preguntas del cuestionario se centró en la reflexión que realizaban los escritores sobre el público y en cómo concebían el *feedback* de sus lectores.

El 66,73% de los estudiantes poseía un sentido de la audiencia cuando se disponía a construir un contenido digital en sus perfiles o cuentas de redes sociales, ya que deseaba que ese texto ocasionara determinados efectos en los lectores. Este 66,73% respondió que, además del gusto propio, tenía en cuenta que el asunto fuera interesante para los lectores (61,3%), que fuera gracioso (29,1%) y útil (27,4%).

Cuando publicaban un contenido en sus perfiles o cuentas, la mayoría (64,5%) no esperaba que sus amigos o contactos lo compartan o vuelvan a publicar. La circulación no era entonces un factor que los estudiantes tuvieran en cuenta para observar cómo el texto era recibido por los lectores; sin embargo, esto no significa que no desearan algún tipo de réplica. Antes bien, el 54,7% de los encuestados anhelaba comentarios de parte de sus amigos o contactos. ¿Qué tipo de comentarios? En realidad, no importa qué clase de comentarios, lo importante es que los hubiera: el 59,4% esperaba cualquier tipo de opinión, el 27,3% esperaba comentarios o respuestas que describieran lo que les gustaba de la publicación, el 20,3% deseaba que su contenido generara respuestas graciosas y el 8,4% esperaba palabras o contestaciones que le sirvieran para próximas publicaciones.

La respuesta de los lectores es considerada como un aspecto constitutivo del proceso de composición de los textos digitales, ya que “son diseñados por sus autores para no tener final, son incompletos; las audiencias son quienes los completan” (Morduchowicz, 2012: 51). A su vez, la casi imperiosa necesidad de que haya comentarios en los textos digitales puede entenderse porque se conciben como una forma de validar el contenido publicado (Morduchowicz, 2013).

› ***El sistema de valor de la escritura digital***

Si bien los encuestados declararon que pensaban en la audiencia y deseaban sus respuestas, el 31,3% manifestó que a veces tomaba en cuenta los comentarios de sus lectores para futuras publicaciones mientras el 9% sostuvo que siempre los consideraba.

A los encuestados que respondieron que efectivamente tomaban en cuenta los comentarios de los lectores para próximas publicaciones se les preguntó si podían describir, de forma más específica, qué elementos del *feedback* de la audiencia tenían en consideración para futuras composiciones. El análisis cualitativo del corpus de los textos producidos como respuestas dio como resultado que un concepto comenzara a surgir en relación con la escritura digital: el valor.

Uno de los primeros elementos que se observó es que los encuestados afirmaban que el gusto y los intereses de la audiencia son centrales para decidir sobre el contenido digital a publicar. En gran medida, los textos digitales que producen los estudiantes están condicionados por el gusto de los lectores. La coincidencia entre los alumnos con respecto a este punto es tal que lo expresaron de manera casi idéntica:

- Si les gusta o no (Martina K)¹.
- Si gusta o no (Ana B2).
- Si les gusta o no (Stephanie S).
- Si les gustó o no (Juliana C).
- Si les gustó o no o si no fue de interés (Julián S).
- Si les gusto o no (Olivia B).
- Si les gustó o no fue así (Rosario N).
- A cuántas personas les gusta (Constanza S).

El último testimonio es diferente a los anteriores, pero es útil porque da la pauta de que el gusto de los lectores no es algo abstracto, sino que puede medirse, puede cuantificarse. Las redes sociales poseen diferentes maneras para que los lectores expresen su aprobación para con el contenido digital: se puede volver a publicar en la misma o en otra plataforma (*retuitear* en *Twitter*, *compartir* en *Facebook*, *rebloguear* en *Tumblr*, *compartir* en *YouTube*,

¹ Los textos de las respuestas a las preguntas abiertas serán citados textualmente, respetando la forma en que fueron escritos, aun si se observan errores. Esta aclaración vale para todas las transcripciones de los textos de los encuestados.

revinear en Vine, etc.) o se puede indicar directamente que el texto digital es del agrado del lector asignándole un *me gusta*, *I Like* o *Like* (en Facebook, Twitter, Tumblr, Instagram, YouTube, Vine, etc.).

Para los encuestados, la cantidad de pulsaciones en el botón *me gusta* –antes que el número de sus publicaciones– es el principal elemento que les indica la aceptación positiva de un determinado contenido digital por parte de la audiencia:

Los *likes* es una muestra de interés (Juan M).

Qué tipo de foto les gusta, sobre todo por los *likes* (Sofía D).

Qué cosas les interesaron más (depende la cantidad de *likes*) y también me sirve para darme a conocer como vestuarista y que se interese a la gente de mi ámbito (Tamara B).

Si les gustan mis dibujos sabiendo cuantos *likes* tienen (Isabela L).

La presencia de *me gusta* en los contenidos digitales determina las futuras composiciones, dado que los escritores tenderán a publicar textos similares a los que recibieron una mayor cantidad de aprobaciones:

Si les gusta o no, para volver a publicar algo del estilo o no (Sofía).

Si les gusta, para publicar contenidos similares (B).

Si resulta útil seguiré poniendo (Magdalena D).

Si fue algo q molestó a los demás o algo que gustó mucho podría influir en próximas publicaciones (Diana S).

La poca repercusión del texto digital puede también ocasionar que el escritor decida directamente eliminar la publicación:

Si tienen pocos *likes* la bajo (Tamara B).

Los estudiantes esperaban que sus textos digitales fueran aceptados por sus audiencias y que estas, a su vez, lo explicitasen con un *me gusta*. Haciendo clic en este botón no solo se aprueba el contenido digital, sino que también se aprueba al escritor digital, es por ello que esos pequeños íconos de pulgares hacia arriba, corazones o sonrisas son tan valorados. En definitiva, el deseo de los escritores digitales por los *me gusta* puede interpretarse como “deseo de tener un lugar en el deseo de los otros o de algún Otro en particular” (Thompson, 2015).

El segundo elemento que se observó complementa la descripción del papel que tiene el *feedback* de los lectores para los estudiantes, ya que detalla cómo concebían y de qué forma empleaban los comentarios recibidos. De esta manera, no solo se determinó cuál era la retroalimentación deseada por los escritores digitales encuestados, sino también cómo caracterizaban, cómo valoraban y qué tomaban en cuenta de la retroalimentación finalmente obtenida.

Los estudiantes deseaban cualquier tipo de comentario de los lectores, pero eso no significaba que, una vez que los recibían, los tuvieran que catalogar y considerar a todos de la

misma manera. En primer lugar, los comentarios valorados eran los que brindaban una retroalimentación útil para los encuestados, es decir, permitían conocer si la publicación cumplió o no su propósito:

En lo que escribo, me gusta recibir *feedback* antes de exponerlo, para saber si lo que mando lo captan con la misma intensidad (Marisol S).

Si el mensaje llegó correctamente, basado en la calidad de los comentarios (Daniel A2).

Lo tomo en cuenta cuando estoy preguntando sobre algún dato de interés o cuando subo algún trabajo del que me interesen devoluciones (Ana L).

Los encuestados clasificaban los comentarios que recibían en *positivos* y *negativos*; sin embargo, tanto los unos como los otros podían brindar información importante sobre cómo se había recibido el texto producido:

Comentarios positivos y negativos. Los negativos dan lugar al debate, siempre con respeto. Si no, chau, te elimino (María D).

Si es un comentario constructivo, lo tomo en cuenta para poder mejorar, y si es negativo me fijo que tanto me sirve su comentario (María Sol S).

Si les interesa o no lo publicado, sus comentarios si son positivos o negativos (Natalie M).

Tomo en cuenta en qué manera los afecto, si recibo comentarios negativos o nulos, no vuelvo a publicar cosas así (Florencia C).

Hay veces que el comentario es constructivo y te sirve para tu día a día, ese tipo de comentario tomo en cuenta sea malo o bueno (Fabián S).

Ya sean positivos o negativos, el principal valor que pueden tener los comentarios de la audiencia es que contribuyan al proceso de composición de los textos digitales. Como observamos en los siguientes enunciados emitidos por los estudiantes, si les hacían comentarios, ellos los clasificaban como *constructivos* y los tomaban en consideración:

Tomo en cuenta todo lo constructivo (Miguel L).

Críticas constructivas (Lendher L).

Si hace alguna crítica constructiva de mi interés (MJ).

Los textos digitales no se conciben como terminados o definitivos. Esas mismas expresiones constructivas permitían que los estudiantes mejorasen sus composiciones y los ayudaban a perfeccionarse como productores:

Aquello que me ayude a mejorar o ampliar lo que publico (Félix A).

Opiniones, cosas que me pueden ayudar o mejorar (Sol T).

Generalmente publico mis ilustraciones. Tengo en cuenta las críticas para mejorar como ilustradora (Paloma B).

Depende, si es algo que me ayuda por ejemplo en el tema fotografía lo tomo en cuenta (Francisco P).

Los comentarios constructivos ayudan, guían, sugieren, contribuyen, en definitiva, enseñan. Los procesos de enseñanza y de aprendizaje que se dan entre los escritores y los lectores vernáculos digitales se desarrollan en el marco de una cultura participativa, en la cual el conocimiento es transmitido de los expertos a los novatos por medio de una tutoría informal. A su vez, los aprendices colaboran entre sí para resolver problemas y desarrollar nuevos conocimientos para difundirlos en y a través de múltiples modos y medios como tutoriales, foros, wikis, etc. (Jenkins *et al.*, 2006).

Para los estudiantes, cada comentario, cada respuesta de los lectores era una oportunidad para aprender nuevos saberes y profundizar los previos. Como escritores digitales en constante formación y que producen contenidos permanentemente, destacaron las respuestas que les podían propiciar conocimientos técnicos o brindar información acerca de cómo fue recibido un determinado aspecto de la composición digital (diseño general, tipografía, perspectiva, enfoque, etc.):

Generalmente [tomo en cuenta] detalles técnicos (anatómicos, perspectivas, etc.) (Fausto T).

Tomo en cuenta respuestas interesantes, como por ejemplo, opiniones respecto al efecto de la foto (Clementina H).

Tomo en cuenta para corregir errores o para saber si debo cambiar la manera de publicar (Jorge G).

Los *me gusta* y los comentarios son de extrema importancia para los encuestados. Son pruebas de que sus textos digitales son apreciados y deseados por la audiencia, son formas de aprender, son herramientas útiles para el proceso de composición. En definitiva, los comentarios y los *me gusta* son muestras de que la escritura vernácula digital está enmarcada en un sistema de valor.

Porter (2008: 18-19) explica que la escritura en general se basa en sistemas económicos de valor, intercambio y capital. Para el lector y/o el escritor debe haber algún valor en el acto de producir, distribuir, leer e intercambiar textos. Estos sistemas no son necesariamente monetarios o comerciales, pero sí son sistemas económicos. La economía a la que se refiere Porter puede involucrar intercambio de dinero, pero la motivación puede estar basada en el deseo, la participación, la colaboración o la conectividad emocional. De acuerdo con el autor, ese es el secreto de la dinámica de la *Web 2.0* que cambia dramáticamente el aspecto económico de la escritura.

Tradicionalmente, el campo de la retórica y de la enseñanza de la composición concibió la escritura desde las perspectivas de la *composición* y la *lectura*. En la era de los entornos digitales interconectados, la escritura se debe considerar desde los puntos de vista de la producción, el consumo y el intercambio. La escritura, entonces, participa en un sistema económico de intercambio, ya que es una mercancía con valor. Las personas escriben y leen textos digitales porque quieren interactuar, compartir, jugar, aprender, enseñar, sentirse valiosos y ayudar a otros. Este impulso de interactuar socialmente es un elemento clave en la nueva era digital, lo cual explica la popularidad de los blogs, de las redes sociales como

Facebook o *Twitter* y de los sitios para compartir videos o fotos como *YouTube*, *Flickr*, *Vimeo* o *Instagram*.

De acuerdo con Porter (2008: 22), la escritura digital se basa en un sistema económico diferente al de la imprenta: el capital no reside tanto en la originalidad de los textos que el escritor produce, sino en la habilidad para representar y hacer circular textos en formas que sean accesibles y útiles a otros, y en la habilidad para colaborar con otros, para compartir archivos y co-crear significado en espacios sociales.

› **Conclusiones**

En este artículo hemos expuesto algunas de las conclusiones derivadas de una investigación que llevamos a cabo para analizar las prácticas de lectura y escritura vernáculas digitales de una muestra de estudiantes ingresantes universitarios.

A partir de un análisis cuantitativo detectamos que los estudiantes encuestados poseían un sentido de la audiencia y consideraban los objetivos de su texto cuando se disponían a componer un escrito digital en sus perfiles o cuentas de redes sociales. Los encuestados esperaban que los textos que producían cumplieren sus propósitos y que ocasionasen determinados efectos en sus lectores, para que estos comentasen sus producciones, indicando qué les agradaba.

Fue el análisis cualitativo de las respuestas a dos preguntas abiertas del cuestionario que administramos lo que nos permitió observar que la escritura digital se enmarca en un sistema de valor, tal como lo expone Porter (2008: 1-28).

Para los escritores digitales analizados, la cantidad de *me gusta* que recibía su contenido digital –antes que el número de publicaciones– era el principal elemento que les indicaba la aprobación por parte de la audiencia. En gran medida, los textos digitales que producían los estudiantes estaban condicionados por el gusto de los lectores. La presencia y, en especial, la recurrencia de los *me gusta* en los contenidos digitales determinaban las futuras composiciones, dado que los escritores tendían a publicar textos similares a los que habían recibido una mayor cantidad de aprobaciones. Con los *me gusta* no solo se aprueba el contenido digital, sino que también se acredita la figura del escritor digital como tal.

Los escritores deseaban los comentarios de los lectores, pero también los evaluaban y los calificaban de maneras diferentes. Ya fueran positivos o negativos, el valor principal que los alumnos adjudicaron a los comentarios fue su carácter constructivo, es decir, que contribuyesen al proceso de composición de los textos digitales. Para los estudiantes, los comentarios constructivos eran una oportunidad para aprender nuevos saberes y profundizar los previos.

En síntesis, no solo pudimos determinar cuál es la retroalimentación deseada por los escritores digitales encuestados, sino también cómo caracterizan, cómo valoran y qué toman en cuenta de la retroalimentación finalmente obtenida.

> **Bibliografía**

- Bolter, J. D. (1991). *Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- DeVoss, D. N., Eidman-Aadahl, E. y Hicks, T. (2010). *Because Digital Writing Matters: Improving Student Writing in Online and Multimedia Environments*. San Francisco: Jossey-Bass.
- DigiRhet.org (2006). Teaching Digital Rhetoric: Community, Critical Engagement, and Application. *Pedagogy: Critical Approaches to Teaching Literature, Language, Composition, and Culture*, 6(2), 231-259.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A. J. y Weigel, M. (2006). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: The MacArthur Foundation.
- Landow, G. P. (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.
- ___ (Comp.) (1997). *Teoría del hipertexto*. Barcelona: Paidós.
- Morduchowicz, R. (2012). *Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en Internet*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- ___ (2013). *Los adolescentes del siglo XXI. Los consumos culturales en un mundo de pantallas*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Nelson, T. H. (1981). *Literary Machines*. Sausalito, California: Mindful Press.
- Porter, J. E. (2002). Why Technology Matters to Writing: A Cyberwriter's Tale. *Computers and Composition*, 20(4), 375-394.
- ___ (2008). Recovering Delivery for Digital Rhetoric and Human-Computer Interaction. *Genre*, 27, 1-28. Recuperado de https://wepofall2015.weebly.com/uploads/2/3/3/4/23343334/porter_james_-_recovering_delivery_for_digital_rhetoric_and_human-computer_interaction4282.pdf el 06/02/2018.
- ___ (2009). Recovering Delivery for Digital Rhetoric. *Computers and Composition*, 26(4), 207-224.
- Thompson, S. (2015, julio 16). El "me gusta" y su interpretación. *Página 12*. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/psicologia/9-277162-2015-07-16.html> el 10/06/2017.