

# Postear retórica: análisis de caso de dos publicaciones en la comunidad virtual Taringa!.

Olaizola, Andrés.

Cita:

Olaizola, Andrés (2013). *Postear retórica: análisis de caso de dos publicaciones en la comunidad virtual Taringa!*. *Revista Iberoamericana de Argumentación*, 6, 1-38.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/andres.olaizola/5>



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>.*



# Revista Iberoamericana de Argumentación

ἐπεὶ δὲ ταύτην τὴν ἐπιστήμην ζητοῦμεν

**Director**  
Luis Vega

**Secretaria**  
Paula Olmos

**Edición Digital**  
Roberto Feltrero

## Postear retórica: análisis de caso de dos publicaciones en la comunidad virtual Taringa!

Andrés Olaizola Pérez

*Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.*

*Facultad de Diseño y Comunicación.*

*Universidad de Palermo.*

*Mario Bravo 1050, Ciudad de Buenos Aires, Argentina*

*aolaizola@gmail.com*

### RESUMEN

El siguiente artículo se basa en los planteamientos teóricos del campo de la retórica digital para analizar los elementos retóricos presentes en las publicaciones o posts de dos usuarios del sitio Web argentino Taringa! La descripción de los elementos y de las técnicas que los textos digitales analizados utilizan para construir su discurso argumentativo serviría para mostrar que estos espacios poseen su propia dinámica retórica, la cual integra la retórica tradicional, pero reconfigurándola, a partir de las características distintivas del entorno.

**PALABRAS CLAVE:** argumentación, comunidades virtuales, escritura digital, redes sociales, retórica digital, Web 2.0

### ABSTRACT

Following the theoretical framework of the digital rhetoric studies, this article analyzes the rhetorical elements and strategies that operate in a number of posts or digital texts published by two users in Taringa!, an Argentine social network site. The essay will describe how the analyzed digital texts use various digital rhetoric's elements and techniques to design their argumentative discourse. This description will show that digital spaces have their own rhetorical dynamic, which integrates and reconfigures traditional rhetoric.

**KEYWORDS:** argumentation, digital rhetoric, digital writing, social networks, virtual communities, Web 2.0

Artículo recibido el: 09/11/2012

Artículo aprobado el: 14/06/2013



Copyright@ANDRÉS OLAIZOLA

Se permite el uso, copia y distribución de este artículo si se hace de manera literal y completa (incluidas las referencias a la Revista Iberoamericana de Argumentación), sin fines comerciales y se respeta al autor adjuntando esta nota. El texto completo de esta licencia está disponible en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/es/legalcode.es>

*Postear* (del inglés *to post*): tr. Publicar un mensaje o un documento digital en un blog, red social, foro, comunidad virtual, grupo de noticias, o en cualquier otro medio informático similar.

## 1. INTRODUCCIÓN<sup>1</sup>

Para muchas personas, leer el neologismo “*postear*” y “retórica” en la misma oración puede resultar curioso, extraño e inclusive digno de un oxímoron. El arte del «buen decir», de construir un discurso argumentativo, parece bastante lejano de un concepto originado a partir de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y, específicamente, de la dinámica de la Web 2.0. Esta posición es sostenida por algunos especialistas en TIC y en alfabetización académica,<sup>2</sup> quienes consideran que los entornos digitales, por sus rasgos distintivos, prácticamente son incompatibles con el proceso retórico.

En contraposición, diversos autores y grupos de investigación no sólo plantean que la retórica clásica sigue estando presente en los textos digitales, sino que dichos espacios interactivos y multimodales poseen su propia dinámica argumentativa, sus propios tropos, estrategias y técnicas. En los entornos digitales, la escritura deja de ser el modo de representación del conocimiento predominante, ya que el escritor puede utilizar imágenes, videos, hipervínculos, el espacio y el color para persuadir o motivar a la acción. Los nuevos géneros, estructuras y formas de comunicar y construir sentido conllevan a que el proceso de comprensión y de producción de textos digitales argumentativos deba ser analizado utilizando específicamente las directrices de su retórica específica, la retórica digital.

El siguiente artículo se basa en dichos planteamientos teóricos para analizar los elementos retóricos digitales presentes en las publicaciones o *posts* de dos usuarios del sitio Web argentino Taringa! Uno de los objetivos del trabajo es dar cuenta de ciertas perspectivas críticas que no son muy conocidas en la esfera de la alfabetización académica ni en el ámbito académico hispanico en general, ya que la mayor parte de su bibliografía se encuentra en inglés. A su vez, consideramos que una descripción de los elementos y de las técnicas que los textos digitales analizados

---

<sup>1</sup> El presente artículo se basa en el Proyecto de Investigación *Aproximación a la enseñanza de la retórica digital*, llevado a cabo en el marco del Programa de investigación 2011-2015 del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

<sup>2</sup> La alfabetización académica puede definirse como «el conjunto de nociones y estrategias necesarias para participar en la cultura discursiva de las disciplinas así como en las actividades de producción y análisis de textos requeridas para aprender en la universidad» (Carlino, 2010: 13-14).

utilizan para construir su discurso argumentativo serviría para mostrar que estos espacios poseen su propia dinámica retórica, la cual integra la retórica tradicional, pero reconfigurándola, a partir de las características distintivas del entorno.

El trabajo consta de siete partes. En primer lugar, describiremos brevemente el sitio Web Taringa! En segundo lugar, se brindará una definición de retórica digital y se establecerán tres categorías conceptuales que servirán para analizar cómo opera el proceso retórico. Posteriormente, se contextualizarán cada una de las publicaciones. Después, analizaremos de qué manera los autores de las publicaciones emplean diversos elementos digitales para construir su argumentación. En la penúltima sección, realizaremos una reflexión sobre cómo la retórica digital no es simplemente un concepto teórico abstracto, sino que sus estrategias son utilizadas por gobiernos y empresas privadas para persuadir al usuario de que acepte determinados lineamientos ideológicos o que consuma un producto o servicio. Finalmente, se desarrollarán las conclusiones.

## 2. SOBRE TARINGA!

Taringa! es una comunidad virtual argentina en donde usuarios de habla hispana pueden compartir distinto tipo de información y de materiales digitales. El sitio Web fue creado a principios del 2004 por Fernando Sanz, quien luego lo vendió por cinco mil dólares a Matías y Hernán Botbol en noviembre de 2006 (Fernández, 2009).

Según los términos y condiciones del sitio, Taringa!, «mediante una estructura de red social», permite que los usuarios compartan sus intereses con la comunidad mediante mensajes o *posts*, los cuales pueden contener textos, fotografías, imágenes, animaciones, videos y vínculos a archivos o a sitios Web externos. Formalmente, todo el contenido no verbal del mensaje se inserta a través de *links*, que enlazan con la dirección URL (Uniform Resource Locator) que indica dónde se encuentra alojado el archivo digital que se pretende asociar.

Salvo que se especifique lo contrario, los *posts* pueden recibir comentarios de otros usuarios registrados en el sitio. A su vez, de acuerdo al “rango” que posean, los usuarios pueden calificar a los *posts* con una determinada cantidad de puntos por día.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> En octubre de 2011, se cambió el sistema de rangos de Taringa! Hasta ese momento, se utilizaba el que se expone en el post de Kuruzka (2011). El actual sistema de rangos determina que, por defecto, los nuevos usuarios tienen el rango de Iniciado y pueden otorgar 2 puntos. El sistema de rangos está imbricado en el “sistema de karma”, el cual funciona como un modelo de puntaje interno: «[C]ada acción buena o mala sube o baja el karma según su nivel de importancia: por ejemplo, hacer un buen comentario no sube el karma al mismo nivel que lo hace un buen post, y en base a todas las acciones realizadas a lo largo del tiempo se llega a un valor de karma global el cual se utiliza para asignar un rango y un valor de

DISEz (2011), un experimentado usuario de Taringa!, explica que «los puntos son una manera de recompensar a un buen *post*, y también para que la gente sea capaz de encontrar contenido interesante y de calidad».

El conjunto de las calificaciones conforma la puntuación total del *post* y del usuario. A partir de las puntuaciones, se elaboran *rankings* (*TOPs*) diarios, semanales y mensuales de los *posts* y los usuarios que más puntos recibieron. Las publicaciones que aparecen en los *TOPs* son encontradas más fácilmente por los usuarios.

Los *posts* sobre temas religiosos, deportivos y políticos suelen suscitar opiniones encontradas. El sector de los comentarios se convierte en una tribuna en donde se cruzan los usuarios que defienden al *post* y aquellos que lo critican. No es necesario que pase demasiado tiempo para que los usuarios terminen insultándose entre sí, con lo cual, el espacio de comentarios se convierte en lo que en la jerga de la comunidad se conoce como “forobardo” (Kuruzka, 2011).

Es menester destacar que los comentarios de los usuarios merecerían un estudio aparte, ya que la mayoría despliega diversas técnicas argumentativas e interrelacionan distintos sistemas de representación de conocimiento. Para expresar su opinión, junto a la prosa, los usuarios utilizan *emoticones*, insertan videos y animaciones en formato gif, adjuntan imágenes o fotografías ajenas o propias, muchas de las cuales fueron personalizadas con programas de diseño gráfico y edición de imágenes. Finalmente, los usuarios más experimentados suelen “firmar” los comentarios con banners, documentos en formato jpeg, gif o equivalentes que combinan texto, imágenes, animaciones, efectos gráficos, etc. (Cassany, Sala Quer, Hernández, 2008).

Esta breve descripción del funcionamiento del sitio nos permite adentrarnos en el concepto de retórica digital. Tanto en los *posts* como los comentarios, los escritores/lectores/usuarios, para argumentar, emplean distintos materiales digitales e interactivos, aprovechan la hipertextualidad, combinan convenciones de múltiples géneros discursivos y emplean formas y técnicas de la retórica clásica. Justamente, la retórica digital analiza todas estas estrategias argumentativas y convenciones retóricas de los nuevos medios digitales, empleando para ello elementos teóricos de la retórica

---

karma público (Taringa!, 2012).» Las actitudes que hacen subir el karma están relacionadas con realizar “buenos aportes” (recibir puntos y recomendaciones por el contenido publicado, recibir comentarios y respuestas en el contenido, moderar los contenidos, etc.) y con ser “buen usuario” (otorgar puntos a buenos contenidos, tener nuevos seguidores, seguir a buenos usuarios, votar negativamente comentarios que no cumplen el protocolo y son eliminados, etc.). En contraposición, hacer malos aportes (crear contenido que es eliminado, hacer comentarios que son eliminados) y tener malas actitudes (insultar, dar puntos a *post* que son eliminados, ser bloqueado por otros usuarios, ser suspendido, denunciar incorrectamente, etc.) bajan el karma.

visual, la semiótica social, las multiliteracidades, la retórica clásica, la alfabetización digital, la literacidad crítica, etc.

### 3. SOBRE LA RETÓRICA DIGITAL

A continuación, se presentará una primera aproximación a la retórica digital, que desde luego, no pretende abarcar toda la miríada de prácticas, formas, géneros y técnicas que entran en juego en este nuevo concepto. En primer lugar, se esbozará una cronología de los principales estudios sobre argumentación en entornos digitales. Después, ofreceremos una definición de la retórica digital. Finalmente, luego de haber delimitado nuestro objeto de estudio, expondremos dos trabajos que nos proveerán de ciertas categorías conceptuales para llevar a cabo nuestro análisis de caso.

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.

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 potenciase la interfaz visual, con lo cual, la construcción de sentido se transformó casi necesariamente en multimodal. Esta situación lleva a que diversos autores (Cope & Kalantzis, 2000, 2009, 2011; The New London Group, 1996) aboguen por ampliar la concepción de escritura, retórica y alfabetización, acuñando el término “alfabetizaciones múltiples” o “multiliteracidades” (*multiliteracies*). Este concepto se refiere a dos aspectos centrales del uso del lenguaje hoy en día: por un lado, la variabilidad para construir significado en diferentes contextos sociales y culturales; y por otro lado, a partir de las características de las nuevas tecnologías de información y de comunicación, la construcción de significado se realiza, cada vez más, a través de formas multimodales. Uno de los más importantes aportes en lo que respecta a alfabetización y retórica visuales es el trabajo de Gunther Kress y Theo van Leeuwen (2006), quienes analizaron la gramática de las imágenes en un marco sociocultural y semiótico.

La revolución de Internet agrega tal vez la variable más importante en el campo de la producción y comprensión de textos digitales. Los trabajos de Anne Frances Wysocki (1998, 2001, 2004), Patricia Sullivan (2001) y James E. Porter (1998, 2002, 2009), entre otros, ya se centran en cómo la dinámica retórica es reconfigurada en y a través de los entornos digitales de la Web.

Poco a poco, la retórica digital se va estableciendo como una emergente disciplina académica, que influye en la esfera de los estudios sobre retórica, las tecnologías de la información y la comunicación y la alfabetización digital. El creciente número de trabajos sobre escritura y argumentación en entornos digitales lleva a que autores como Carolyn Handa (2001), Mary E. Hocks (2003), el grupo de investigaciones Writing in Digital Environments Research Center (2005), el colectivo de profesores e investigadores DigiRhet.org (2006), James P. Zappen (2005) y el National Writing Project (2010) comiencen a sistematizar los principales ejes de esta disciplina, así como a desarrollar estrategias y actividades para su enseñanza.

El cambio hacia la Web 2.0, donde los usuarios son productores de contenido,<sup>4</sup> trajo aparejada una nueva dinámica en los entornos digitales. Los blogs, las wikis, las redes sociales, los sitios para compartir videos y fotografías complejizan el panorama de la argumentación digital. En este aspecto, se destacan los trabajos de Dànienne Nicole DeVoss y James Porter (2006), quienes analizan cómo el contexto actual de intercambio de archivos (*filesharing*) afecta a la escritura y a la retórica; Porter (2009), que delinea una teoría de la representación (*actio*) de las comunicaciones basadas en Internet; y Elizabeth Losh (2008, 2009, 2011), cuya investigación se centra en cómo distintos Gobiernos emplean estrategias de retórica digital para difundir su ideología a través de sitios Web gubernamentales, YouTube, Flickr, tours virtuales de monumentos nacionales, salas de chat, tutoriales en línea, videojuegos, etc. Justamente, el investigador y diseñador de software Ian Bogost (2007) plantea que los videojuegos, debido al modo de representación de la “procedimentalidad”,<sup>5</sup> desarrollan

<sup>4</sup> La campaña argentina lanzada en 2011 para promocionar el navegador Google Chrome llevó el nombre de “La Web la hacés vos” y mostraba, en cuatro vídeos, cómo distintos usuarios utilizaban páginas Web y aplicaciones y servicios en línea como Google +, Gmail, Picasa, Blogger, YouTube, Google Talk para producir, consumir y compartir contenido digital. Para más información véase Redacción Infobrand (2011) y España (2011). Para ver los spot véase Google Argentina (2011a, 2011b, 2011c, 2011d).

<sup>5</sup> El concepto de procedimentalidad (*procedurality*) se refiere a una forma de crear, explicar o comprender procedimientos. Los procedimientos, a su vez, definen cómo funcionan las cosas, es decir, los métodos, técnicas y la lógica que guían el funcionamiento de los sistemas. Bogost (2007: 5) explica que, según Janet Murray en su libro *Hamlet on the Holodeck* (1997), los artefactos digitales tendrían cuatro propiedades esenciales: procedimentalidad, participación, espacialidad y visión enciclopedista. Cuando Murray usa el término “procedimental”, se refiere a la habilidad distintiva de la computadora de ejecutar una serie de reglas. En este sentido, “procedimentalidad” se refiere a la práctica central de la autoría de software, ya que éste está compuesto por algoritmos que modelan cómo se comportan las cosas. Los sistemas procedimentales generan comportamientos que se basan, a su vez, en modelos basados en reglas. Bogost sostiene que la procedimentalidad es el valor principal de la computadora, que crea significado a través de la interacción de algoritmos.



una nueva forma de retórica: la retórica procedimental. Según Bogost, la retórica procedimental es la práctica de persuadir a través de procedimientos en general y de procedimientos computarizados en particular (3). La retórica procedimental construye argumentos a través de la elaboración de reglas de comportamiento codificadas, de modelos dinámicos escritos en algoritmos (28-29).

Las nuevas prácticas discursivas digitales generan y potencian nuevos tipos de participación y colaboración, de producción y circulación de contenidos, nuevas habilidades sociales, etc., por lo tanto, el campo de la argumentación digital se complejiza y se enriquece exponencialmente. A esto se le suma que las prácticas discursivas, los medios de comunicación, las formas de distribución y almacenamiento, etc., cambian de manera permanente. Una definición de la retórica digital debe contemplar estos aspectos y ser lo suficientemente flexible para adaptarse a las transformaciones del contexto.

Sobre la base de estas consideraciones es que coincidimos con Zappen (2005) cuando sostiene que «la retórica digital es una amalgama de componentes más o menos discretos antes que una teoría completa e integrada» (323). Sin embargo, Zappen aclara que esos componentes discretos proporcionan un esbozo para dicha teoría, que tiene el potencial para contribuir, en general, al corpus de la teoría y de la crítica retórica, y en particular, a la retórica de la ciencia y la tecnología.

Desde su experiencia personal como investigador, Doug Eyman (2012) destaca la importancia conceptual de plantear la ausencia de una teoría integral y unificada, ya que esto permite articular diversas teorías sobre retórica digital para llevar a cabo el análisis y la producción de los contenidos y “performances” digitales.

Zappen (2005) explora las líneas de análisis que abarcarían los estudios sobre retórica digital y distingue cuatro grandes ejes: funcionamiento y reconfiguración de las estrategias retóricas tradicionales en los espacios digitales, tanto para la composición como para el análisis; identificación de las características, potencialidades y límites de los nuevos medios; creación de identidades individuales; y construcción de comunidades sociales (319). Para el autor, estos estudios sugieren cómo la retórica tradicional puede ser extendida y transformada en una teoría amplia, holística, de la retórica digital.

El presente trabajo se enmarca en la primera de las líneas planteadas por Zappen (2005): cómo distintas estrategias retóricas de persuasión funcionan y son reconfiguradas en los espacios digitales. Para describir la dinámica argumentativa que se desarrolla en estos entornos, apelaremos a los estudios de Hocks (2003) y de



Porter (2009), que nos proveerán de determinadas categorías críticas y herramientas metodológicas para el análisis.

Hocks (2003: 632) 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» y, específicamente, se centra en las múltiples modalidades disponibles para construir significado utilizando las nuevas tecnologías de información y de comunicación. A continuación, Hocks analiza dos textos académicos digitales y al hacerlo introduce tres conceptos clave 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 (632).

Hocks sostiene que la construcción del discurso argumentativo en espacios digitales e interactivos se basaría en la utilización de estas tres variables simultáneas, que se interrelacionan entre sí para lograr persuadir a la audiencia. Las tres categorías proveerían un punto de partida para comenzar a analizar los aspectos retóricos y visuales de los textos en entornos digitales, los contextos apropiados para diseñar estos documentos como argumentos visuales y el potencial impacto de estos diseños en la audiencia, particularmente a través del uso de la interfaz y de la interactividad (643).

La retórica visual, entendida como las estrategias visuales utilizadas para significar y persuadir, adquiere una importancia central en la lectura y escritura en soporte electrónico. Las nuevas tecnologías de la información construyen significados a través de una gramática híbrida, que es al mismo tiempo visual, verbal e interactiva, por lo tanto, explica Hocks, la retórica digital integra y adopta el uso de la retórica visual así como de otras modalidades (631).

Porter (2009), por su parte, sostiene que los entornos digitales y las comunicaciones basadas en Internet permiten resucitar el canon de la representación (*actio*) y el canon de la memoria de la retórica clásica, que fueron desterrados de la enseñanza de la composición y de la argumentación durante el siglo XIX y principios del siglo XX, a partir de una perspectiva ideológica que impuso una retórica occidental, masculina, aria y abstracta. A partir de esta postura, Porter delinea una teoría retórica de la representación digital con cinco componentes o lugares comunes (*tópoi koinoi*):

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.

Distribución/circulación: concierne a las opciones tecnológicas de publicación para reproducir, distribuir y circular información digital.

Acceso/accesibilidad: se refiere a cuestiones vinculadas a la conectividad de la audiencia con información de Internet.

Interacción: relacionado con los grados y los tipos de compromiso (entre personas, entre personas e información) alentados o permitidos por los diseños digitales.

Economía: concierne al copyright, uso, autoría y control de información (208).

De acuerdo con Porter, se necesita 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, mecanismos de distribución trae aparejadas, para el autor y el lector, infinitas decisiones retóricas, éticas, editoriales y políticas. Porter 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» (208).

En el presente trabajo, analizaremos las dos publicaciones de Taringa! sobre la base de los conceptos de postura hacia la audiencia, transparencia e hibridez, de Hocks (2003), y de la teoría de la representación (*actio*) digital ensayada por Porter (2009).

#### 4. SOBRE LOS DOS *POSTS*

El 14 de agosto de 2011, el usuario CapitanNelson (2011a) publica el *post* “Mi colegio y el Kirchnerismo” con el objetivo de «mostrar lo que es en realidad El Gran [sic.] Colegio Nacional de La Plata». Estudiante del colegio, CapitanNelson expone cómo, a su parecer, las políticas llevadas a cabo por el Gobierno nacional y provincial en la institución redundaron en una baja en la calidad educativa. Específicamente, el usuario se centra en distintas acciones que «impusieron» la «ideología K» (actos, Programa Conectar Igualdad, inauguración de instalaciones, etc.) y sus consecuencias (aparentes despidos de profesores y sanciones por “criticar” al Gobierno, etc.).

Rápidamente, “Mi colegio y el Kirchnerismo” se convirtió en *Top Post* del día, ya que fue el *post* que más puntos recibió el día de su creación. Con el correr de los días, la popularidad del *post* fue en aumento, las visitas se multiplicaron y cada vez más usuarios lo agregaban a sus *posts* “favoritos”. Gracias a los puntos, el *post* recibió los galardones de *Top Post* Semanal y *Top Post* Mensual. Es menester aclarar que la mayoría de los usuarios de Taringa! suelen expresar posiciones contrarias a las administraciones de Néstor Kirchner y de Cristina Fernández de Kirchner. A su vez, en *posts* sobre hechos de delincuencia urbana, inmigración, políticas sociales y económicas, los comentarios discriminadores, xenófobos y racistas no son inusuales.

Cuatro días después, el 18 de agosto, FADES93 (2011) publicó “La mentira de ‘Mi colegio y el Kirchnerismo’”, un *post* donde, según el usuario, «me gustaría tratar de responder y resaltar, punto por punto, la falta de sustento de las denuncias hechas en ese *post*». FADES93 expone sus contraargumentos en seis puntos donde refuta los principales dichos de CapitanNelson. FADES93 sostiene que si bien él no es un usuario muy activo y que sólo entra a Taringa! «para mirar los *posts* mejor puntuados y ver si encuentro algo interesante», la indignación que le causó el *post* de CapitanNelson fue tal que resolvió responderle.

Con la publicación de “La mentira de ‘Mi colegio y el Kirchnerismo’” se inicia una verdadera polémica que excede la veracidad o no de las experiencias de un usuario que es alumno de un colegio de la provincia de Buenos Aires. Lo que en realidad se discute es la política educativa y social del Gobierno nacional. Así como “Mi colegio y el Kirchnerismo” recibió varios galardones, el *post* de FADES93 fue *Top Post* del Día, alcanzó el segundo puesto en el *Top Post* Semanal y el tercer puesto en el *Top Post* Mensual.

A partir de la repercusión de “La mentira de ‘Mi colegio y el Kirchnerismo’”, CapitanNelson (2011b, 2011c) publica “Respuesta a la respuesta” y “Certificada”, el 19 y el 21 de agosto respectivamente, e incluye sus *links* en “Mi colegio y el Kirchnerismo”. Los nuevos *posts* tienen como objetivo refutar los contraargumentos esgrimidos por FADES93. A su vez, otro usuario, llamado EddieAikau, *postea* “Desmintiendo: La mentira de ‘Mi colegio y el Kirchnerismo’”, en donde hace suyas las denuncias de CapitanNelson y critica los dichos de FADES93.

Con sus publicaciones, CapitanNelson y FADES93 llevan adelante un verdadero debate político, en donde uno argumenta en contra y el otro argumenta a favor de las políticas del Gobierno nacional. Cabe aclarar un dato del contexto que, lejos de ser un simple detalle, enmarca a los textos en una coyuntura política específica.

El *lock out* de las patronales agropecuarias contra la resolución gubernamental que instauraba los impuestos móviles a las exportaciones de marzo a junio de 2008, el rechazo en la cámara de senadores del proyecto de ley oficialista sobre las retenciones móviles en julio de 2008 y el triunfo de la oposición en las elecciones legislativas nacionales del 2009 hicieron que varios sectores políticos y sociales vaticinaran el fin del ciclo del kirchnerismo.

Ante esta coyuntura desfavorable, el Gobierno nacional decidió profundizar el modelo político-social que había desarrollando desde 2003 y apoyó la sanción de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (23 de octubre de 2009), instrumentó la Asignación Universal por Hijo (octubre-noviembre 2009) y el Plan Conectar Igualdad (abril de 2010), propulsó las leyes de estatización de las aseguradoras de fondos jubilatorios y pensiones (noviembre de 2008) y de matrimonio igualitario (julio de 2010), etc.

La gran participación popular durante los festejos del Bicentenario (mayo de 2010) y los funerales del ex presidente Néstor Kirchner (octubre de 2010) y la asistencia masiva a la exposición de ciencia y tecnología Tecnópolis (julio de 2011)

evidenciaron el gran apoyo con el que aún contaba la administración de Cristina Fernández de Kirchner.

El 14 de agosto de 2011 se celebraron en Argentina las elecciones primarias abiertas simultáneas y obligatorias (PASO), en donde los candidatos de los diferentes partidos políticos debían lograr un mínimo de votos necesario para participar en las elecciones nacionales del 23 de octubre del mismo año. Si bien los sectores políticos, sociales y económicos opuestos al kirchnerismo esperaban una victoria del oficialismo, auguraban alcanzar un porcentaje de votos que les permitiera consolidarse con vistas a las elecciones nacionales.

Los primeros datos de las encuestas “a boca de urna” de aquel 14 de agosto ya mostraban una tendencia irreversible que se confirmaría con los resultados finales: los candidatos del oficialismo eran, por lejos, los más votados de las primarias. A las 13:13 horas de ese día, CapitanNelson publicó “Mi colegio y el kirchnerismo”. Tal vez la intención del *post* se reducía a persuadir a los lectores de la tesis del autor; no obstante, el contexto donde fue publicado y difundido le suma otro objetivo al *post*, objetivo que pudo haber estado ausente en la planificación del texto, pero que el autor no podía desconocer: motivar a que los usuarios que todavía no habían sufragado votaran a alguna fuerza política opuesta al oficialismo. Más específicamente, podríamos decir que, por un lado, el *post* propiciaba argumentos para confirmar la decisión de aquellos usuarios que ya habían votado o que iban a votar en contra del Gobierno; por el otro, el *post* también apuntaba a influir en la decisión electoral de los usuarios indecisos que aún no habían emitido su voto, que entran al cuarto de votación sin tener una opción clara y que eligen en ese mismo momento.

## 5. ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS RETÓRICOS DIGITALES DE LOS DOS POSTS

«Si coloco no solo texto sino que también coloco videos, imágenes, redacto un poco de texto sin la ayuda de Wikipedia, requisitos y los *links*, todo el *post* bien decorado, más que seguro algún Taringuero valorará nuestro trabajo y nos dejará puntos», aconseja Kuruzka (2011), uno de los moderadores de Taringa!, en un tutorial destinado a los usuarios recientes de la comunidad virtual. Este y otros consejos de moderadores y de usuarios expertos configuran directrices, convenciones y estrategias retóricas para las producciones textuales de la comunidad. Al desarrollarse en y a través de entornos digitales, cuyo medio es la pantalla, los *posts* se estructuran a partir del modo de composición espacial y utilizan la no linealidad y múltiples modos de

representación del conocimiento. La escritura está presente, pero se encuentra subordinada a la lógica de lo espacial.

A continuación, analizaremos las estrategias y las modalidades utilizadas en los *posts* mencionados para construir sus discursos argumentativos. Como hemos expuesto, para el análisis emplearemos las categorías conceptuales detalladas por Hocks (2003) y Porter (2009).

### 5.1. “MI COLEGIO Y EL KIRCHNERISMO”

A grandes rasgos, el *post* se podría dividir en tres secciones: introducción, desarrollo de los argumentos y conclusión o reflexión final. En primer lugar, CapitanNelson (2011a) construye un *ethos* en donde se presenta como un usuario/autor que cumple con una obligación ética al componer el *post*, ya que «no lo hago por puntos sino por RECOMENDACIONES [sic]». El autor relega la obtención de puntos, el beneficio personal, la posibilidad de ascender en los rangos de la comunidad virtual para dar a conocer a todos los usuarios «lo que es en realidad El Gran Colegio Nacional de La Plata [imagen en formato .gif]». CapitanNelson no realizaría el *post* por iniciativa propia, sino que simplemente respondería a los pedidos de una parte de la audiencia que conocía sus capacidades argumentativas.

En este punto, es menester una aclaración. Para explicar qué lo llevó a escribir el *post*, CapitanNelson utilizó la herramienta de “cita”, la cual es una opción de diseño de la que disponen los usuarios en la interfaz de creación de *posts* de Taringa! La función de esta opción, como lo sería en un texto en soporte analógico, es referir el discurso de otro autor o fuente. Sin embargo, CapitanNelson resignifica su función (en rigor se cita así mismo) y lo utiliza específicamente con fines visuales: configura un dispositivo de encuadre (con líneas punteadas y fondo gris) que diferencia el texto verbal (redactado en negrita y cursiva) para que el lector enfoque su atención en él. A su vez, al final del texto del encuadre, se utiliza un emoticón en archivo .gif que refleja cierto desasosiego sobre la situación del Colegio Nacional de la Plata.

A continuación, CapitanNelson coloca dos vínculos a sendos artículos suyos, “Mi respuesta a la respuesta” (2011b) y “Certificada” (2011c), que servirían para refutar los contraargumentos del *post* “La mentira de ‘Mi colegio y el Kirchnerismo’” (FADES93, 2011). Desde luego, estos *links* fueron agregados días después de la publicación original del *post*, posiblemente el 21 o 22 de agosto.

La inclusión del encuadre, del archivo *.gif* y de los enlaces a los otros artículos de CapitanNelson anuncian que el texto será transparente para los usuarios de Taringa!, ya que hace uso de varias de las convenciones de diseño de los *posts* de la comunidad. Finalmente, el hecho de ubicar los vínculos de las otras publicaciones del autor al inicio del *post* estaría influenciado por la estructura de redes sociales como Facebook o Twitter, donde las publicaciones más nuevas están al inicio de la página y los mensajes más antiguos figuran al final de la pantalla.

Para aquellos usuarios que no conozcan el colegio, CapitanNelson agrega una fotografía del frente del edificio y sostiene que «como estructura esta [sic.] para sacarse el sombrero». Más adelante, cuando nos concentremos en los elementos multimodales, analizaremos la fotografía.

Justo antes de empezar a desarrollar los argumentos, el autor enuncia una serie de «aclaraciones». Por un lado, especifica que tiene diecisiete años y que no es «ningún boludito [sic.]». Después, menciona su carácter de ex alumno del colegio, detallando que durante su estancia en la institución «la ideología K se impuso siempre», con lo cual da a entender que lo que va a denunciar no son hechos aislados, sino que constituirían ejemplos de una política sistemática. Por último, CapitanNelson explica que, para evitar el “forobardo”, cierra el espacio de comentarios y apela directamente a la audiencia para que recomienden el *post* y así todo salga a luz.

De esta manera, el *ethos* que crea CapitanNelson es el de un usuario comprometido, con conciencia crítica, un ex alumno del Colegio Nacional de La Plata que decidió componer un *post* no para ganar puntos, sino para denunciar lo que él considera una injusticia. A lo largo del *post*, el *ethos* oratorio de CapitanNelson se va completando: es víctima de la intolerancia ideológica reinante en el colegio («terminé en dirección por lo que dije, no por cómo»), desinteresado y solidario («pregunté para regalarla [la netbook que recibió por el Programa Conectar Igualdad] y lamentablemente si no la tiene el dueño e ingresa al establecimiento con cierta frecuencia se bloquea y no funciona más»), y tolerante y comprensivo con aquellos que piensan distinto a él, todo lo contrario a su descripción de los partidarios del kirchnerismo («Cuando murió Néstor [Kirchner] después de unos días sin clase por duelo se realizó un gran acto lo que no me pareció mal porque en definitiva era un ex Presidente», «el otro día hablando un poco de política con amigos, que me decían que Cristina hizo todo bien, preferí callarme la boca y entendí que no tenían la culpa», etc.).



La personalidad construida por CapitanNelson también posee una conexión muy fluida con la audiencia, a tal punto que el *post* tiene su origen en las recomendaciones que le hicieron los usuarios para que escribiera el texto. En el *ethos* del discurso, los lectores son activos, participaron en el proceso de composición del *post*. A la audiencia se le propone que observe por ella misma los otros artículos y documentos relacionados, para que siga tomando conciencia de la situación que se describe. Con este fin, CapitanNelson agrega enlaces a un artículo del periódico digital InfoPlatense, que informa sobre un acto de campaña de Gustavo Oliva, ex rector del Colegio Nacional de La Plata y en ese momento candidato a intendente; a un video de la página oficial del Colegio Nacional de La Plata, en donde se muestra cómo la presidenta Fernández de Kirchner inaugura por teleconferencia las obras en el comedor de la institución; y a una nota publicada en el perfil de Facebook del profesor Carlos Garay, quien relata cómo no le fue renovada su designación como docente del colegio. La presencia de estos enlaces a tres fuentes diferentes subraya una vez más que, al ser la escritura digital multigenérica y multimodal, la retórica en entornos digitales puede construir argumentos con y a través de diferentes géneros discursivos digitales (artículo de periódico digital, nota de red social, comentario de blog, etc.), pero también con imágenes y fotografías, videos, animaciones, hipervínculos, esquemas de colores, diseños de páginas Web, etc.

Es menester destacar cómo el autor les pide a los lectores que formen parte de los procesos de reproducción, distribución y circulación del *post*. Este breve pedido («Me gustaría que lo recomienden para que se saque a la luz») en realidad refleja una decisión retórica por parte de CapitanNelson, quien consideró que la forma más efectiva de difundir su mensaje era con la ayuda de la audiencia. El autor estableció que había más posibilidades de que el *post* lograra su objetivo si los lectores lo recomendaban a través del correo electrónico o en *posts* de la misma o de otra comunidad virtual, si lo publicaban en blogs, sitios Web o redes sociales. CapitanNelson explícitamente permite que los usuarios hagan suyo al *post*, que lo consideren casi de autoría propia, ya que no se reenvían o no se hacen circular documentos digitales que se sienten ajenos, extraños u opuestos ideológicamente.<sup>6</sup>

En este punto es pertinente traer a colación la diferenciación que hace Porter (2009) entre distribución y circulación. Por un lado, Porter considera que distribución digital engloba las decisiones retóricas acerca de cómo presentar el discurso en situaciones *online*, cómo “envolver” el mensaje para que sea recibido por la audiencia.

<sup>6</sup> En ocasiones, el usuario/lector también hace circular documentos digitales que rechaza, cuya ideología no comparte. ¿Por qué? Porque quiere mostrar lo que dicen los contrarios, quiere exponer los contraargumentos de los contrincantes y señalar sus debilidades retóricas.

Por el otro lado, el concepto de la circulación se refiere al potencial que tiene el mensaje para ser redistribuido sin necesitar de la intervención directa del autor, es decir, las formas en que el mensaje puede ser reciclado en el espacio digital.

CapitanNelson decidió distribuir su mensaje bajo la forma de un *post* de una comunidad virtual. Podría haberlo distribuido en formato Word o HTML en un correo electrónico, pero, aun contando con una inmensa base de datos de direcciones de *mails*, no hubiera podido llegar tan rápido a la cantidad de público que tuvo con la publicación en Taringa! Y ya que se ha mencionado el factor tiempo, éste fue fundamental para la elección de la forma de distribución, porque es innegable que la composición y la difusión del mensaje fueron condicionadas por el contexto de las elecciones primarias. El texto debía publicarse ese mismo 14 de agosto, cuando podía llegar a influir a alguno de los electores que en esos momentos iban a votar; el mensaje debía estar visible y no perdido en las bandejas de entrada de los correos electrónicos. Además, al publicarlo en Taringa!, el mensaje contaba con la posibilidad de aprovechar el sistema de puntos para aumentar su exposición y acrecentar así su posible audiencia: si el *post* recibía muchos puntos o era marcado como “favorito”, iba a aparecer en un lugar destacado de la página inicial, con lo cual se aseguraría un mayor caudal de potenciales lectores.

La decisión de CapitanNelson de componer su mensaje a través de un *post* de Taringa! también le aseguró un alto nivel de circulación, en tanto cualquier usuario puede copiar la dirección URL de la publicación y adjuntarla en un correo electrónico, publicarla en un blog, enviarla en un mensaje de Twitter, etc. A su vez, la interfaz de los *post* de Taringa! cuenta con botones de «Me gusta» de Facebook, Google + y Twitter, con los cuales los usuarios que tengan cuenta en estas redes sociales pueden publicar el vínculo del *post* directamente en su muro. Para reforzar la intención de que el documento se redistribuya, que adquiera vida propia en y a través de las redes digitales, el autor, además de exhortar a los usuarios a que difundan la publicación, establece que el *post* sea de acceso libre, es decir, que no es necesario estar registrado en Taringa! para leerlo.

Determinar cuál es la mejor manera de distribuir un documento para que llegue a su audiencia a tiempo y así lograr su objetivo específico, establecer qué grado de circulación se espera que alcance el mensaje en el entorno digital son todas decisiones retóricas que los autores deben tener en cuenta cuando construyen un texto. Porter (2009) explica que «en el universo digital, los escritores *online* necesitan ser retóricamente astutos, tanto como productores como distribuidores de discurso».

Resumiendo, el *post* de CapitanNelson establece, en términos de Hocks (2003), una determinada postura hacia la audiencia, la cual resulta, principalmente, del *ethos* creado por el autor y de la conexión que éste construye con los lectores y que alienta diferentes formas de participación. En “Mi colegio y el Kirchnerismo”, el autor presenta un *ethos* política y socialmente comprometido que desea que la audiencia también desarrolle un pensamiento crítico y reflexivo, por lo que le propicia argumentos visuales y verbales para que saque sus conclusiones, la motiva a que continúe informándose a través de otras fuentes y documentos y le pide que colabore con la distribución del documento digital. En definitiva, el *post* estimula la participación activa de los usuarios/lectores, ofreciéndoles diversas opciones de interactividad. CapitanNelson emplea «el potencial interactivo y performativo del medio hipertextual, para motivar a la audiencia a explorar el espacio creado por el documento digital y a participar en su propia exploración y construcción del texto» (Hocks, 2003: 642).

El término de Hocks de “postura hacia la audiencia” utiliza el concepto de interactividad de forma amplia y general. Para especificar su uso, tomamos el planteamiento de Porter (2009: 217-218), quien propone definirlo en términos de «potencial para el involucramiento de la audiencia» antes que por elementos técnicos. A partir de esta definición, Porter delinea un continuum con cuatro niveles de interactividad: acceso, usabilidad, compromiso crítico y coproducción. Estos niveles se refieren al “potencial interactivo” o a la escala de posibles usos y respuestas para con el documento o producto. Mucha de la información digital, sostiene Porter, se clasifica dentro del rango de “usabilidad”, ya que los usuarios leen, ven, entienden, buscan, encuentran, pero no se les permite participar, crear o colaborar. Este nivel de interactividad posiciona a la audiencia como consumidores pasivos de contenido digital, ofreciéndoles opciones constreñidas y predeterminadas por el productor antes que darles la oportunidad de generar sus propias opciones.

En nuestro caso, el *post* analizado tendría niveles altos de interactividad, con formas y elementos que, principalmente, comprometen críticamente a los usuarios y que los invitan a coproducir conocimiento. Cabe destacar que, con respecto a este último punto, el autor no sólo motiva a la audiencia para que produzca más contenido digital, sino que decide incluir parte del mismo en su publicación. “Mi colegio y el Kirchnerismo” integra a su estructura dos textos de otros dos usuarios que aparentemente leyeron una versión previa del *post* y quisieron participar en la creación de conocimiento.

El primer texto es un mensaje privado incluido a través del sistema de citación del *post* (prosa en negrita cursiva en un recuadro de líneas punteadas y fondo gris) y brinda algunos datos sobre los antecedentes académicos y la carrera política del ex rector Oliva. El segundo texto también es un mensaje privado, pero en este caso CapitanNelson lo cita utilizando una captura de pantalla en archivo *.png*. En este texto, un usuario que es alumno del Colegio Nacional cuenta que se peleó con un tal Francisco Krause y con una preceptora, por no querer asistir «al acto de presentación de las netbooks», y critica al profesor Guillermo Clarke, «un tipo ultrakirchnerista», cuyas clases de Historia «desembocaban en una discusión política donde demostraba su ideología cerrada».

La publicación “Mi colegio y el Kirchnerismo” tiene un alto grado de circulación, con lo cual puede incluirse o reformularse de diversas maneras en documentos digitales de otros usuarios. Esta característica se consubstancia con el elevado nivel de interactividad de la publicación: una mayor libertad para que el *post* pueda ser reciclado en el espacio digital requiere y a la vez motiva el desarrollo de una audiencia activa, que se compromete críticamente y que construye nuevos contenidos digitales.

Más adelante desarrollaremos cómo la cita directa por medio de la captura de pantalla requiere diferentes criterios de legitimidad que las fuentes impresas, pero ahora deseamos subrayar un detalle que permite delinear una de las principales características de la escritura digital. En la captura de pantalla del mensaje privado del usuario a CapitanNelson observemos la fecha y la hora cuando éste fue enviado: el 16 de agosto de 2011 a las 00:26 horas, es decir, dos días después de que se publicara por primera vez el *post*. Esta respuesta, esta retroalimentación casi inmediata que permitió que el texto fuera revisado, reestructurado y enriquecido con nueva información es tal vez la propiedad central de la escritura en entornos digitales.

La retroalimentación instantánea, la colaboración entre escritores y lectores (que a su vez pueden ser productores), la revisión entre usuarios y la coproducción de contenidos digitales que caracterizan estas nuevas prácticas letradas son posibles gracias al desarrollo de Internet y de servicios como la World Wide Web o el correo electrónico a partir de mediados de la década de los ochenta, y del modelo de prestación de servicios *cloud computing* y de la dinámica de la Web 2.0 en los últimos años. Porter (2002: 384-385) ya subrayaba que lo significativo de la comunicación basada en Internet, en términos de retórica y producción escrita, no es tanto la computadora aislada, la máquina *per se*, sino que la verdadera revolución consiste en

la red de computadoras interconectadas y los contextos sociales y retóricos que crea y la forma en que su uso impacta en las prácticas de publicación. De hecho, Porter (1998: 12) acuña el término “escritura interconectada o entre redes” (*internetworked writing*), para describir a la escritura que abarca el entrelazamiento de producción, interacción y publicación en el aula *online* o en el lugar de trabajo profesional.

Algunos años después, el Writing in Digital Environments Research Center (2005), un centro de investigación sobre escritura digital de la Universidad Estatal de Michigan, coincidía con Porter al afirmar que las redes de computadoras crean un nuevo tipo de espacio de escritura que cambia dramáticamente el proceso de composición, los productos y la dinámica retórica básica entre lectores y escritores.

El colectivo DigiRhet.org (2006: 238), por su parte, definió a la escritura digital como «la escritura producida en dispositivos digitales móviles o de escritorio y distribuida primariamente a través de redes físicas o inalámbricas». Según el grupo, las herramientas técnicas son revolucionarias, pero lo que es verdaderamente importante son las posibilidades de conexión y comunicación, enmarcadas por la convergencia y la interactividad.

A partir de éstas y otras consideraciones, el National Writing Project (2010: 7), una red de docentes dedicada a mejorar la enseñanza de la composición en instituciones educativas primarias, secundarias y superiores, establece que la interconectividad de redes de comunicación es central para el concepto de escritura digital, ya que la define 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 las que es posible compartir, distribuir y archivar composiciones digitales usando tecnologías de Internet. En la actualidad, 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.

Para definir a la escritura digital, Bud Hunt (National Writing Project, 2010: 124), profesor y consultor en el Proyecto de Escritura de la Universidad Estatal de Colorado, elabora la idea de “escritura conectada” (*connective writing*): «Los textos *online* nos permiten cristalizar las conexiones entre los textos y las personas de una manera en que no pueden hacerlo los textos *offline*, ese es uno de los principales rasgos distintivos de la escritura digital».

Las diferentes formas de interconectividad permiten que la comunicación escrita digital, a diferencia de la analógica, se caracterice por tener la posibilidad de no ser diferida. En el entorno digital, 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, 2010: 23).

Entre los consejos y convenciones que ofrece para realizar una buena publicación, el moderador Kuruzka (2011) sugiere:

[S]iempre trata de colocar explicaciones claras, textos legibles y fáciles de entender, dales formato, colores, subraya los títulos y agranda las letras, muchas combinaciones que den colorido al *post* e incluso ganas de leer a más de un usuario. Un buen *post* es aquel que no solo tiene texto para leer, si agregas imágenes y videos le darás un plus de distinción, también si colocas fotos de tu autoría tendrán una buena recompensa.

Verificar siempre los *links* de descarga, porque aunque el *post* esté un lujo si los *links* no funcionan te podés llevar más que solo una denuncia, y varias quejas de los usuarios.

[...] Siempre es mejor crear un *post* de autoría propia, es decir, subir las imágenes uno mismo, subir el material para descarga, redactar los textos, siempre dejen puntos porque más de uno vera el esfuerzo que pusiste en crearlo.

[...] Procura siempre cuidar la ortografía porque cualquier error en el *post* dará pie a los trolls<sup>7</sup>[...]

Este punto nos permite retomar dos conceptos de Hocks (2003) que habíamos mencionado anteriormente y ahora usaremos para nuestro análisis: transparencia e hibridez. Si el autor utiliza convenciones estéticas que son conocidas por la audiencia, el documento digital será más transparente. En lo que respecta a la hibridez, se refiere a la interrelación entre lo visual y lo verbal en un espacio semióticamente heterogéneo. Por lo tanto, aplicando dichos conceptos al universo analizado, los *post* de Taringa! que cumplan las convenciones codificadas por usuarios como Kuruzka (2011) o FedeBolso2009 (2011), entre las cuales se halla la hibridez, serán considerados más transparentes, cualidad que puede redundar en la obtención de puntos y en una mayor audiencia.

---

<sup>7</sup> El *Manual de estilo para nuevos medios* (2011) de la Fundéu BBVA-Fundación del español urgente define "trol" de la siguiente manera: «Término coloquial para denominar a un alborotador o polemista que participa en foros cibernéticos».

El texto de CapitanNelson es muy transparente para los usuarios, ya que, de forma general, utiliza las convenciones estéticas de las páginas Web, y de forma específica, emplea las convenciones de los *post* de Taringa!, que en gran medida se caracteriza por la presencia de múltiples modos de representación del conocimiento. El *post* tiene separadores y subtítulos, utiliza párrafos breves y sencillos e incluye imágenes, fotos, citas y *links*. Todos estos elementos multimodales son utilizados por CapitanNelson para construir su argumentación. Cabe aclarar que, además de utilizar las convenciones de las páginas Web y de las publicaciones de la red social donde se publica, el *post* también utiliza la estructura clásica de un texto argumentativo (introducción, desarrollo y conclusión); de hecho, podríamos considerar que la publicación sigue el orden de las partes del discurso argumentativo establecidas en la retórica aristotélica (*exordio*, *narratio*, *confirmatio* y *epílogo*).

A continuación nos centraremos en el aspecto de la hibridez del *post* y de qué manera el autor emplea lo visual, lo verbal y lo interactivo retóricamente.

CapitanNelson expone una serie de acciones, situaciones y anécdotas que evidenciarían cómo “la ideología K” se impone en el colegio. En la publicación, cada una de estas situaciones y hechos, que funcionarían como argumentos para justificar la hipótesis de que la presencia del kirchnerismo en la institución redundó en una baja en la calidad educativa, está enmarcada con una línea superior e inferior gris y es encabezada por un subtítulo en negrita y con un tamaño de fuente mayor («Les cuento los antecedentes K del Colegio», «Mi problema con un profesor, y dirección [sic.]», «Las netbooks», «Los Actos», «Imposición de ideología K»). Los marcos y los subtítulos separan los argumentos entre sí, lo que les otorga cierta autonomía en su lectura, mas estas divisiones no quiebran la secuencia argumentativa, porque, visualmente, los marcos no están completamente cerrados y las líneas que los conforman son de un tono claro, lo suficientemente oscuras para ser visibles y establecer cierta pausa en el desarrollo, pero no tan intensas para aislar a los argumentos y presentarlos como unidades separadas de información (Kress & van Leeuwen, 1996: 203-204).

El lenguaje verbal y el lenguaje visual se complementan entre sí, interactúan, ya que, si bien los argumentos pueden leerse y verse de forma independiente, cada uno es un eslabón de una cadena argumentativa: en primer lugar, se desarrolla el *exordio*, en el que se explicita el objetivo del texto y el autor delinea el *ethos* oratorio; después, se narran los “antecedentes ideológicos” del colegio; luego, se exponen los argumentos propiamente dichos, los cuales son experiencias personales del autor o de



otros alumnos que ejemplificarían la intolerancia de las autoridades y de muchos de los docentes de la institución, las erradas políticas educativas del Gobierno nacional (crítica al Programa Conectar Igualdad) y la imposición de la “ideología K”; finalmente, hay un último marco, con el subtítulo «Reflexión», en donde, a modo de epílogo, el autor expresa su pena por el estado del colegio, comenta una charla que tuvo con un amigo sobre política y cierra con una pregunta retórica.

Las fotografías en formato *.jpg* y las imágenes en formato *.png* son elementos importantes en la argumentación de CapitanNelson. La primera foto está enmarcada en la introducción del *post* y sirve para presentar al Colegio Nacional de La Plata y contextualizar dónde ocurren los hechos que a continuación se van a denunciar. A partir de la foto, el autor comenta que «La verdad que como estructura esta [sic.] para sacarse el sombrero», para que los usuarios compartan su impresión ante la arquitectura de la institución y para que después establezcan una comparación entre la belleza del exterior y la difícil realidad que ocurre puertas adentro.

Cuando se inspecciona el archivo de la foto del colegio, se detalla que CapitanNelson utilizó una fotografía del colegio que aparece en la página Web Viajeros.com (2012), «una comunidad de viajeros de todo el mundo, reunidos para hacer amigos, contar sus experiencias y aprender de las de los demás, compartir alojamiento, aprender de otras culturas y costumbres». La foto es parte del álbum “Encuentro de fin de semana y asado en La Plata”, que subió la usuaria Moniargentina (2009). Este hecho ejemplifica la dinámica de la Web 2.0 y que el aspecto más revolucionario de la escritura digital son las redes de computadoras, las formas a través de las cuales se pueden construir, compartir, distribuir y archivar composiciones digitales utilizando tecnologías basadas en Internet (Bogost, 2008; Losh, 2008, 2011; National Writing Project, DeVoss, Eidman-Aadahl, Hicks, 2010; Porter, 2003, 2009; Writing in Digital Environments Research Center, 2005): CapitanNelson, para componer un documento digital (*post*) argumentativo que publica en una comunidad virtual de interés general, elige una fotografía que es parte de otro documento digital (álbum de fotos) que compuso una usuaria en otra comunidad virtual, ésta especializada en turismo. El peso argumentativo de la foto no está dado por la legitimidad o autoridad de la fuente (aunque tampoco entra en consideración) ni por un esquema de razonamiento deductivo o inductivo, sino por su ubicación en el diseño general de la página y por sus características estéticas.

La siguiente foto ilustra la breve reseña académica y política del ex rector Gustavo Oliva. En ella, se observa a Oliva, que se postulaba a intendente de La Plata,

en un acto partidario junto al gobernador Daniel Scioli y Mario Secco, intendente de Ensenada. Lo destacable de esta imagen es la interpretación en clave retórica que le dará FADES93 (2011) en su *post*, quien la califica como «una manipulación», ya que haría creer a los lectores que Oliva realizó un acto proselitista en la institución. FADES93 explica que «ese acto, con afiches partidarios para las elecciones, NO [sic.] es en el colegio».

Haya tenido o no la intención de manipular a los lectores, lo cierto es que la fotografía se presta a confusión, a partir del ordenamiento de los elementos que la componen sobre el eje horizontal. Uno de los tres principios de composición visual que enumeran Kress y van Leeuwen (1996: 177) es el que determina que el posicionamiento de los elementos en distintas zonas de la imagen (arriba, abajo, derecha e izquierda) los dota con valores informativos específicos de dichas zonas. Cuando las imágenes o los esquemas hacen un uso significativo del eje horizontal, los elementos ubicados a la izquierda son presentados como “dados”, mientras que los elementos posicionados a la derecha del centro son “nuevos”. Los elementos que están en el espacio de “lo dado” son presentados como familiares, como algo que la audiencia ya conoce y acepta. Los elementos en la zona de “lo nuevo” son desconocidos para la audiencia o todavía no los acepta, por lo tanto, los espectadores deben prestarles especial atención (Kress y van Leeuwen 1996: 181). En la fotografía del *post*, el hombre que está hablando en el estrado es “lo dado”, lo que el lector ya conoce a partir del perfil biográfico inmediatamente anterior. Entonces, es lógico que la audiencia identifique al hombre del estrado con Oliva. Sin embargo, cuando se examina la fuente original de la fotografía, el sitio Web gubernamental del municipio de Ensenada, descubrimos que el hombre que aparece hablando es en realidad Mario Secco.

Las otras tres fotografías tienen el objetivo de probar que Cristina Kirchner visitó el colegio para “hacer propaganda”, que el entonces ministro del Interior Aníbal Fernández presentó su libro *Zonceras argentinas y otras yerbas* en la institución y que en un acto en la institución «nos obligaban a mostrar las netbooks [recibidas a través del Plan Conectar Igualdad]». Es muy posible que la última fotografía haya sido modificada por CapitanNelson con un software de edición de imágenes, ya que está en blanco y negro y los rostros de los estudiantes que mostraban las netbooks están difumados o blurreados.

Las dos imágenes en formato *.png* son capturas de pantalla, específicamente de la sección de noticias de la página Web del colegio, en donde se anuncia la

inauguración por parte de la presidenta de la Nación del comedor estudiantil bautizado “Néstor Kirchner”; y del mensaje privado que un usuario de Taringa! le envió a CapitanNelson a través del sistema de mensajería interna de la comunidad virtual, en el cual relata sus conflictos con dos docentes de la institución. En rigor, las imágenes funcionarían como citas directas para reforzar el hilo argumentativo: en primer lugar, se documenta una acción que impondría “la ideología K”; y en segundo lugar, se presenta el testimonio de otro alumno del colegio que experimentó la cerrazón ideológica de los profesores del colegio.

La utilización de las capturas de pantalla daría cuenta de que uno de los criterios de legitimidad de las fuentes externas (la página Web del colegio y el mensaje privado) respondería a aspectos visuales, ya que el autor, en lugar de transcribir la noticia y el mensaje, optó por incluir sendas imágenes de las fuentes. Es el diseño general de las imágenes lo que le confiere una mayor credibilidad a la información en prosa de cada una de ellas: la primera tiene una composición visual y verbal que remite a la sección de noticias o novedades de una página Web (títulos en negrita, fecha de las noticias, *links* a artículos periodísticos que dan cuenta del suceso, prosa en estilo impersonal, etc.); y la segunda hace uso de distintos códigos y modalidades de la misma manera en que lo realiza un mensaje privado de una red social o comunidad virtual (espacios para especificar el remitente y el asunto del mensaje, fecha y hora del envío, uso de negritas, prosa con estilo coloquial, etc.).

En síntesis, el *post* argumentativo de CapitanNelson se caracteriza por ser híbrido y transparente, es decir, construye argumentos con múltiples modalidades, géneros y sistemas de representación del conocimiento sobre la base de convenciones estéticas y discursivas familiares para la audiencia. A su vez, el autor elabora un *ethos* crítico que, ante una realidad que considera injusta, decide actuar de forma desinteresada, denunciando acciones y políticas gubernamentales que redundan en una baja en la calidad educativa del Colegio Nacional de La Plata. En tanto el *post* tiene un alto nivel de interactividad y de circulación, la audiencia se concibe como activa y se le proporciona una serie de formas y elementos para que desarrolle su conocimiento crítico, se posicione como productora de contenido y participe del circuito de distribución de la publicación en y a través de los entornos digitales.

## 5.2. “LA MENTIRA DE ‘MI COLEGIO Y EL KIRCHNERISMO’”

El *post* de FADES93 (2011) poseería tres partes diferenciadas: introducción, desarrollo de los argumentos y conclusión. Cada una de estas partes, a su vez, tiene distintas secciones o módulos delimitados por dos líneas grises que conforman los bordes superior e inferior. La introducción abarcaría cuatro secciones en donde el autor describe el origen y el propósito del *post*, explicita desde qué lugar escribe y comienza a construir el *ethos* oratorio. En estas secciones, para remarcar determinados textos, se utiliza la negrita y se cambia el tamaño y el color de la fuente. La exposición de los argumentos está dividida en seis apartados, los cuales están ordenados secuencialmente con el subtítulo «Puntos» y su correspondiente numeración en color azul (Punto N° 1, 2, 3, etc.). Las secciones de los argumentos tienen, por su parte, una estructura determinada: a través del sistema de citado de las publicaciones, FADES93 cita un fragmento del *post* de CapitanNelson y después pasa a refutar sus dichos a través de contraargumentos verbales y visuales. Finalmente, la conclusión posee tres secciones, en donde se cierran y se sintetizan los puntos de la argumentación, se incluye un mensaje de un usuario y se le pide a la audiencia que ayude en el proceso de distribución del *post*.

El *ethos* creado por FADES93 es el de un usuario de Taringa! que tenía una actitud pasiva, que sólo visitaba la comunidad virtual para «mirar los *posts* mejor puntuados» o para buscar alguna publicación interesante. La indignación que le causó “Mi colegio y el Kirchnerismo” hizo que, de sólo consumidor, se tornara productor de conocimiento, ya que, un día después de leer el *post* de CapitanNelson, publicó su respuesta. ¿Y qué es lo que hizo que este usuario se volviera activo? Dejando de lado el aspecto ideológico, lo que más le molestó fue que los usuarios de Taringa! fueran persuadidos por un *post* pobremente argumentado. Este punto evidencia la característica quizás más importante del *ethos*, en tanto que explica la lógica argumentativa de la publicación.

La persona *online* de FADES93 es analítica, sistemática y asume una perspectiva aparentemente objetiva, desideologizada, casi científica. En contraposición con lo que considera una argumentación débil, desordenada y contradictoria, el autor presenta un discurso ordenado y lógico, donde «punto por punto» refuta los dichos de CapitanNelson y resalta «la falta de sustento de las denuncias hechas en ese *post*». Correspondiente con el *ethos* creado, durante toda la publicación FADES93 critica, utilizando léxico y conceptos derivados de la teoría de la argumentación, la falta de rigurosidad del discurso de CapitanNelson: «Intenta

establecer una relación de causa-efecto [...]»; «Cualquier persona con un mínimo sentido crítico se daría cuenta de que eso es una falacia total»; «Quiere dejar en claro, de manera implícita, aunque sin pruebas, que el director anda en algo raro lo cual, a mí, me hace dudar»; «No tenemos pruebas de que sea verdad ni conocemos el otro lado de la historia pero por cómo vimos antes que manipuló todo, podemos presuponer que hay algo raro en esa historia»; «[...] a pesar de que quizás sea verdad lo que se dice en ese *post*, de que hay una fuerte politización en ese colegio, la forma de argumentar la acusación fue pésima». Al caracterizar negativamente el discurso argumentativo del oponente, el autor define su propio discurso, ya que éste es todo lo que no es el otro.

La estructura de “La mentira de ‘Mi colegio y el kirchnerismo’” responde al *ethos* desarrollado por el autor y a que el orden expositivo de los argumentos es también otro de los argumentos que se presentan para persuadir a la audiencia. Esta es una de las diferencias entre los *post*: si bien las dos publicaciones utilizan las convenciones de la comunidad virtual y las del género argumentativo tradicional, el esquema secuencial del texto de FADES93, utilizando una lista numerada, citando de forma directa y en el mismo orden original las denuncias de CapitanNelson e inmediatamente refutándolas, puede resultar más transparente para aquellos usuarios familiarizados con textos argumentativos (sobre todo analógicos, pero también digitales), donde predomina el modo de composición temporal y la retórica lineal.

A grandes rasgos, los textos de CapitanNelson y de FADES93 comparten aspectos de su distribución y circulación. Por un lado, los dos autores eligieron distribuir sus mensajes a través de una publicación de Taringa! Por el otro lado, ambas publicaciones poseen un nivel alto de circulación. Con respecto a esta última característica, en el caso de “La mentira de ‘Mi colegio y el kirchnerismo’”, además de aprovechar las formas y las opciones de circulación que permiten las publicaciones de la comunidad virtual (acceso libre para usuarios no registrados, publicar el documento en el perfil de Facebook, Twitter o Google +, recomendar el *post* a los seguidores —en caso de tenerlos— de los usuarios registrados, utilizar el sistema de calificación para garantizar la visualización del *post*, etc.), FADES93 le pide a los lectores que ayuden en la difusión: «Recomiéndenlo [sic.] para que lo vean todos aquellos que puntuaron al otro *post*!».

Si retomamos la idea del continuum de interactividad desarrollado por Porter (2009), el *post* de FADES93 tiene un nivel de interactividad alto, es decir, fomenta el desarrollo del pensamiento crítico de los lectores y los alienta a que produzcan ellos

mismos conocimiento. Esta característica del diseño del *post* explicaría que, según el autor, varios alumnos y ex alumnos del Colegio Nacional de La Plata le enviaron mensajes privados coincidiendo con su postura y aportando nuevos contraargumentos. Para fortalecer el principal flanco débil de su argumentación (no asistir ni haber asistido al colegio), el autor incorpora al *post* uno de esos mensajes de antiguos alumnos: en él, el usuario Rimol le comenta a FADES93 que «justo iba a hacer un *post* como el que hiciste desmintiendo las ganzadas [sic.] del chabón ese» y a continuación le transcribe el mensaje que le envió a CapitanNelson. A través del sistema de citas, FADES93 hace suyas las refutaciones que Rimol le había enviado a CapitanNelson; de hecho, el usuario Rimol explícitamente le da permiso a FADES93 de agregar su mensaje en el *post*.

La colaboración y la co-producción entre los usuarios es una de las marcas distintivas de la escritura digital. Henry Jenkins y su equipo de investigación del Programa de Estudios Comparativos de Medios del Instituto de Tecnología de Massachusetts (Jenkins, Clinton, Purushotma, Robison, Weigel, 2006: 3-4) sostienen que las prácticas discursivas de los nuevos medios apoyan y demandan una “cultura participativa” (*participatory culture*) o cultura de la convergencia. 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 en donde el conocimiento de los expertos es transmitido 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.

Entre las nuevas formas de la cultura participativa se pueden mencionar:

- 1) Afiliaciones: ser miembro formal e informal en comunidades en línea, redes o diversos medios (Friendster, Facebook, MySpace, 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 (Wikipedia, juegos de realidad virtual, etc.).

4) Circulación: dar forma al flujo de los medios (podcasting, blogging).

Según Jenkins y su equipo, «la cultura participativa cambia el foco de una alfabetización [*literacy*] basada en la expresión individual a otra fundada en el compromiso con la comunidad. Casi todas las nuevas alfabetizaciones involucran habilidades sociales que se desarrollan a través de la colaboración y la interconexión». Las nuevas habilidades sociales de la cultura participativa incluyen las siguientes:

1) Juego: la capacidad de experimentar con el propio entorno como una forma de resolver problemas.

2) Actuación: la habilidad para adoptar identidades alternativas con el propósito improvisar y descubrir.

3) Simulación: la habilidad para interpretar y construir modelos dinámicos de procesos de situaciones reales.

4) Apropiación: la habilidad para juntar y remixar contenidos de distintos medios.

5) Multitarea: la habilidad para revisar el entorno y, de acuerdo con las necesidades, cambiar el foco hacia detalles prominentes.

6) Distribución cognitiva: la habilidad para interactuar de forma significativa con herramientas que expanden las capacidades mentales.

7) Inteligencia colectiva: la habilidad para combinar el conocimiento y comparar información con otros para un objetivo común.

8) Juicio: la habilidad para evaluar la fiabilidad y credibilidad de diferentes fuentes de información.

9) Navegación transmedial: la habilidad para seguir el flujo de historias e información a través de múltiples medios y modalidades.

10) Interconexión: la habilidad para buscar, sintetizar y diseminar información.

11) Negociación: la habilidad para viajar a través de diversas comunidades, discerniendo y respetando múltiples perspectivas, y siguiendo normas alternativas.

Anteriormente dijimos que FADES93 divide sus argumentos en seis apartados, cada uno de los cuales está identificado con un subtítulo en color azul, en negrita y con un tamaño de fuente mayor. A continuación, analizaremos las estrategias retóricas digitales que despliegan algunos de los argumentos del autor.



En su *post*, CapitanNelson acusa al Gobierno nacional de haberle donado al colegio cuatro millones quinientos mil pesos como un acto de “propaganda”, ya que «no van chicos de clase baja en general y era un colegio muy concurrido por autoridades». FADES93, en el punto 2, refuta esta acusación explicando que ese monto de dinero fue utilizado para remodelar el colegio; como prueba de ello, el autor incluye un enlace a la página del Colegio Nacional que tiene un video de las obras y de las reformas en la institución. El video sigue la dinámica narrativa de una presentación de diapositivas en PowerPoint, en tanto es una serie de fotografías que muestran el estado de distintas partes del colegio “antes” y “después” de las obras de reforma.

Merece destacarse que tanto CapitanNelson como FADES93 insertan videos de la página del Colegio Nacional, pero con distintas finalidades. Un material digital similar sobre el mismo tema (en el primer *post*, un video de la presidenta Fernández de Kirchner durante la inauguración de las obras de remodelación en el colegio, en el segundo *post*, un video con fotos de esas reformas), de la misma fuente “oficial” es empleado para alcanzar objetivos disímiles: CapitanNelson intenta demostrar cómo la institución manipuló psicológicamente a un estudiante y lo cooptó para su causa («Miren el acto, si pueden el minuto 6:30 que muestra lo que es la cabeza de un chico limada por el colegio»); por su parte, FADES93 trata de probar cómo se utilizó el dinero que el Gobierno le entregó al colegio («Acá tienen un video con las obras y los cambios hechos en el colegio»). Más allá de las diferencias, lo que tienen en común los dos autores es que persuaden a los lectores/usuarios a través del empleo de archivos digitales.

La inclusión de los videos también nos indicaría el grado de comodidad o experticia que los autores poseerían con la interfaz de producción de *posts* de la comunidad virtual: de la misma manera en que enlazó la publicación con el artículo del diario digital InfoPlatense y con la nota en Facebook de un ex profesor del colegio, CapitanNelson escribe «Acto por el nuevo Buffet», asocia la frase con la dirección URL del video (<http://www.nacio.unlp.edu.ar/videos/eventos.php?id=891>) y lo configura como un enlace; en contraposición, FADES93 sólo copia el link del video (<http://www.nacio.unlp.edu.ar/?p=p1b>) y lo pega en su *post*.

Además del video, FADES93 completa la argumentación visual con el agregado de tres fotografías del colegio (dos de la fachada y una del salón de actos) que evidenciarían los resultados de las remodelaciones. En este punto cabe recordar que CapitanNelson también incluye una fotografía del colegio, la diferencia radica en la

fuentes, en la página Web de donde se extrae la imagen. Mientras que CapitanNelson utiliza una fotografía que aparece en la comunidad virtual de viajeros Viajeros.com, FADES93 elige las fotos publicadas en el sitio oficial del Colegio Nacional de La Plata (<http://www.nacio.unlp.edu.ar>). La elección de una u otra fuente digital remite a los criterios de legitimidad que ha seguido cada autor.

En lo que respecta a CapitanNelson, el origen de la fotografía carece de relevancia argumentativa, o mejor dicho, la fotografía del colegio se constituye como un argumento visual en sí, independientemente de su origen, ya que la autoridad de la fuente no está dada sólo por el prestigio, por los antecedentes externos del autor o autores o por la originalidad del contenido. Bajo este planteamiento, las fotos aparecidas en una comunidad virtual tendrían el mismo grado de legitimidad que las publicadas en un sitio Web oficial de una institución educativa.

FADES93 no sólo utilizaría las fotos de la página Web del colegio porque avala los resultados del proyecto de remodelación, sino porque esas imágenes estarían validadas por la autoridad de una institución educativa externa al entorno digital. Si bien en la mayoría de los modelos para evaluar las fuentes de Internet (Bardi, Perazzo, Ruiz, Sosisky, 2007; Cassany, 2005, 2006; De Volder, Russo y Kolesas, 2010; Fainholc, 2004; Martí Cartes, 2006; Olaizola, 2012; Scagnoli, 2001, entre otros) el criterio de autoridad y de autoría de la fuente está presente, no es el único, en tanto también se tienen en cuenta los enlaces, el tipo de página Web, el diseño y la navegación, etc. La preeminencia de este criterio por sobre los demás se vincula con las convenciones estéticas y retóricas de los textos argumentativos en soporte impreso, con respecto a las cuales el texto digital de FADES93 es transparente para una gran parte de los lectores. Esta inferencia también encuentra sustento por el hecho de que, como ya se había expuesto, la estructura del *post* remite en gran medida a los lineamientos de la retórica tradicional.

De la misma manera en que FADES93 emplea una serie de fotografías y un video de la página Web oficial de la institución para construir su argumentación, también elige incluir una foto de un blog personal para refutar una de las acusaciones de CapitanNelson, quien menciona que en todas las netbooks del Programa Conectar Igualdad está inscripta la leyenda «Gobierno de la Nación [sic.]».<sup>8</sup> En una de las secciones del punto 6, FADES93 explica que en las computadoras de dicho programa gubernamental no dice «Gobierno de la Nación», sino «Presidencia de la Nación» y lo demuestra insertando una fotografía de la parte superior de la netbook, la cual

<sup>8</sup> La prevención [sic.] se incluye porque la denominación es incorrecta. La denominación correcta y oficial es "Presidencia de la Nación".

formaba parte del *post* «Netbook del Gobierno Exo-x352» escrito por el usuario Asderel en su blog Asderel212. La publicación de Asderel tenía como propósito mostrar a sus lectores la netbook del programa, que le fue cedida de forma permanente luego de egresar del IPEM N° 68.

La inclusión de este documento digital, creado gracias a la accesibilidad de los dispositivos digitales (cámara de fotos digital) y de los servicios de la Web 2.0 (blogs, servicio de alojamiento de imágenes, etc.) confirma lo que ya habíamos descrito: en el *post* de FADES93 también se utilizan las convenciones retóricas y estéticas de la comunidad virtual como parte de su arquitectura argumentativa. Desde una perspectiva más tradicional, ligada a la retórica clásica, podría pensarse que el discurso retórico digital entraría en conflicto y hasta cierto punto invalidaría, por ejemplo, la técnica argumentativa que hemos descrito más arriba, la de “citar” las fotografías provenientes de una fuente con autoridad. Sin embargo, esta postura queda anulada por el hecho de la inconmensurabilidad de los paradigmas en juego: no es posible valorar el canon de la retórica digital con los conceptos, las categorías de pensamiento y los procesos de producción del canon de la retórica analógica.

Los escritores/lectores, los prosumidores (productores y consumidores) no valoran negativamente una retórica por sobre la otra, no las consideran como mutuamente excluyentes; los retóricos digitales con experiencia comparan las técnicas y las estrategias de uno y otro canon y eligen las que más les conviene de acuerdo con la audiencia a la que se dirigen y los propósitos de sus discursos. A lo largo del artículo hemos detallado varios ejemplos de esta dinámica, a los cuales podríamos aportar la inclusión en los dos *post* de enlaces a artículos periodísticos (“Oliva inauguró local partidario en compañía de la madre de Cristina Fernández de Kirchner”, de InfoPlatense; y “La alegría del alumno que recibió la netbook un millón”, de INFONews), estrategia que sintetiza el proceso de composición que estamos analizando: tanto CapitanNelson como FADES93 hacen uso de la posibilidad de agregar hipervínculos para citar dos textos que, tradicionalmente, en el discurso argumentativo, poseen cierta autoridad basada en el prestigio y en la pretensión de objetividad del género discursivo del cual forman parte.

El proceso de composición de los argumentos digitales nos muestra cómo cambia el rol del escritor/diseñador en el contexto digital: de producción de contenido original a manejo de información. En la economía digital, el autor controla el diseño, el desarrollo y la evaluación de la recepción de los documentos. De acuerdo con Porter (2009: 220), la escritura digital se basa en un sistema económico diferente al de la

imprensa. 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.

## 6. *POST SCRIPTUM* DIGITAL

Tal como dijimos más arriba, un día después de la publicación de FADES93, CapitanNelson decide contestar los argumentos de “La mentira de ‘Mi colegio y el Kirchnerismo’” y publica a su vez “Respuesta a la respuesta”.

En este nuevo *post*, CapitanNelson (2011b) enumera una serie de puntos para que los lectores «no caigan en el pensamiento K del que respondió mi *Post*». Según CapitanNelson, como FADES93 «no va a mi colegio, [...] no tiene idea de lo que está hablando». El autor califica a “La mentira de ‘Mi colegio y el Kirchnerismo’” como “infantil”, agrega que tiene «respuesta[s] y pruebas a todos los puntos que marco [sic.] en su *post* así que el que quiera mandeme [sic.] MP [mensaje privado] y se las doy» y sostiene que «hubo temas del *post* que evito [sic.]». Finalmente, en una postdata, CapitanNelson dice que ha recibido varios mensajes de usuarios que van al Colegio Nacional que adhieren al *post* que publicó.

Como cierre del *post*, el autor agrega una captura de pantalla que muestra que las comunidades y grupos de Taringa! en las que participa FADES93 son partidarias del Gobierno nacional (“Apoyamos al Gobierno Nacional y Popular”, “Cristina 2011”, “Comunidad seguidores Néstor y Cristina”, etc.). Para CapitanNelson, la simpatía política que evidencia FADES93 invalidaría completamente sus argumentos: sobre la imagen de la captura de pantalla agrega en letras rojas «Consejo: No hay que dejar que el corazón te subestime».

Cabe hacer dos breves comentarios con respecto a esta publicación. En primer lugar, es curioso que CapitanNelson decida restringir la distribución de sus contraargumentos, ya que sólo los enuncia a través de la forma de un mensaje privado, con el cual responderá a los pedidos de los usuarios interesados en conocer cómo refutó los puntos que expuso FADES93. La limitación a la distribución es, por lo tanto, doble: por el tipo de género discursivo elegido y porque depende del nivel de compromiso y de interés que haya desarrollado la audiencia con respecto a la polémica.

En segundo lugar, resulta paradójico que CapitanNelson desacredite el discurso argumentativo de FADES93 por su posición ideológica cuando él publica su “Respuesta a la respuesta” en la comunidad de Taringa! Comunidad Radical (CoReRa). Esta comunidad virtual pertenece a la Corriente Renovadora Radical (EITuma, s/f), que reivindica a los políticos de la Unión Cívica Radical Alem, Yrigoyen, Larralde, Balbín, Illia y Alfonsín, y tiene como lema la frase «Doctrina para que nos conozcan, conducta para que nos crean», del dirigente radical Moisés Lebenshon. Muchos de los *posts* que publica, los temas que propone en comunidades y grupos y los *shouts* (mensajes cortos) que produce CapitanNelson encarnan las palabras de Lebenshon: son objetos digitales de militancia política, son objetos retóricos transmediales contruidos para persuadir a la audiencia. Al contrario de lo que podría objetar el propio CapitanNelson, la riqueza y la complejidad de todos estos productos discursivos proviene de su postura ideológica y de cómo intentan que llegue y que convenza a la mayor cantidad de gente posible.

El 21 de agosto, CapitanNelson (2011c) publica en la Comunidad Radical (CoReRa) “Certificada”. Según el autor, como «muchos [usuarios] dudaron de mi concurrencia al colegio, y dudaron de mi posesión [sic.] de la netbook, aca [sic.] esta [sic.] la certificación». Luego de este breve texto, CapitanNelson inserta una fotografía que muestra su netbook con un trozo de papel donde está escrito «CAPITAN NELSON T!». El papel con la leyenda es la certificación, lo que hace que una foto sea “certificada”, es decir, producida por el autor. En Taringa!, así como en el sitio Web subsidiario Poringa! (comunidad virtual especializada en contenido adulto), los usuarios han determinado que para demostrar que una fotografía es de autoría propia, es decir que no fue bajada de otra página de Internet, debe estar acompañada o de un mensaje escrito (impreso o manuscrito) en un soporte físico (papel, tela, piel, etc.) o de una seña con los dedos de la mano.

Después de esta última publicación, CapitanNelson modificó “Mi colegio y el kirchnerismo” y le agregó los enlaces de “Respuesta a la respuesta” y “Certificada”. De esta manera, el autor añadió la refutación de los contraargumentos al texto original. Los procesos de circulación, retroalimentación y recursividad se hacen patentes en el desarrollo de la polémica digital. El alto grado de circulación y distribución que CapitanNelson le había otorgado a su texto redundó en que fuera leído por muchos usuarios afines a su concepción ideológica, pero también por muchos otros que no compartían su posición. Uno de ellos, FADES93, a su vez, decidió producir un texto propio para contestarle. Las objeciones y las críticas enunciadas por este usuario

motivaron a que CapitanNelson produjera otros dos textos y que reestructurara el *post* original para agregar el nuevo contenido.

## 7. CONCLUSIONES

A lo largo de este artículo hemos analizado dos publicaciones en una comunidad virtual en donde sus respectivos autores exponían sus opiniones usando prosa, imágenes, fotos, elementos del diseño, videos, enlaces, etc. La descripción de cada uno de los *post* nos sirvió para adentrarnos en los conceptos de escritura y de retórica digital. Por última vez, y realizando una síntesis de lo que hemos visto, repasemos estos conceptos.

La escritura digital es una práctica discursiva multimodal, multigenérica, interconectada y colaborativa a través del espacio y del tiempo. Con ella, los autores pueden explicar, informar, describir, narrar y también argumentar. Es la retórica digital la disciplina que puede ensayar una teoría acerca de la argumentación en y a través de entornos digitales.

La retórica digital puede definirse, brevemente, como la aplicación de la teoría de la retórica a textos y performances digitales, ya sea como método analítico o como heurística para la producción (Eyman, 2012). Tal como había especificado Zappen (2005), en el campo de la retórica digital se pueden incluir el uso de estrategias retóricas en la producción y en el análisis de textos digitales; la identificación de las características, potencialidades y límites de los nuevos medios; la formación de identidades digitales y la construcción de comunidades sociales.

“Mi colegio y el Kirchnerismo”, de CapitanNelson, y “La mentira de ‘Mi colegio y el kirchnerismo’”, de FADES93, evidencian cómo la retórica se encuentra presente en las nuevas tecnologías de información y comunicación. Uno de los propósitos de este artículo fue dar cuenta de que, a veces sin percatarse, los usuarios de las redes sociales, los blogs, los sitios Web, etc., consumen y producen textos digitales argumentativos.

De forma cada vez más patente, y de las más variadas maneras, la retórica digital influye en la cotidianidad de las personas, cuando compran, se informan, votan, se entretienen, participan, realizan trámites, planifican, viajan y crean conocimiento. Se puede dar cuenta de varios ejemplos en donde se evidencia el poder del discurso argumentativo digital: la cobertura periodística de los medios de comunicación masivos y alternativos del ataque de las Fuerzas de Defensa de Israel al buque turco Mavi



Marmara en mayo de 2010; la utilización de Twitter y Facebook por parte de políticos, funcionarios públicos y militantes como vía de comunicación, difusión y debate; la campaña Kony 2012 de la ONG Invisible Children para dar a conocer las violaciones a los derechos humanos perpetradas por Joseph Kony en Uganda; el marketing viral de productos y servicios a través de redes sociales, blogs, comunidades virtuales, aplicaciones para dispositivos móviles, etc.

Consideramos que los docentes de Composición Escrita, Lengua, Prácticas del Lenguaje o cualquier otra materia dedicada a la alfabetización literaria o académica deben hacer explícito este nuevo horizonte a los estudiantes, subrayando que su formación como escritores/lectores competentes en escritura digital, que pueden comprender críticamente y producir discursos retóricos digitales, es fundamental para participar y desempeñarse exitosamente en el ámbito académico, en el profesional y también en el ámbito cívico.

## REFERENCIAS

- Bardi, Valeria; Perazzo, Mónica; Ruiz, Mónica; Sosisky, Graciela. (2007, 25 de julio). "Cómo evaluar sitios y recursos educativos de Internet. *Educ.ar*. Disponible en: <http://www.educ.ar/educar/site/secure/educar/area-usuario/como-evaluar-sitios-y-recursos-educativos-de-internet.html>
- Bogost, Ian. (2007). *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. Cambridge: The MIT Press.
- . (2008, June 9th). "Resisting the Membership Economy". *Ian Bogost Blog*. Disponible en: [http://www.bogost.com/blog/resisting\\_the\\_membership\\_econo.shtml](http://www.bogost.com/blog/resisting_the_membership_econo.shtml)
- Bolter, Jay David. (1991). *Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- CapitanNelson. (2011a, 14 de agosto). "Mi colegio y el Kirchnerismo". *Taringa!* Disponible en: <http://www.taringa.net/posts/offtopic/12117761/Mi-colegio-y-el-Kirchnerismo.html>
- . (2011b, 19 de agosto). "Respuesta a la respuesta". *Taringa!* Disponible en: <http://www.taringa.net/comunidades/ucr-argentina/3545512/Respuesta+a+la+respuesta.html>
- . (2011c, 21 de agosto). "Certificada". *Taringa!* Disponible en: <http://www.taringa.net/comunidades/ucr-argentina/3557754/Certificada.html>
- Carlino, Paula. (2010). *Escribir, leer y aprender en la universidad. Una introducción a la alfabetización académica*. 5ª reimposición. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Cassany, Daniel; Sala Quer Joan; Hernández Carme. (2008). "Escribir al margen de la ley: prácticas letradas vernáculas de adolescentes catalanes". *8º Congreso de Lingüística General*. Universidad Autónoma de Madrid.
- Cope, Bill, & Kalantzis, Mary. (Eds.). (2000). *Multiliteracies: Literacy learning and the design of social futures*. London: Routledge.
- Cope, Bill, & Kalantzis, Mary. (2009). "«Multiliteracies»: New Literacies, New Learning". *Pedagogies: An International Journal*, 4, 3, pp. 164-195.
- . (2011). "Expanding the Scope of Literacy Pedagogy". *New Learning. Transformational Designs for Pedagogy and Assessment*. Disponible en: <http://newlearningonline.com/multiliteracies/>
- DeVoss, Dànienne Nicole, & Porter, James E. (2006). "Why Napster Matters to Writing: Filesharing as a New Ethic of Digital Delivery". *Computers and Composition*, 23, pp. 178-210.
- DISEz. (2011, 1 de octubre). "F1: ¿Cómo empezar a usar Taringa! V5?". *Taringa!* Disponible en



- [http://www.taringa.net/posts/taringa/12692982/F1\\_-\\_Como-empezar-a-usar-Taringa\\_-\\_V5\\_.html](http://www.taringa.net/posts/taringa/12692982/F1_-_Como-empezar-a-usar-Taringa_-_V5_.html).
- DigiRhet.org. (2006). "Teaching digital rhetoric: Community, critical engagement, and application". *Pedagogy: Critical Approaches to Teaching Literature, Language, Composition, and Culture*, vol. 6, n° 2, pp. 231-259.
- EddieAikau. (2011, 19 de agosto). "Desmintiendo: La Mentira de Mi colegio y el Kirchnerismo". *Taringa!*[http://www.taringa.net/posts/offtopic/12194721/Desmintiendo\\_-\\_La-mentira-de-Mi-colegio-y-el-kirchnerismo.html](http://www.taringa.net/posts/offtopic/12194721/Desmintiendo_-_La-mentira-de-Mi-colegio-y-el-kirchnerismo.html)
- EiTuma. (s/f). "Comunidad Radical (CoReRa)". *Taringa!* Disponible en <http://www.taringa.net/comunidades/ucr-argentina/#>
- Eyman, Doug. (2012, May 16th). "On Digital Rhetoric". *Gayle Morris Sweetland's Digital Rhetoric Collaborative*. Disponible en: <http://www.digitalrhetoriccollaborative.org/2012/05/16/on-digital-rhetoric/>
- España, Javier. (2011, 23 de septiembre). "Google Chrome: La Web la hacés vos". *Moonward. Diseño, arte, creatividad e inspiración*. Disponible en: <http://www.moonward.net/publicidad/2011/09/google-chrome-la-web-la-haces-vos/>
- FADES93 (2011, 18 de agosto). "La mentira de «Mi colegio y el Kirchnerismo»". *Taringa!* Disponible en: [http://www.taringa.net/posts/offtopic/12183965/La-mentira-de-Equot\\_Mi-colegio-y-el-kirchnerismoEquot\\_.html](http://www.taringa.net/posts/offtopic/12183965/La-mentira-de-Equot_Mi-colegio-y-el-kirchnerismoEquot_.html)
- Fainholc, Beatriz. (2004) *Lectura crítica en Internet. Análisis y utilización de los recursos tecnológicos en educación*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- FedeBolso2009. (2011, 1 de agosto). "¿Todavía No Sos New Full User? ¡Te Ayudo!". *Taringa!* Disponible en: [http://www.taringa.net/posts/taringa/11932519/\\_Todavia-No-Sos-New-Full-User\\_-\\_Te-Ayudo\\_.html](http://www.taringa.net/posts/taringa/11932519/_Todavia-No-Sos-New-Full-User_-_Te-Ayudo_.html)
- Fernández, Pablo Martín. (2009, 8 de mayo). "Taringa según su fundador". *La Nación*. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1125560-taringa-segun-su-fundador>
- Fundéu BBVA-Fundación del español urgente. (2011). *Manual de estilo para nuevos medios*. Disponible en <http://www.manualeestilo.com/>
- Google Argentina. (2011a, 21 de septiembre). "Google Chrome: Lady Gaga [video]". *YouTube*. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=JAI61oY6Lg4&feature=share&list=SP4C312D9D6AB8E6BA>
- . (2011b, 22 de septiembre). "Google Chrome: Querida Anita [video]". *YouTube*. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=y6oAFpiJlh0&feature=share&list=SP4C312D9D6AB8E6BA>
- . (2011c, 28 de noviembre). "Google Chrome: Jorge, voluntario [video]". *YouTube*. Disponible en: [http://www.youtube.com/watch?v=E-1c\\_yNf4\\_M&feature=share&list=SP4C312D9D6AB8E6BA](http://www.youtube.com/watch?v=E-1c_yNf4_M&feature=share&list=SP4C312D9D6AB8E6BA)
- . (2011d, 2 de diciembre). "Google Chrome: Ignacio, aventurero [video]". *YouTube*. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=bbEJPznAQtw&feature=share&list=SP4C312D9D6AB8E6BA>
- Handa, Carolyn. (2001). "Letter from the Guest Editor: Digital Rhetoric, Literacy, Computers, and Composition". *Computers and Composition*, 18, pp. 1-10.
- Heba, Gary. (1997). "HyperRhetoric: Multimedia, Literacy, and the Future of Composition". *Computers and Composition*, 14 (January), pp. 19-44.
- Hocks, Mary E. (2003). "Understanding Visual Rhetoric in Digital Writing Environments". *College Composition and Communication*, Vol. 54, 4 (June), pp. 629-656.
- Jenkins, Henry; Clinton, Kate; Purushotma, Ravi; Robinson, Alice J.; Weigel, Margaret. (2006). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: The MacArthur Foundation.
- Kress, Gunther, & van Leeuwen, Theo. (2006). *Reading Images: the grammar of visual design*. 2º edición. Londres-Nueva York: Routledge.
- Kuruzka, Igor. (2011, abril). "¿Cómo empezar en Taringa! ver. 4.0? (Edit: 04/11)". *Taringa!* Disponible en:

- <[http://www.taringa.net/posts/taringa/4336176/\\_Como-empezar-en-Taringa\\_-v4\\_0\\_-Edit\\_-04\\_11\\_.html](http://www.taringa.net/posts/taringa/4336176/_Como-empezar-en-Taringa_-v4_0_-Edit_-04_11_.html)>
- Landow, George P. (Comp.) (1997). *Teoría del hipertexto*. Barcelona: Paidós.
- Landow, George P. (1991). "The rhetoric of hypermedia: Some rules for authors". En Paul Delaney & George P. Landow (Eds.). *Hypermedia and literary studies*. Cambridge: MIT Press. pp. 81-103.
- . (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.
- Lanham, Richard 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*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, pp. 221-243.
- . (1993). "Digital Rhetoric and the Digital Arts". En *The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts*. Chicago: University of Chicago Press.
- Losh, Elizabeth. (2008). "Government YouTube. Bureaucracy, Surveillance, and Legalism in State-Sanctioned Online Video Channels". En Geert Lovink & Sabine Niederer. (Eds.). *Video Vortex Reader: Responses to YouTube*. Rotterdam: Institute of Network Cultures, pp. 111-124.
- . (2009). *Virtualpolitik. An Electronic History of Government Media-Making in a Time of War, Scandal, Disaster, Miscommunication, and Mistakes*. Cambridge: The MIT Press.
- . (2011). "Shooting for the Public: YouTube, Flickr, and the Mavi Marmara Shootings". En Geert Lovink y Rachel Somers Miles. (Eds.). *Video Vortex Reader II: moving images beyond YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, pp. 283-292.
- National Writing Project; DeVoss, Dànielle Nicole; Eidman-Aadahl, Elyse; Hicks, Troy. (2010). *Because Digital Writing Matters. Improving student writing in online and multimedia environments*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Martí Cartes, Francina. (2008). "Llegir la credibilitat dels webs: estudi de cas". *Articles de didàctica de la llengua i la literatura*, 44: 59-74.
- "Medallas de CapitanNelson". (2011). *Perfil de Capitán Ludwig van Truman Orson Nelson DeLarge. Taringa!* Disponible en <http://www.taringa.net/perfil/CapitanNelson/medallas>
- "Medallas de FADES93". (2011) *Perfil de Federico Ades. Taringa!* Disponible en <http://www.taringa.net/FADES93/medallas>
- Moniargentina. (2009). "Encuentro de fin de semana y asado en La Plata". *Viajeros.com*. Disponible en: <http://www.viajeros.com/fotos/encuentro-de-fin-de-semana-y-asado-en-la-plata/235846>
- Olaizola, Andrés, (2012). "Propuesta de guía de selección y evaluación de materiales en Internet". *Reflexión académica en Diseño y Comunicación. XX Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, Año XIII, Vol. 18 (febrero), pp. 147-151, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo.
- Porter, James E. (1998). *Rhetorical Ethics and Internetnetworked Writing*. Greenwich, CT: Ablex.
- . (2002). "Why technology matters to writing: A cyberwriter's tale". *Computers and Composition*, 20, pp. 375-394.
- . (2009). "Recovering Delivery for Digital Rhetoric and Human-Computer Interaction". *Computers and Composition*, Vol. 26, 4, pp. 207-224.
- Taringa! (2012, 23 de enero). "Nuevo sistema de Karma y rangos". *Taringa!* <http://www.taringa.net/posts/taringa/13759831/Nuevo-sistema-de-Karma-y-rangos.html>
- The New London Group. (1996). "A pedagogy of multiliteracies: Designing social futures". *Harvard Educational Review*, Vol. 66, N° 1 (Spring), pp. 60-92.
- Redacción Infobrand. (2011, 2 de diciembre). "Campaña Chrome, la web la hacés vos". *Infobrand. Revista de marketing, branding y comunicación*. Disponible en: <http://www.infobrand.com.ar/notas/15323-Campa%C3%B1a-CHROME---LA-WEB-LA-HACES-VOS>
- Scagnoli, Norma I. (2001). *Evaluación de recursos en Internet. Teoría y materiales complementarios del taller a distancia*. Champaign: University of Illinois at Urbana Champaign.
- Stroupe, Craig. (2000). "Visualizing English: Recognizing the Hybrid Literacy of Visual and Verbal Authorship on the Web". *College English*, 62, 5 (May), pp. 607-632.
- Sullivan, Patricia. (2001). "Practicing safe visual rhetoric on the World Wide Web". *Computers and Composition*, 18, 2, pp. 103-121.
- Viajeros.com. (2012). *Viajeros.com*. Disponible en <http://www.viajeros.com/>

- Welch, Kathleen. (1990). "Electrifying Classical Rhetoric: Ancient Media, Modern Technology, and Contemporary Composition". *JAC*, 10, 1.
- Writing in Digital Environments Research Center (WIDE) (2005). "Why Teach Digital Writing?". *Kairos: A Journal of Rhetoric, Technology, and Pedagogy*, 10.1. Disponible en: <http://english.ttu.edu/kairos/10.1/binder2.html?coverweb/wide/index.html>
- Wysocki, Anne Frances. (1998). "Monitoring Order". *Kairos: A Journal of Rhetoric, Technology, and Pedagogy*, 3.2. Disponible en: <http://www.technorhetoric.net/3.2/binder.html?features/wysocki/mOrder0.html>>
- . (2001). "Impossibly Distinct: On Form/Content and Word/ Image in Two Pieces of Computer-Based Interactive Multimedia". *Computers and Composition*, 18, pp. 137-162.
- . (2004). "The Multiple Media of Texts: How Onscreen and Paper Texts Incorporate Words, Images, and Other Media". En Charles Bazerman & Paul Prior (Eds.). *What Writing Does and How It Does It: An Introduction to Analyzing Texts and Textual Practices*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Zappen, James P. (2005). "Digital Rhetoric: Toward an Integrated Theory". *Technical Communication Quarterly*, 14, 3, pp. 319-325.

**ANDRÉS OLAIZOLA PÉREZ** (1981) es Licenciado en Letras (Facultad de Filosofía y Letras-Universidad de Buenos Aires), diplomado de Honor, y Profesor Universitario en Letras (Facultad de Ciencias Sociales-Universidad de Palermo). Actualmente está cursando la Maestría en Educación Superior (Universidad de Palermo). Es profesor asociado e investigador en la Facultad de Diseño y Comunicación (UP) y profesor interino en la Escuela Normal Superior N° 3 "Bernardino Rivadavia". Sus áreas de interés abarcan la alfabetización académica y la escritura y la retórica digital.