

Bots sociales literarios y autoría. Un aporte de desde la retórica digital.

Olaizola, Andrés.

Cita:

Olaizola, Andrés (2018). *Bots sociales literarios y autoría. Un aporte de desde la retórica digital*. *Virtualis. Revista de cultura digital*, 9 (17), 237-259.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/andres.olaizola/3>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pBVc/z3x>



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

Bots sociales literarios y autoría. Un aporte de desde la retórica digital

Sección: Dossier
Recibido: 15/01/2018
Aceptado: 06/03/2018

*Literary social bots and authorship.
A contribution from the digital rhetoric*

Andrés Olaizola
Universidad de Palermo
Palermo, Argentina
aolaizola@gmail.com

Resumen

El siguiente artículo se basa en los planteamientos teóricos del campo de la retórica digital para analizar el aspecto de la autoría en los bots sociales literarios, uno de los géneros de la literatura digital. Para ello, emplearemos el concepto de ethos digital o persona retórica digital, a partir de los trabajos de Hocks (2003), Warnick (2007), Porter (2009) y Berlanga Fernández, García-García y Victoria Mas (2013). Luego de delinear teóricamente el concepto de ethos digital, analizaremos cómo éste se construye en la cuenta de Twitter @poem_exe, utilizando las variables postuladas por Gutiérrez-Sanz (2016): el ethos social o contextual y el ethos discursivo. El artículo presenta una forma de análisis posible para la persona retórica digital, concepto que se vincula con el de autor, pero que no se limita a él.

Palabras clave:

literatura digital, autoría, bots sociales, retórica digital, *ethos* digital.

Abstract

Following the theoretical framework of the field of the digital rhetoric studies, this article analyzes the problematic of authorship in literary social bots, a digital literature genre. For this, we will use the concept of digital ethos or digital rhetorical persona, derived from the works of Hocks (2003), Warnick (2007), Porter (2009) and Berlanga Fernández, García-García and Victoria Mas (2013). After theoretically delineating the concept of digital ethos, we will analyze how it is constructed in the Twitter account @poem_exe, using the variables postulated by Gutiérrez-Sanz (2016): social or contextual ethos and discursive ethos. The article presents a possible form of analysis for the digital rhetorical persona, a concept that is linked to the one of the author, but is not limited to it.

Keywords:

digital literature, authorship, social bots, digital rhetoric, digital *ethos*.

INTRODUCCIÓN

Cronológicamente, el primer género de la llamada literatura digital fue el de los generadores de textos. Sus orígenes datan de principios de la década del cincuenta del siglo XX y aún hoy sus huellas pueden observarse en muchas otra formas y géneros literarios digitales. Uno de ellos es el de los bots (abreviatura de robots) literarios, que con el desarrollo y avance de plataformas y redes como Twitter, Facebook, Tumblr, etc., agregaron el adjetivo “sociales” a su denominación. Así, nos encontramos con bots poetas y narradores que, a partir de diversas técnicas generativas, publican sus textos en y a través de las redes sociales

Una de las problemáticas centrales alrededor de los bots sociales literarios, así como en toda la literatura digital, es la de la autoría. En el siguiente artículo, proponemos, desde el campo de la retórica digital, una propuesta de abordaje de dicha problemática. Lejos de plantearse como una “solución” o “respuesta” a preguntas y dudas sobre la identidad del autor de un texto elaborado por un bot, apelamos al análisis de la llamada persona retórica digital, o *ethos digital*, como una forma más de complejizar y enriquecer la temática de la autoría en la literatura digital.

En primer lugar, detallaremos qué entendemos por literatura digital y por bots literarios. Luego, nos centraremos en la cuestión de la autoría y la originalidad en escritura digital. Después, ofreceremos una breve introducción al campo de la retórica digital y sus rasgos distintivos. A continuación, explicaremos el concepto de persona retórica digital o *ethos digital*, cuya construcción analizaremos en un bot literario social determinado. Finalmente, esbozaremos algunas conclusiones.

SOBRE LA LITERATURA DIGITAL Y LOS BOTS LITERARIOS

Tomaremos el trabajo de Kozak (2017) que analiza la teoría y la crítica de la poesía digital latinoamericana. De entre los diversos aspectos que desarrolla el artículo de Kozak, nos centraremos en dos elementos.

El primero de ellos es la definición de literatura digital que plantea, la cual nos permite comenzar a entender, por ejemplo, la autoría de un texto literario por parte

de un programa de computación. Según Kozak (2017) la literatura digital es “la práctica artística electrónico-digital, por lo general multimedia, que exhibe una fuerte implicación del lenguaje verbal con función poética” (p.2). Específicamente, se trata de “literatura generada en/por/desde/hacia dispositivos electrónicos, actualmente digitales. [La literatura digital es] “programada en código binario a través de la creación y uso de diversos softwares y experimentada en vinculación con interfaces digitales” (p. 2).

El segundo de los elementos que nos interesa destacar es que Kozak especifica que la literatura generada automáticamente, la cual también se conoce como generadores de textos, es el primer género que aparece en la historia de la literatura digital, en la década de los años cincuenta del siglo XX en Europa. Los generadores automáticos digitales

producen textos a partir de la combinatoria algorítmica de unidades mínimas verbales predeterminadas que constituyen el input en el proceso de generación; la computadora los procesa aplicando el algoritmo construido a tal efecto por el artista y/o programador con lo que como output se obtiene una serie aleatoria de textos, no completamente azarosa en realidad sino basada en un cálculo de probabilidades (Kozak, 2017, p. 5).

A menudo, muchos de los generadores de texto son un tipo de bot, es decir, un programa de computadora diseñado para funcionar de manera autónoma, realizando operaciones programadas, receptivas o en tiempo real. Los primeros bots llevaban a cabo dichas operaciones en una computadora aislada; luego, lo empezaron a hacer a través de Internet y/o en las redes sociales. Lo que distingue a los bots de otros tipos de *software* es que interactúan con y/o producen contenido para los usuarios humanos, a menudo asumiendo una personalidad humana (Boluk, Flores, Garbe y Salter, 2016).

Con la interconectividad de los dispositivos, los generadores de textos, tanto literarios como de otros géneros, basados en generatividad algorítmica o no, con diferentes grados de interactividad, se transforman en uno de los géneros en línea más populares (Losh, 2009, p. 203). También conocidos como Literary Web Generators, los generadores de texto específicamente literarios permiten, con el

ingreso por parte del usuario de una sola palabra o simplemente con recargar la página, producir poemas dadaístas (Dada Poem Generator, s/f), de William Carlos Williams (William Carlos Williams Poem Generator, s/f) o epigramas de Emily Dickinson (logopedia. The Emily Dickinson Random Epigram Machine, s/f).

Los bots literarios que producen textos narrativos suelen ser bots conversacionales [*chatbots*] que se constituyen como narradores en diferentes tipos de relatos ficcionales (cuentos, novelas, videojuegos, etc.). Otros bots literarios producen géneros poéticos “tradicionales” (haikus, pareados, sonetos, etc.) o experimentales, a partir de diversas técnicas generativas (n-grama, cadena de Markov, plantillas, variables, etc.) que se aplican a un corpus de material autocontenido o producido por el usuario, a través de minería de datos, *streaming* API o servicios de diccionarios, entre otros (Boluk, Flores, Garbe y Salter, 2016).

La literatura generada automáticamente encuentra en las plataformas sociales un nuevo campo de desarrollo, en especial a través de los bots sociales que pueden ser definidos como “algoritmos de computadora que automáticamente producen contenidos e interaccionan con seres humanos en los medios sociales, tratado de emular y posiblemente alterar el comportamiento de las personas” (Ferrara, Varol, Davis, Menczer y Flammini, 2015).

Boluk, Flores, Garbe y Salter (2016) sostienen que las redes sociales, sobre todo Twitter y Tumblr, son entornos propicios para los bots literarios, ya que operan como plataformas de publicación y desarrollo que promueven la automatización y producen flujos de datos masivos. De hecho, una de las secciones del último volumen de la revista *Electronic Literature Collection* (2016) está reservada para una antología de doce bots literarios de Twitter. Entre dichos bots sociales podemos destacar, por ejemplo, a @poem_exe, que produce poemas de tres o cuatro versos con una técnica del grupo de experimentación literaria francés OuLiPo, a partir de una base de datos propia de traducciones de haikus del poeta Kobayashi Issa (1763-1827); @pentametrón, el cual filtra aproximadamente seis mil tuits por segundo para seleccionar y retuitear dos tuits escritos en pentámetro yámbico que formen un dístico; y @rom_txt, que explora un corpus de ROM (*Read Only Memory*) de videojuegos con el objetivo de buscar palabras en inglés.

AUTORÍA, ORIGINALIDAD Y ESCRITURA DIGITAL

Esta breve exposición sobre los bots sociales literarios, uno de los tipos de literatura generada automáticamente, nos sirve para centrarnos en uno de los aspectos centrales de la literatura digital: el problema de la autoría. Tal como expone Kozak (2017): “las concepciones de obra, autor y lector se enrarecen en muchos casos cuando hablamos de literatura digital, sobre todo si por contraste la comparamos con la literatura a secas, asociada al libro como medio convencional y naturalizado” (p. 7).

Si ya una de las características intrínsecas de la escritura digital es su capacidad de ser colaborativa, los textos literarios digitales potencian este rasgo. En un texto literario digital pueden confluír múltiples autores/programadores que pueden centrarse en cualquiera de las instancias del proceso de composición del texto/objeto digital. A su vez, es usual que las producciones literarias digitales sean colectivas, ya que cada modo de composición utilizado puede estar a cargo de su correspondiente especialista/artista.

En la literatura digital, el valor que se le confiere a la originalidad también se complejiza. Según Porter (2010) el valor no reside tanto en la originalidad de los textos que el escritor digital 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.

Sobre la base del planteamiento de Goldsmith (2015, p. 131) se puede sostener que la literatura digital es “posidentitaria”, ya que la fragmentación, la multiplicidad y la capacidad de reproducción y remezcla de lo digital originan que cualquier noción de autenticidad y autoría unificada se vuelva obsoleta. Es posible, entonces, sintetizar que la autoría colectiva, el plurilingüismo, diferentes formas de intertextualidad, el apropiacionismo —entre otros procesos y procedimientos— son habituales en la literatura digital (Kozak, 2017, p. 8).

Estas consideraciones nos permiten enmarcar una serie de preguntas en relación con la autoría y los bots sociales literarios. Tomemos un texto tuiteado el 22 de diciembre de 2017 por @poem_exe:

my empty face
his face so innocent
that smiling face

Figura 1. Poema tuiteado el 22 de diciembre de 2017 por @poem_exe



Fuente: @poem_exe, 2017

¿Quién es el autor del anterior poema? Una primera respuesta puede consistir en identificar a @poem_exe como el autor. Pero también podríamos decir que el autor es Liam Cooke, el desarrollador de software irlandés que lo programó. Incluso hasta sería posible indicar que la autoría corresponde al algoritmo. Tal vez, como en esos cuestionarios de opción múltiple capciosos, la opción correcta es todas las anteriores.

AI Halim X9009 es un robot-poeta desarrollado a partir de un algoritmo por la ensayista, narradora y poeta española-argentina Belén Gache. Los textos de AI Halim forman parte de *Sabotaje Retroexistencial*, un generador automático y aleatorio de poemas, y luego fueron compilados en *Antología de poemas del robot AI Halim X9009*

(2015). Gache (2015) al reflexionar sobre el robot poeta, se pregunta sobre la autoría de los poemas de AI Halim y llega a la conclusión de que:

los poemas de AI Halim están escritos a la vez por todos y por nadie. Los poemas de AI Halim se presentan como una escritura sin sujeto. En tanto escritura automática, constituyen una técnica de desaparición del sujeto enunciativo y del autor (Gache, 2015, p. 30).

La autoría en la literatura digital puede entenderse entonces como múltiple, colectiva, colaborativa. En los bots literarios, podría incluirse también el adjetivo de algorítmica. ¿Son estas las únicas vías para analizar la autoría literaria digital? Desde luego que no, de hecho, podemos complementar lo desarrollado por Kozak y Gache desde el campo de la retórica digital.

UN APORTE DESDE LA RETÓRICA DIGITAL

Es menester realizar una aproximación inicial a la disciplina de la retórica digital. Desde luego, esta presentación no pretende abarcar toda la miríada de prácticas, formas, géneros y técnicas que entran en juego en este campo, sino simplemente ofrecer una introducción para aquellos que desconocen esta esfera de estudio.

El tema de la retórica en los entornos digitales no es algo nuevo. Ya los estudios sobre hipertextualidad de principios de la década de los noventa habían tratado cómo cambia la argumentación y el proceso de construcción de conocimiento en el nuevo medio (Bolter, 1991; Landow, 1991, 1995, 1997). Casi simultáneamente, Kathleen Welch (1990) ofrece uno de los primeros análisis centrados en la dinámica de la retórica en los textos electrónicos. En gran medida, el artículo de Welch trazará una línea que seguirán Richard Lanham (1992, 1993), Gary Heba (1997), entre otros.

La revolución de Internet, el desarrollo de nuevo *software* y de lenguajes de programación y la modernización de los equipos (mayor capacidad de almacenamiento, mayor velocidad de procesamiento, portabilidad, etc.) permitió que se potencie la interfaz visual, con lo cual la construcción de sentido se transformó casi necesariamente en multimodal: el contenido verbal se imbrica con las imágenes,

los sonidos, el movimiento. Por otra parte, los trabajos de Anne Frances Wysocki (1998, 2001), Patricia Sullivan (2001) y Porter (1998, 2002), entre otros, ya se centran en cómo la dinámica retórica es reconfigurada en y a través de los entornos digitales interconectados

Las escrituras digitales generan y potencian nuevos tipos de participación y colaboración, de producción y circulación de contenidos, incluyendo nuevas habilidades sociales, por lo tanto, el campo de la argumentación digital se complejiza y se enriquece exponencialmente. Este panorama deriva en que los estudios sobre retórica digital aborden el objeto de estudio desde múltiples perspectivas, con distintas metodologías y con diferentes marcos teóricos.

El desarrollo de la Web 2.0 y el modelo de prestación de servicios “en la nube” trajeron aparejado una nueva dinámica en los entornos digitales. Los blogs, las wikis, las redes sociales, los sitios web para alojar y compartir videos y fotografías, los programas en línea de ofimática, los servicios de archivo de documentos, entre otros, enriquecen el panorama de la argumentación digital, ya que los escritores pueden emplear cualquiera de estas herramientas para planificar, construir y publicar su discurso. La retórica digital pasa de un modelo basado en la multimedia “de uno a muchos”, tipificado por la tecnología audiovisual del CD-ROM durante las décadas de los ochenta y los noventa, a un modelo estructurado sobre los medios sociales, que incluyen a las redes sociales y los sitios web de almacenaje e intercambio de archivos digitales (Losh, 2009, p. 95).

Al establecer los lineamientos para definir la disciplina, James P. Zappen (2005) sostiene que “la retórica digital es una amalgama de componentes más o menos discretos antes que una teoría completa e integrada” (p. 323). Esto lo lleva a distinguir cuatro grandes ejes para definir a la retórica digital:

- el uso de estrategias retóricas para la producción y el análisis de textos digitales,
- identificación de las características, potencialidades y límites de los nuevos medios,
- formación de identidades digitales y
- construcción de comunidades sociales.

El análisis de las diferentes estrategias de conformación de la identidad, del sujeto, del cuerpo, del género, del rol del productor/receptor de contenidos en los entornos digitales interconectados implica, en mayor o menor medida, trabajar con la temática de la autoría. La retórica digital, por lo tanto, incluye como parte constitutiva de su campo la reflexión sobre el autor.

El foco sobre la cuestión de la autoría se va a complejizar cuando diez años después Douglas Eyman (2015) retome la clasificación de Zappen y agregue los siguientes propósitos y actividades para definir el campo de la retórica digital:

- Indagación y desarrollo de retóricas sobre tecnología
- El uso de métodos retóricos para analizar críticamente ideologías y formaciones culturales en trabajos digitales
- Examen de las funciones retóricas de las redes
- Teorización del papel de los agentes de la comunicación digital, cuando los interlocutores pueden ser softwares y/o humanos

Si ya a partir del texto clásico de Zappen puede entenderse que la problemática de la autoría se inscribe dentro de los ejes de trabajo de la retórica digital, el libro de Eyman, uno de los más recientes del campo, incluye al *software* en tanto autor como nueva variable de análisis. Este planteamiento no invalida, por ejemplo, posiciones ya clásicas sobre el autor, antes bien, las enriquece. Podemos compartir la idea de que el autor ha muerto, de que en el texto se entretujan múltiples citas del más diverso origen y de que la defunción del autor conlleva el nacimiento del lector, todo lo cual de ninguna manera pierde validez si se agrega un componente no humano. ¿Qué otra cosa hace un algoritmo literario que concordar y contrastar diversas escrituras? Sin desviarnos de Barthes, podríamos decir que los textos que tuitea un robot poeta no tienen un “autor”. De la misma manera, siguiendo a Foucault, un poema de AI Halim puede ir adquiriendo o perdiendo su “función-autor”, de acuerdo al contexto sociohistórico.

La anterior presentación tuvo el propósito de brindar un sucinto panorama del campo de la retórica digital, ya que en los próximos apartados emplearemos para nuestro

análisis un concepto teórico de este campo de estudios: el *ethos digital* o persona retórica digital.

EL ETHOS DIGITAL

En muchos de los estudios sobre retórica digital que hemos reseñado en el anterior apartado, se suelen releer y reinterpretar autores y concepciones de la retórica clásica en el marco de los entornos digitales interconectados. Justamente, el concepto que emplearemos para nuestro análisis es el *ethos digital*, que se deriva a su vez del concepto retórico clásico de *ethos*. A continuación, repasaremos algunas investigaciones que permiten conformar el concepto de persona retórica digital que utilizaremos en el próximo apartado.

En primer lugar, es menester destacar que Aristóteles (2010) en *El arte de la retórica* define al *ethos* como el “carácter moral” o personalidad del orador que se manifiesta en su discurso y que lo hace “digno de ser creído” (p. 44). El *ethos*, en definitiva, se puede concebir como “la imagen que el orador construye y proyecta de sí mismo en su discurso, imagen que contribuye a asegurar su autoridad, su eficacia y su credibilidad” (Montero, 2012, p. 228).

Uno de los primeros trabajos que desarrolla el concepto de *ethos digital* es el de Mary E. Hocks (2003), quien parte de la base de que toda teoría sobre la retórica funciona como un sistema dinámico de estrategias utilizadas para crear, recibir y comprender significados y actuar en consecuencia. A través de este sistema, un autor puede operar en múltiples contextos sociales y culturales y se dirige, cabe esperar, de forma ética a su audiencia. Por lo tanto, para Hocks, “la retórica digital describe un sistema dinámico de diálogo y negociaciones entre escritores, audiencias y contextos institucionales” (p. 632) y, específicamente, se centra en las múltiples modalidades disponibles para construir significado utilizando las nuevas tecnologías de información y de comunicación. A continuación, Hocks (2003) introduce tres conceptos que ayudarán a describir cómo opera la retórica digital:

- Postura hacia la audiencia: las formas en las que la audiencia es invitada a participar en los documentos en línea y las formas en las que el autor crea un

ethos que requiere, motiva o incluso desanima diferentes tipos de interactividad por parte de dicha audiencia

- **Transparencia:** las formas en las que los documentos online se relacionan con convenciones estéticas establecidas, como las de la imprenta, el diseño gráfico, los filmes y las páginas web. Cuanto más el documento digital toma de esas convenciones familiares, más transparente será para la audiencia
- **Hibridez:** las formas en las que los documentos en línea combinan y construyen diseños visuales y verbales. La hibridez de los entornos digitales también alienta a que los autores y la audiencia reconozcan y construyan identidades multifacéticas (p. 632)

Hocks analiza cómo dos textos académicos digitales emplean estas tres variables simultáneas para lograr persuadir a la audiencia. En lo que respecta al *ethos digital*, Hocks (2003, p. 634) explica que los autores de cada texto crean un *ethos* que promueven diferentes tipos de participación de la audiencia. Sobre la base del potencial interactivo del medio hipertextual, cada uno de los *ethos digitales* motivan a la audiencia a explorar el espacio creado por el documento y a participar en su propia exploración y construcción del texto.

Barbara Warnick (2007, p. 47) en su análisis sobre el discurso político en Internet, explica que a partir del siglo XVIII el *ethos* comienza a vincularse con las características personales o académicas del orador o escritor más que con determinados rasgos del discurso. De hecho, Warnick sostiene que en los cursos de escritura de la mayoría de las universidades anglosajonas a los estudiantes se les enseña que deben investigar las “credenciales”, el status y la *expertise* del orador/escritor como una representación del *ethos* del discurso. Esta perspectiva teórica y didáctica encuentra graves problemas cuando se desea aplicarla al análisis del *ethos* en textos digitales, ya que a menudo las marcas de autoría y *expertise* están ausentes o son muy difíciles de encontrar.

Los entornos interconectados, caracterizados por la “comunicación coproducida y distribuida”, obliga a repensar la categoría del *ethos*, basándose en el planteamiento clásico para producir nuevas vías de análisis. Warnick (2007) toma elementos de Aristóteles y Hugh Blair para considerar que el *ethos* es una “forma de huella artística

en el texto” (p. 47). Warnick (2007, p. 49) propone que el *ethos digital* se analiza según estándares propios del campo digital dentro del cual el discurso se produce; de esta manera, los usuarios pueden evaluar la persona retórica digital de acuerdo con los procedimientos, la calidad del contenido, la utilidad, la funcionalidad, los valores y las normas del entorno en, y a través del cual, el texto se compone y distribuye.

Otro antecedente de importancia en el análisis del *ethos digital* es el trabajo de Porter (2009, p. 207), quien se centra en cómo la etapa de la presentación (*actio* o *pronuntiatio*, en latín; *hypokrisis*, en griego) del proceso retórico clásico resurge en los entornos digitales. Según Porter (2009) la preeminencia de la palabra escrita, manuscrita primero e impresa después, originó que la producción y el análisis de textos solo se centraran en la *inventio*, la *dispositio* y la *elocutio*, relegando y elidiendo a la *memoria* y a la *actio*, bajo la justificación de que estos cánones corresponderían a la oratoria y no a la escritura.

En la retórica clásica, la *actio* se refiere a los elementos orales, aurales y corporales de un discurso oral o performance, es decir, los aspectos vocales (entonación, volumen, ritmo), movimientos, gestos, etc., del orador (Porter, 2009, p. 207). El proceso de encerrar la enseñanza de la retórica dentro de los límites de las páginas de los textos verbales (impresos) llevó a que la *actio* se asociara casi exclusivamente con el habla y con el cuerpo del orador, por lo tanto, se la consideró irrelevante para la composición escrita.

Al desarrollar una oralidad secundaria (Ong, 2006), los medios digitales contribuyen a que resurja, potenciada, la retórica clásica. En este contexto, el discurso puede buscar razones en un universo prácticamente infinito de textos y de lugares; tiene la posibilidad de volver a ser multimodal (verbal, oral, visual, aural, etc.) e instantáneo; puede apelar e incluso demandar la respuesta inmediata; amplía la concepción de memoria para incluir la recuperación, conservación y revitalización de tradiciones y artefactos culturales; y complejiza la noción de representación. La etapa de la representación, por lo tanto, se transforma cuando se compone y se lee en entornos digitales.

La representación digital puede definirse apelando al término de “publicación digital”, haciendo la salvedad de que “publicación” no se reduce meramente al aspecto técnico. Justamente, DeVoss y Porter (2006, p. 194) ya habían expandido la noción de representación para incluir cuestiones relacionadas con la política y la economía de la publicación: autoría, *copyright*, copiado, distribución y mezcla o remix de material digital, entre otras.

A partir de este planteamiento, Porter (2009, p. 208) delinea una teoría retórica de la representación digital con cinco componentes o lugares comunes (*tópoi*): cuerpo/identidad, distribución/circulación, acceso/accesibilidad, interacción, y economía. Para Porter, es necesaria una teoría robusta de la representación digital para navegar en el complejo panorama retórico de las comunicaciones basadas en Internet. La constelación de medios, tecnologías, géneros discursivos y mecanismos de distribución trae aparejado, para el autor y el lector, infinitas decisiones retóricas, éticas, editoriales y políticas. Porter (2009) considera que “comprender cómo las diferentes decisiones sobre la representación digital influyen la producción, el diseño y la recepción de los textos es esencial para el arte de la retórica y la escritura en la era digital” (p. 208).

El primer componente de la *actio* digital es en el que deseamos centrarnos. El cuerpo/identidad se refiere, por un lado, a las representaciones en línea del cuerpo, los gestos, la voz, el vestuario y la imagen; y, por el otro, a cuestiones de identidad, de performance y de representaciones en línea de etnia, clase, género y orientación sexual (Porter, 2009). Todas estas características están significativamente entrelazadas con lo que se conoce como persona retórica digital o *ethos digital*, concepto que postulamos para tratar la problemática de la autoría en los bots sociales literarios.

La siguiente investigación que es necesario destacar es la de Inmaculada Berlanga Fernández, Francisco García-García y Juan Salvador Victoria Mas (2013, p. 132), quienes explican cómo los usuarios de Facebook utilizan las estrategias de persuasión de la retórica clásica (*ethos*, *pathos*, *logos*) así como abundantes figuras y tropos. De acuerdo con los autores, el *ethos* digital se construye a partir de la información

escrita, fotografías y enlaces de sus publicaciones, que revelan sus gustos y preferencias.

Los trabajos de Hocks (2003), Warnick (2007), Porter (2009) y Berlanga Fernández et al. (2013) son de gran importancia, ya que ayudan a construir el concepto de *ethos digital*, pero adolecen de ofrecer una metodología precisa para analizarlo. De hecho, en un trabajo anterior (Olaizola, 2013), para analizar las estrategias argumentativas de dos publicaciones de la comunidad virtual argentina Taringa!, empleamos los conceptos de postura hacia la audiencia, transparencia e hibridez y los complementamos con la teoría de la representación digital.

Hemos visto que las investigaciones reseñadas permiten construir un objeto de estudio y el trabajo de Gutiérrez-Sanz (2016) ofrece un método para analizarlo. Este autor investiga cómo se construyen marcos ideológicos en las elocuciones en Twitter y para hacerlo toma en consideración dos elementos: el discurso fragmentario de los tuits y la persona retórica digital o *ethos digital*. Nos interesa centrarnos, justamente, en las variables que Gutiérrez-Sanz toma para investigar la persona retórica digital: el *ethos social* o contextual y el *ethos discursivo*.

Por un lado, el *ethos social* o contextual son las cualidades morales, virtudes y valores percibidos por el auditorio en relación al contexto de enunciación y que está marcado por el estatus del enunciador en un determinado marco social. En el entorno de Twitter, el *ethos social* está conformado por la presencia virtual (constituida por el nombre de usuario y de perfil, la imagen que se asocia con el avatar y la breve biografía), el estatus en Twitter (integrado por el número de seguidores, la actividad e interacción que genera dicho usuario y la influencia) y marco de interés del usuario (a quién se sigue) (Gutiérrez-Sanz, 2016, pp. 78-81).

Por otro lado, el *ethos discursivo* es la “autoconstrucción de una imagen personal mediante el discurso” (Gutiérrez-Sanz, 2016, pp. 82-83). El léxico, la selección de tiempos verbales, el estilo empleado, son las variables que se han tradicionalmente tomado para estudiar la conformación del *ethos discursivo*. En un entorno digital como Twitter, además, se deben analizar los siguientes elementos: los retuits, los “me gusta” y las menciones; y la selección de hashtags empleada por el usuario.

Luego de haber determinado los rasgos distintivos del concepto de *ethos digital* o persona retórica digital con Hocks (2003), Warnick (2007), Porter (2009) y Berlanga Fernández et al. (2013), analizaremos cómo se construye en la cuenta de Twitter @poem_exe a partir de las variables postuladas por Gutiérrez-Sanz (2016).

LA PERSONA RETÓRICA DIGITAL DE @POEM_EXE

Así como en todas las cuentas o perfiles de una red social, en las de los bots literarios también se construye un *ethos digital* con determinadas características. Tal como hemos mencionado en el apartado anterior, consideramos que la propuesta de Gutiérrez-Sanz (2016) es una opción válida como método, por lo tanto, la emplearemos para analizar la persona retórica digital de la cuenta @poem_exe.

Figura 2. Cuenta de Twitter de poem.exe



Fuente: @poem_exe, 2017

Primeramente, comenzamos por el *ethos social*. La presencia virtual construida posee elementos muy interesantes. Lo más evidente es que ya el nombre de perfil, poem.exe, vincula lo literario con la computación: el poema ya no solo es un tipo de texto de un género determinado, sino que con la extensión .exe se vuelve un archivo

ejecutable, un programa que seguirá una serie de comandos para producir, justamente, un poema. El texto literario es a la vez producto y proceso, líneas (de comando) que originan otras líneas (versos) y otras, y otras... así en un ciclo que bien podría no tener fin.

La imagen del perfil también aporta aspectos interesantes. El árbol recortado contra un cielo diáfano es un fragmento de *La ermita de Bashō y la colina de las camelias junto al acueducto de Sekiguch* (1857), grabado número 40 perteneciente a la serie *Cien famosas vistas de Edo* (1856-1858), que fue realizado por el pintor japonés Utagawa Hiroshige (1797-1858). Los lazos entre la imagen de Utagawa y los poemas de Kobayashi comienzan a florecer: en primer lugar, ambos son géneros artísticos específicamente japoneses (Ukiyo-e o “pinturas del mundo flotante” y los haiku); en segundo lugar, la ermita del grabado fue construida en honor de otro gran poeta de haikus, Matsuo Bashō (1644-1694); en tercer lugar, muchos de los poemas de Kobayashi tratan sobre las estaciones del año, clasificación empleada por Utagawa para agrupar los grabados de la serie (42 estampas de primavera, 30 de verano, 26 de otoño y 20 de invierno).

Finalmente, hay otro aspecto de la imagen de perfil, tal vez no tan evidente, pero igualmente importante. Incluso, tal vez más. La imagen original del grabado de Utagawa es de dominio público, por lo tanto, es posible reproducirla, remezclarla, compartirla, distribuirla, reutilizarla, archivarla, etc. De hecho, la imagen de perfil es un fragmento, un recorte, una edición de la original. Es, en definitiva, un ejemplo de escritura digital, de la misma manera en que lo son los poemas tuiteados, conformados por distintos materiales anteriores para producir un nuevo texto digital.

El último elemento de la presencia virtual es la breve biografía del perfil. Lo primero que se establece allí es el género de textos que tuitea el bot: “micropoesía” [*micropoetry*]. Este género poético está caracterizado, obviamente, por su extrema brevedad. Si bien toma elementos de formas poéticas con cierto grado de estructuración (haiku, tanka, senryū, gogyohka), los micropoemas suelen tener libertad métrica (*What is Micropoetry?*, s/f). Aunque no se circunscribe exclusivamente al ámbito digital, la micropoesía encuentra en los SMS, Twitter, Tumblr, etc., su esfera principal de acción. Así como los tuits y la imagen de perfil, el

género literario explicitado en la biografía es un tejido de escrituras, de citas, de formas, de discursos, etc., potenciado por los rasgos distintivos de los entornos digitales interconectados.

A continuación, la biografía indica que @poem_exe es “un bot por @inky” [*a bot by @inky*]. De la misma manera en que se hizo explícito el género literario digital de los tuits, se detalla el tipo de programa y la cuenta de Twitter de quién lo desarrolló. Luego, se detalla la licencia Creative Commons que tienen los contenidos de la cuenta: Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Esta licencia permite compartir (copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato) y adaptar (remezclar, transformar y crear para cualquier propósito, incluso comercialmente) el material; la única condición es explicitar el origen del material de manera adecuada, proporcionar el enlace de la licencia e indicar si se han realizado cambios. En oposición a un marco legal y a un modo de producción anacrónicos, que prohíben un aspecto basal de la naturaleza de textos y objetos digitales, las licencias Creative Commons ofrecen lineamientos para el sistema de valor y la producción de contenidos en los entornos digitales interconectados.

La biografía proporciona un enlace a la página web poemexe.com, en donde se nos profundiza la breve información que proporciona el perfil. La página se organiza alrededor de cinco preguntas: ¿Qué es poem.exe?, ¿Dónde lo puedo leer?, ¿Cómo fue hecho?, ¿Quién lo hizo?, y ¿Quién está hablando sobre esto?

En relación con el status de Twitter, el segundo elemento del *ethos social*, @poem.exe tiene, al 14 de enero de 2018, 14.478 seguidores. Este número debe ponerse en relación con el número de cuentas a la que @poem.exe sigue: 29. A partir de este dato, y considerando que el impacto de una cuenta en Twitter es mayor en la medida que el número de seguidores sea más que el número de perfiles que esta siga (Gutiérrez-Sanz, 2016, p. 80), podemos establecer que @poem_exe posee cierta influencia en esta red de microblogging.

Las veintinueve cuentas que sigue @poem_exe nos permite detallar el marco de interés. Veinticuatro de las cuentas corresponden a poetas (bots y “humanos”) que producen y tuitean distintos textos y tropos poéticos (haikus, anagramas,

pentámetros yámbicos, aliteraciones), con y sin imágenes. Las otras cinco cuentas son de organizaciones, grupos y revistas vinculadas con la literatura digital y “analógica”. Las cuentas que sigue poem.exe nos indica, por supuesto, un interés por la poesía en general, pero también establece qué considera literatura y quién la produce.

El segundo elemento que conforma el *ethos digital* es el *ethos discursivo*. En este caso, el análisis nos revela más por lo ausente que por los rasgos explícitos. El perfil de poem.exe no tiene retuits ni “me gusta” y tampoco muestra los tuits de otras cuentas que lo mencionan. Lo que esto evidencia es que poem.exe es un bot que solo compone y tuitea sus poemas, nada más. El bot poeta no está programado para darle “me gusta” o retuitear otros tuits. Ajeno a su entorno, como si estuviera en una burbuja estética, encerrado en una biblioteca de haikus de Kobayashi Issa, poem.exe se dedica exclusivamente a su labor poética.

Tal como se detalló más arriba, los poemas de poem.exe se componen a partir de un corpus de traducciones al inglés de haikus de Kobayashi, por lo tanto, aparecen muchas de las temáticas del poeta japonés, como los caracoles. Al respecto, y empleado la plataforma Tweet Topic Explorer, los tópicos temáticos más comunes de los poemas tuiteados son “invierno”, “verano”, “luna”, “lluvia”, “viento”, “luz”, “campo”, etcétera.

El bot poeta no se distrae interactuando con la plataforma donde reside, no retuitea ni le gusta ningún tuit: sigue un código que le da como cuatro estructuras posibles de texto a partir de un corpus determinado de más de seiscientos haikus y versos cortos. No interactúa con nada ni nadie, sin embargo, es enormemente popular en Twitter.

Para el bot poeta, literatura es todo, tanto lo que nace impreso como lo que se compone y difunde digitalmente. De la misma manera, no hay distinción entre bot y “humano”, solo existen la poesía o prosa producida.

La persona retórica digital es un bot poeta que explicita el género literario digital que cultiva y que se concibe también como un objeto o texto digital en sí mismo. Tanto los poemas tuiteados como la imagen que sirve de avatar se compusieron a partir de la edición, de la remezcla, entendiendo y potenciado los rasgos distintivos de la escritura digital.

CONCLUSIONES

Más arriba nos preguntamos quién era el “autor” de un texto producido por un bot. Ensayamos algunas posibles respuestas, pero ninguna definitiva. Y la razón es que creemos que para la temática de la autoría en la literatura digital no hay un único lineamiento teórico válido, de la misma manera que tampoco lo hay para problematizar la figura del autor en la literatura “analógica”. Ya sea para la literatura impresa como para la de entornos digitales, podemos adscribir a corrientes teóricas que decretan su muerte u otras que lo “resucitan” y seguiríamos sin tener una respuesta única.

Lo que intentamos es presentar una forma de análisis posible para la persona retórica digital, concepto que se vincula con el de autor, pero que no se limita a él. Como campo de estudio, la retórica digital establece que los discursos, los textos pueden provenir de un bot o de un humano, pero no entra en la discusión de a quién otorgarle o no el estatus de autor, porque la propia escritura digital complejiza la idea de autoría.

En las páginas web, en las cuentas o perfiles de las diferentes redes sociales, en los usuarios de las aplicaciones de mensajería, etc., se construye un *ethos digital*, que puede estudiarse a partir de los rasgos del *ethos social* y del *ethos discursivo*. En última instancia, no importa si el productor es humano o robot, no importa si consideramos que hay o no “autor”, lo que podemos analizar es una serie de rasgos y elementos específicos que constituyen la persona retórica digital.

REFERENCIAS

- Aristóteles. (2010). *El arte de la retórica*. (Traductor, Granero, E.I.). Buenos Aires: Eudeba.
- Berlanga Fernández, I., García-García, F., & Victoria Mas, J.S. (2013). Ethos, pathos y logos en Facebook. El usuario de redes: nuevo “rétor” del siglo XXI. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, XXI (41), pp. 127-135.
- Bolter, J.D. (1991). *Writing space: The computer, hypertext, and the history of writing*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Boluk, S., Flores, L., Garbe, J., & Salter, A. (2016). Bots. *The Electronic Literature Collection*. Recuperado de <http://collection.eliterature.org/3/collection-bots.html>
- Dada Poem Generator*. (s/f). Recuperado de <http://www1.lasalle.edu/~blum/c340wks/DadaPoem.htm>
- DeVoss, D.N., & Porter, J.E. (2006). Why Napster matters to writing: Filesharing as a new ethic of digital delivery. *Computers and Composition*, 23(2), pp. 178-210.
- Eyman, D. (2015). *Digital rhetoric. Theory, method, practice*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Ferrara, E., Varol, O., Davis, C., Menczer, F., & Flammini, A. (2015). The Rise of Social Bots. *Communications of the ACM*, 59(7), 96-104.
- Gache, B. (2015). *¿Qué es la poesía (para un robot)?* México: Belén Gache.
- Goldsmith, K. (2015). *Escritura no-creativa. Gestionando el lenguaje en la era digital*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Gutiérrez-Sanz, V. (2016, abril-mayo-junio). Retórica de los discursos digitales. Una propuesta metodológica para el análisis de los discursos en Twitter. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69, pp. 67-103.
- Heba, G. (1997, enero). HyperRhetoric: Multimedia, literacy, and the future of composition. *Computers and Composition*, 14, pp. 19-44.

- Hocks, M.E. (2003, junio). Understanding visual rhetoric in digital writing environments. *College Composition and Communication*, 54(4), pp. 629-656.
- Kozak, C. (2017). Esos raros poemas nuevos. Teoría y crítica de la poesía digital latinoamericana. *El jardín de los poetas. Revista de teoría y crítica de poesía latinoamericana*, III(4) (primer semestre), 1-20.
- Landow, G.P. (1991). The rhetoric of hypermedia: Some rules for authors. En P. Delaney & G. P. Landow (Eds.), *Hypermedia and literary studies*. (pp. 81-103). Cambridge, MA: MIT Press.
- Landow, G.P. (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.
- Landow, G.P. (Comp.) (1997). *Teoría del hipertexto*. Barcelona: Paidós.
- Lanham, R.A. (1992). Digital rhetoric: Theory, practice, and property. En M. C. Tuman (Ed.), *Literacy online: The promise (and peril) of reading and writing with computers*. (pp. 221-243). Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.
- Lanham, R.A. (1993). Digital Rhetoric and the digital arts. In *The electronic word: Democracy, technology, and the arts*. Chicago: University of Chicago Press.
- ljcooke. (2017, 24 de septiembre). poem.rb. poemexe. Recuperado de <https://github.com/ljcooke/poemexe/blob/master/poem.rb>
- logopedia. *The Emily Dickinson Random Epigram Machine*. (s/f). Recuperado de <https://logopoeia.com/ed/>
- Losh, E. (2009). *Virtualpolitik. An electronic history of government media-making in a time of war, scandal, disaster, miscommunication, and mistakes*. Cambridge: MIT Press.
- Montero, A.S. (2012). Los usos del ethos. Abordajes discursivos, sociológicos y políticos. *Rétor*, 2(2), pp. 223-242.
- Olaizola, A. (2013). Postear retórica: análisis de caso de dos publicaciones en la comunidad virtual Taringa! *Revista Iberoamericana de Argumentación*, 6, pp. 1-38.
- Ong, W. (2006). *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. (Traductora Scherp, A.). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Porter, J.E. (1998). *Rhetorical ethics and internetworked writing*. Greenwich, CT: Ablex.
- Porter, J.E. (2002). Why technology matters to writing: A cyberwriter's tale. *Computers and Composition*, 20, pp. 375-394
- Porter, J.E. (2009). Recovering Delivery for Digital Rhetoric. *Computers and Composition*, 26 (4), pp. 207-224.

- Porter, J.E. (2010). Rhetoric in (as) a digital economy. En S. A. Selber (Ed.), *Rhetorics and technologies: New directions in writing and communication* (pp. 173-197). Columbia, SC: University of South Carolina Press.
- Sullivan, P. (2001). Practicing safe visual rhetoric on the world wide web. *Computers and Composition*, 18(2), pp. 103-121.
- Warnick, B. (2007). *Rhetoric online: Persuasion and politics on the world wide web*. New York: Peter Lang.
- Welch, K. (1990, enero-febrero). Electrifying classical rhetoric: Ancient media, modern technology, and contemporary composition. *Journal of Advanced Composition*, 10(1), pp. 22-38
- Welch, K. (1999). *Electric rhetoric: Classical rhetoric, oralism, and a new literacy*. Cambridge, MA: MIT Press.
- What is micropoetry? (s/f). *Micropoetry*. Recuperado de <http://micropoetry.com/twitter-micropoetry>
- William Carlos William Poem Generator. (s/f). Recuperado de <http://joshmillard.com/wcw/>
- Wysocki, A.F. (1998). Monitoring order. *Kairos: A Journal of Rhetoric, Technology, and Pedagogy*, 3(2). Recuperado de <http://www.technorhetoric.net/3.2/binder.html?features/wysocki/mOrder0.html>
- Wysocki, A.F. (2001). Impossibly distinct: On form/content and word/ image in two pieces of computer-based interactive multimedia. *Computers and Composition*, 18(2), pp. 137-162.
- Zappen, J.P. (2005). Digital rhetoric: Toward an integrated theory. *Technical Communication Quarterly*, 14(3), pp. 319-325.