

Nuevas ágoras de la democracia posmoderna

POR INMACULADA BERLANGA FERNÁNDEZ

Las redes sociales son las nuevas ágoras de la sociedad posmoderna. Como entonces, su decisivo papel en el desarrollo de las democracias puede derivar, en gran medida, de la presencia de los persuasivos principios de retórica clásica en su discurso.

El título de nuestra investigación nos centra en las coordenadas por las que nos moveremos. En él subyace un intento de reivindicación de la visión clásica del lenguaje y la comunicación en general, para una realidad muy actual, como son las redes sociales *on line* y su eficaz papel en el desarrollo de las democracias. Con la necesaria contextualización de las teorías comunicativas de los rétores clásicos, pensamos que la textualidad de las nuevas vías de comunicación que está proporcionando Internet encuentra su fundamento en estos principios clásicos y, a su vez, de ellos recibe luces para su mejor elucidación (Albaladejo, 2005b, p. 33).

No es difícil admitir la necesidad de contar, a la hora de plantearnos cualquier acción comunicativa, con la ayuda de la retórica, disciplina considerada actualmente como transversal a distintos campos de conocimiento que de una manera u otra emplean el lenguaje con una finalidad persuasiva o estética.

Concretamente en el terreno político, interconectar con la disciplina retórica sigue siendo imprescindible. Explicaremos a continuación la visión clásica aunque es obvio que, al tratar la retórica del lenguaje y la política, la mirada al mundo grecorromano es obligada: fue en la Grecia clásica, donde históricamente tuvieron su origen tanto la retórica como la democracia.

Recogida y estructurada por los latinos, la retórica se define como el *ars bene dicendi*, esto es, la técnica de expresarse de manera adecuada para lograr, entre otras cosas, la persuasión del destinatario.

Así pues, los objetivos que nos proponemos en este trabajo son:

- Relacionar el formidable potencial para el activismo político de las redes sociales con el papel del ágora, espacio original de la democracia.
- Reclamar, por tanto, la mirada a los parámetros clásicos de retórica como principios subyacentes en la Web 2.0, concretamente en las redes sociales; y a su vez, como instrumentos útiles para la construcción y decodificación de los mensajes persuasivos.
- Señalar el auge y contexto sociocultural de estas redes y, en este escenario, analizar las interfaces de las redes sociales más populares, como nuevo espacio retórico.

Retórica clásica

Lo clásico reconoce el fruto de una serie de autores que alcanzaron a realizar unos valores permanentes y ejemplares que proyectarían su aliento sobre toda la cultura posterior de lo que hoy se llama Occidente. Con respecto al lenguaje, la política y la retórica, la visión clásica es obligada.

Cuando hablamos del lenguaje encontramos una constante en los hombres de todos los tiempos: el convencimiento de que la palabra articulada constituye el más perfecto vehículo de nuestro pensamiento; y su consecuencia: el deseo de dominar esta facultad humana. Lo expresó bellamente el poeta chileno: «Quiero que mis palabras digan lo que yo quiero que digan, y que tú las oigas como yo quiero que las oigas» (Neruda, 2009, p. 19). Y quien dice del discurso verbal dice de todo tipo de discurso -ya sea verbal, audiovisual o digital-, de función -ya sea informativo, histórico, ficcional, didáctico, publicitario-, de medio comunicativo, de género o de formato (García, 2005).

Ya los griegos, conscientes de la virtualidad del *logos*, comenzaron a desarrollar el arte de hablar bien y pusieron las bases de la elocuencia o retórica. Así, Platón cifró esta ciencia en ganarse la voluntad humana a través de la palabra; y su discípulo Aristóteles, figura central y referencia de la retórica, además de definir al ser humano por el lenguaje (el animal que habla), elaboró el método y las técnicas de la elocuencia. Desde entonces esta disciplina ha persistido sin dejar de renovarse según los condicionamientos del momento histórico.

En la actualidad existe una acción comunicativa y retórica muy interesante entre los usuarios de Internet (García, 2005) que está propiciando nuevos estudios alumbrados por la larga historia de la retórica, trayectoria que mantiene esta disciplina preparada para asumir las exigencias de la sociedad del siglo XXI. Hablamos así de la *rethorica recepta*.

Por *rethorica recepta* entendemos la recepción del sistema retórico latino de origen griego; y su representación como legado de la Antigüedad que las posteriores generaciones hasta el siglo XXI han recibido y tienen para la explicación del discurso oratorio, para un mejor esclarecimiento de la influencia comunicativa en los receptores por medio del arte de lenguaje e incluso para la utilización en la creación de discursos (Albaladejo, 1989, p. 29).

A lo largo de la Historia, las tesis sobre la oratoria formuladas por los clásicos no han perdido

actualidad, inspirando o actuando de soporte a otras teorías más modernas (retórica política, jurídica, periodística, académica, conversacional, etc.). Especialmente la retórica ha ejercido una notable influencia en la elaboración de la teoría de la comunicación actual, que continúa y continuará transitando por vías recientemente abiertas, como las de la hipertextualidad, la interactividad o la multimedialidad (Albaladejo, 2008, p. 19).

Nuestro concepto y planteamiento de la retórica parten de la lectura de los clásicos, especialmente de la obra de Aristóteles. La retórica que no es la retórica clásica se ha configurado solamente como un aparato de técnicas, figuras de dición o de pensamiento y tropos para la elaboración de un escrito literario. En el mejor de los casos, es la elegancia del lenguaje o la preceptiva literaria, pero vulgarmente se entiende por retórica la vana palabrería. La de Aristóteles no es una mera preceptiva literaria, sino el resultado de sus reflexiones filosóficas aplicadas al lenguaje en general y al uso del mismo en la ciencia y en el arte. Esta concepción de la retórica es la que subyace en nuestro trabajo. Como reza el antiguo adagio latino, somos enanos a hombros de gigantes y encaramados sobre sus hombros somos capaces de ver más y de ver más lejos. Por eso, los genios que a lo largo de la historia han brillado en el campo de la retórica siguen iluminando a todos aquellos que pretenden mejorar su tarea comunicativa y política. Como en tantos temas, también en estas disciplinas es obligado dirigir la mirada al mundo clásico, volver a las raíces de nuestra cultura. Buena medida para entendernos mejor.

Lo cierto es que después de más de un siglo de incompreensión e incluso fuerte menosprecio, desde la década de 1980 en adelante asistimos a lo que se podría llamar el renacimiento de la retórica. El interés por la vieja disciplina aumenta día a día a ritmos diferentes según los países. Nuevas instituciones, actividades y publicaciones que propugnan la restauración de los estudios retóricos van surgiendo en estos momentos de transición tanto secular como histórica entre la sociedad posindustrial y lo que llaman Sociedad de la Información (Ramírez, 2001).

Hoy en día la retórica tiene más espacios en los que desarrollarse de los que tenía con anterioridad: el desarrollo de la publicidad, los diferentes medios de comunicación y los distintos servicios de la Web 2.0 por sus peculiaridades comunicativas suponen una potenciación del diálogo entre productores y receptores, con la consiguiente explicitación de algunas claves de la comunicación retórica, como la de la reconducción del discurso a raíz de la aceptación o del rechazo por parte de los receptores (Albaladejo, 2005b, p. 32).

Desde un punto de vista formal puede parecer que Internet plantea problemas a la retórica (García, 2005). Sin embargo, nosotros pensamos que esto sucede cuando hay una comprensión reduccionista de esta disciplina. La retórica, como ya hemos explicitado más arriba, no se limita a ser una técnica de persuasión, ni tampoco simplemente un arte de orador profesional que se dirige a un público. Tampoco se reduce a la teoría de los tropos o figuras como ornamentos del lenguaje y que en la comunicación audiovisual actual constituye el fundamento de lo que se conoce como retórica de la imagen.

Defendemos una concepción de la retórica mucho más amplia y con un claro componente antropológico que es lo que le confiere esta amplitud. Según Valesio (1986), el estudio de la

Retórica coincide con el propio discurso humano y afecta, por tanto, a todas las actividades humanas. La retórica enseña a explicitar todo aquello que una situación comunicativa, científica o no, conlleva. Es aquí donde hallamos la clave para explicar su retorno: en el valor que encierra como instrumento social. Reconocida, pues, su dimensión multidisciplinar e interdisciplinar, deja de ser un tratado de normas y se convierte en un instrumento del ser humano recuperando la función social que siempre tuvo.

Diversos autores han visto la similitud entre el ágora griega -ámbito retórico original- e Internet (Navarro, 2003; Gamonal, 2004). Ambos espacios comparten algunas características esenciales: a) el ser un espacio público abierto donde acuden las diferentes clases sociales e interactúan entre sí a través de la palabra; b) su carácter social, y c) algunas restricciones en su acceso: a pesar de que ambos espacios se desarrollan en un contexto de democracia, la actividad en el ágora estaba vetada a mujeres y esclavos.

Hoy día también Internet cuenta con la llamada brecha digital que afecta a gran parte de la geografía del planeta. Pues bien, si Internet es un espacio eminentemente retórico, las redes sociales se configuran como el espacio retórico por antonomasia. A continuación veremos que las reglas tradicionales de la retórica, sus elementos esenciales de construcción del discurso y sus figuras, tienen cabida en estos nuevos servicios de la Web 2.0. Definiremos los rasgos esenciales del marco histórico social de esta nueva retórica. Finalmente analizaremos las interfaces de las redes sociales *on line* como nuevo espacio retórico.

Reglas de la retórica clásica

La retórica que hemos recibido de la tradición grecorromana se conceptualizó en un sistema de reglas y recursos que actúan en distintos niveles en la construcción de un discurso. Desde los orígenes se habla de unos elementos constitutivos de esta disciplina. Aristóteles dirá que dos son las partes del discurso: la elocución y la disposición, pues es necesario enunciar el hecho y también demostrarlo (*Retórica III*, p. 13). Con Quintiliano se completarán en los cinco componentes que conocemos: *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria* y *actio*. Los tres primeros se refieren a la estructura lingüística del discurso; los dos últimos configuran al discurso como actividad oral. Vamos a recordarlos en la medida que nos servirán de soporte para el análisis de la Retórica en las redes sociales (1).

La *inventio*, o *invenio*, del latín *invenire* que a su vez procede del griego ??????? (hallazgo), es la investigación, el estudio y establecimiento de los contenidos del discurso. Estos contenidos los encuentra el orador en su memoria, fruto de ideas propias o heredadas de lugares comunes de la sociedad en general.

La *dispositio*, traducción del término griego ????? (disposición) consiste en organizar los elementos de la *inventio* en una estructura que habitualmente consta de tres partes: un *exordium* o parte inicial que tiene por objeto captar la atención, el interés y simpatía del oyente (*captatio benevolentiae*) e indicarle la estructuración del discurso; una parte media con *narratio* o exposición del asunto y tesis del orador y *argumentatio* o razones que sustentan dicha tesis; finalmente, una *peroratio* o recapitulación de los puntos fuertes expuestos, con apelaciones al auditorio para inclinar su voluntad hacia una impresión final favorable.

La *elocutio* sería el modo de decir o expresar el contenido de la *inventio* una vez estructurados; el estilo, en una palabra, que se pone de manifiesto a través de tres cualidades: la *puritas* es la corrección gramatical en la expresión lingüística o semántica y en la sintaxis; la *perspicuitas* es el grado de comprensibilidad del discurso, que se opone a la *obscuritas*, y el *ornatus* o embellecimiento del discurso con el uso de las distintas figuras literarias.

La *memoria* es el recordatorio del discurso, bien por memoria innata, bien por procedimientos mnemotécnicos.

La *actio*, o *pronuntiatio*, se ocupa de la declamación del discurso, prestando atención a la modulación de la voz y de los gestos, que deben estar en consonancia con el contenido del mismo.

Auge y contexto sociocultural de las redes sociales

El origen de Internet, la llamada Web 1.0, nos mostraba un entorno estático, con páginas en HTML en las que se realizaban pocas actualizaciones y que no tenían interacción con el usuario. La Web 2.0 supone un paso más: incluye aplicaciones que generan colaboración entre los usuarios y nuevos servicios o herramientas que permiten ordenar y procesar la información disponible para asimilar la parte que realmente interesa a los internautas.

Así llegamos a las redes sociales, conocidas como sitios web, en los que, creando una ficha con nuestros datos personales o profesionales, podemos entrar en contacto con otros usuarios interesados en nosotros. Este servicio de la Web 2.0 se basa en el traspaso a la Red de unas relaciones que existen en la vida real. Con las herramientas informáticas se potencian estas relaciones y se explotan para beneficio de los usuarios (Merelo y Trías, 2008, p. 51). Se utiliza el motor de los contactos para relacionar múltiples conceptos y, de esta forma, se establece una relación personal, profesional o un simple intercambio de información audiovisual o escrita.

La filosofía de las redes sociales en Internet se sustenta en la conocida teoría de los Seis Grados, por la que se afirma que cualquier persona en la Tierra puede estar conectada a otra a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermediarios (conectando a ambas personas con solo seis enlaces). Fue el sociólogo Duncan Watts quien la popularizó gracias al libro *Six Degrees: The Science of a Connected Age*. Watts describe el experimento realizado en 1967 por el psicólogo norteamericano Stanley Milgram, basado en la idea de que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces de una cadena y por eso solo se necesita este pequeño número de enlaces para que el conjunto de conocidos se convierta en la totalidad de la población humana.

Nos parece que en los Seis Grados subyace un exceso de optimismo que no tiene en cuenta, en primer lugar, la enorme brecha digital aún vigente en el planeta. No obstante, como usuarios integrados plenamente en la Red de redes, defendemos las evidentes ventajas que nos reporta pertenecer a una red social y la conveniencia de estar presentes en estas plataformas.

Con todo, el auge de las redes sociales en los últimos años ha sido espectacular. Según un estudio realizado por Nielsen (2009), en España el 75 por ciento de los usuarios de Internet

está en una red social. Este éxito se explica por los servicios que ofrecen y que son el más claro exponente de la interactividad. En primer lugar, entrar en una red abre la posibilidad de encontrar a otros con quienes compartir nuestros intereses, preocupaciones o necesidades; esto supone ya un aspecto importante desde el punto de vista afectivo y social, más en el momento actual caracterizado por la soledad en la que viven tantas personas. Las redes sociales pueden dar al anónimo popularidad, al discriminado integración, al diferente igualdad, al malhumorado educación y así muchas cosas más (Zamora, 2006).

Solo desde este punto de vista se explicaría la causa del éxito y popularidad que ganan a gran velocidad las redes sociales en Internet. Pero además, cualquier usuario puede editar una información propia posibilitando así que otro usuario se beneficie del contenido, que a su vez se puede enriquecer por miles de voces de cualquier lugar del planeta. Este proceso, desarrollado normalmente entre usuarios de ámbitos similares, resulta de gran utilidad: acota la información y ahorra tiempo.

Contexto y marco social de posmodernidad

El contexto o marco social y cultural donde se realizan estas transferencias de significado y que afecta a las prácticas comunicativas es la posmodernidad. La amplitud del término, los diferentes movimientos y tendencias que se afilian a la cultura posmoderna y sus múltiples manifestaciones, dificultan la tarea de definir con claridad este concepto.

Por posmodernidad entendemos la lógica cultural del capitalismo tardío, lógica que subraya características sociales y culturales como son el pluralismo y la diversidad, la desaparición de la personalidad individual, la dificultad de acceso a la realidad, la superación de la fe y la ciencia por la tecnología, la deconstrucción en general, la defensa de lo híbrido, la concepción del lenguaje como modelador del pensamiento y la promoción de la cultura popular a favor de la descentralización tanto en lo referente a la autoridad científica como a la intelectual, entre otras (2).

La filosofía de la Web 2.0, donde priman la participación y la colaboración, la obra colectiva, el carácter público y abierto con todos los entresijos teóricos y prácticos que comportan estas manifestaciones, es el fruto genuino de este contexto de posmodernidad que hemos descrito.

Análisis de las interfaces de las redes: partes del discurso retórico y figuras

La pretensión de analizar las partes de un discurso retórico y de sus principales figuras nos remiten a un texto, oral o escrito. Como ya afirmó Chico Rico (2007), también pensamos que la definición del concepto de texto y la caracterización de la textualidad en su materialización textual-impresa o analógica son perfectamente válidas para la definición del texto y su caracterización en su vertiente textual-electrónica o digital. Pero además este último presenta, añadidas, unas características determinantes: la hipertextualidad, la multilinealidad, la multimedialidad, la virtualidad y la interactividad.

Nuestro análisis desarrolla la idea ya apuntada por Baudrillard (1997, p. 62): en el ordenador se recoge otro lenguaje; ya no vemos texto sino solo una imagen, pues la pantalla se convierte en

un puzzle, en un conglomerado perfectamente amalgamado de distintos lenguajes, igualado en todas y cada una de sus características con cualquier otro elemento reducido al común código binario digital de ceros y unos. En este sentido, nuestro nuevo texto es la interfaz gráfica del usuario, ese espacio que media la relación de un sujeto y un ordenador o sistema interactivo, donde encontramos escritura pero especialmente metáforas visuales y signos gráficos, formando un todo, como paradigma interactivo entre la persona y el ordenador; también las instrucciones que la Red da a los internautas, así como la comunicación que se genera entre los usuarios.

Si la interfaz etimológicamente supone la cara o superficie mediadora (del latín *inter*: entre o en medio, y *faz* del latín *fac?es*, que significa superficie, vista o lado de una cosa), en palabras de Marrero (2006) la interfaz de usuario es esa ventana mágica de un sistema informático que posibilita a una persona interactuar con él. Una interfaz debe ser accesible y agradable para que el usuario tenga interés por utilizarla, pero sobre todo debe ser lo suficientemente intuitiva y sencilla de manejar. El parámetro que se valora, por tanto, es la usabilidad (Pedrosa, 2008, p. 80). La Organización Internacional para la Estandarización (ISO) define el término como la capacidad de un *software* de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso. Esto hace referencia al formato, los enlaces, las metáforas de navegación o la interactividad, como se recoge en las conocidas diez reglas de Nielsen (Nielsen, 2002).

Según Albaladejo (2005a), la elaboración de una web responde a un proceso productivo retórico en cuanto a la organización semiótica del objeto significativo que construye: con la *inventio* obtiene y prepara los contenidos; con la *dispositio*, los estructura; con la *elocutio* los expresa con todos los medios con los que cuenta y con la *actio* o *pronuntiatio* los comunica.

El equipo o persona que diseña la Red: un nuevo rétor

El rétor, en este caso la persona -o el equipo- que ha diseñado la Red, ha realizado su *inventio* o establecimiento de los contenidos extrayéndolos de los lugares comunes que los usuarios y él mismo, por su formación visual, tienen en su memoria. Gracias a esto, se asocian conceptos a unos determinados iconos e imágenes.

Los iconos cumplen un papel fundamental en el desarrollo de las interfaces gráficas por varias razones: son intuitivos, de forma que las personas reconocen iconos e imágenes más rápidamente de lo que tardarían en comprender el mismo concepto a través de la representación verbal. También, a ciertas distancias pueden ser mejor reconocidos que los signos textuales. Pero además, los iconos cruzan la barrera de la cultura de mejor modo que el lenguaje verbal: existen algunos signos que tienen reconocimiento internacional.

Otro valor fundamental es la capacidad de transmitir conceptos en menos espacio que en el que lo describirían las palabras. Esto es esencial para la inmersión en la red social desde otro tipo de pantallas como los *smartphones*, práctica que cada vez se va imponiendo más. Y es que el teléfono móvil ya no es solo un dispositivo que se limita simplemente a llamar o recibir y enviar mensajes de texto, como ocurría con los modelos de comienzos de esta centuria. Actualmente se ha convertido en un verdadero centro multimedia con una capacidad de almacenamiento

creciente, ejecutores de programas, conexiones a redes, televisión, geolocalización GPS o realidad aumentada, entre otras prestaciones.

La unión de la telefonía móvil con Internet ha dado lugar a la hibridación denominada como *Mobile Web 2.0*. De este modo, herramientas de la Web 2.0 que antes eran principalmente accesibles a través de un ordenador de sobremesa, ahora están disponibles de una forma totalmente ubicua. Y entre todas estas herramientas destacan especialmente las redes sociales (Brazuelo, 2010). Concretamente el crecimiento de usuarios de Facebook se contabilizaba en el mes de febrero del 2010 en torno a los 400 millones, de los cuales 100 millones se han conectado, además, a través del teléfono móvil (Rodríguez, 2010).

Todos estos contenidos, también el orador-creador de la interfaz los ha organizado (*dispositio*) y los ha expresado (*elocutio*) sirviéndose de recursos que la hagan atractiva y persuasiva. Lo que en la retórica clásica correspondería a la *captatio benevolentiae*, en estas redes sería la usabilidad de la interfaz, cualidad que atrae el interés de los internautas y les indica la estructuración de la plataforma.

En cuanto a la *memoria*, o recordatorio del discurso, Internet cuenta con la memoria cibernética, que guarda las páginas y los elementos ya visitados, para recuperar información. De esta forma, manejamos las nuevas aplicaciones de la Web 2.0, los RSS, agregadores y folksonomías y nos permiten tener la información cuando y donde se requiera: en cualquier momento y desde cualquier lugar.

La *actio*, o *pronuntiatio*, se ocupa de la declamación del discurso, prestando atención a la modulación de la voz y de los gestos, que debe estar en consonancia con el contenido del mismo. En la Red el discurso no se declama, ni por tanto, se presta atención a la voz y a los gestos, pero, una vez más, los emoticonos proporcionan su enorme expresividad para transmitir los sentimientos y emociones que en el lenguaje oral manifestaríamos con el tono de la voz o los gestos y así confieren sensibilidad al mensaje. Su grafismo sencillo, útil y fácil de interpretar es la razón de su universalidad. También la reiteración de un signo de interrogación o de exclamación o el uso de la mayúscula (que en la Red se interpreta como un grito) cumplen esta misión.

En este aspecto destacamos la red social Hi5 (3) por dos aplicaciones interesantes: *Fives*, que son emoticonos que el usuario envía a otro usuario de Hi5 como gratificación, recuerdo, diversión o conmemoración, y *Avatar*, estrella Hi5 con aspecto tridimensional, atuendo y comportamiento propios y a la que se le puede poner una emoción como: enojado, preocupado, aburrido, ebrio, feliz, enamorado, triste, etc.

El orador-emisor también se preocupa de la *puritas*, esto es, la corrección gramatical en la expresión lingüística o semántica y en la sintaxis. La Red, en principio, presenta una sintaxis y semántica sencillas y claras que la haga comprensible. Así, en las interfaces de cualquier red social la función del lenguaje que predomina es la apelativa; el elemento preponderante es el receptor; la intención comunicativa, influir en él; el contenido del mensaje lo forman breves instrucciones, consejos o preguntas, con enunciados exhortativos e interrogativos, uso del modo imperativo o indicativo y empleo de la segunda persona verbal y de vocativos.

En cuanto al uso de figuras retóricas, la página principal de las redes más populares suele utilizar metáforas. Por ejemplo, Facebook utiliza la metáfora visual, sencilla y elocuente de un mapamundi con personas interconectadas como representación gráfica de una red social: grafos en los que los nodos representan individuos (a veces denominados actores) y las aristas, las relaciones entre ellos. También la palabra muro es una metáfora. En Facebook muro es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Solo es visible para usuarios registrados. Permite añadir imágenes y cualquier tipo de logotipos en la publicación. Además, cuando el usuario se introduce en la plataforma aparecen en la interfaz pequeños iconos redundantes del texto escrito (foto, vídeo, grupos, eventos, notas), así como la mano con el pulgar levantada al lado de 'me gusta' o el globo o bocadillo junto a 'ver comentarios'. Y es que el icono como imagen tiene la capacidad de transmitir información espacial, relacional, multivariable y representar objetos del mundo real (Martínez Val, 2004, p. 64).

Pero también si nos detenemos en Facebook o Twitter como discurso hipertextual, podemos encontrar la presencia de cuatro figuras retóricas fundamentales: la sinécdoque, la asíndeton, la metáfora y el hipérbaton. Investigadores como Jean Climent (1995) ya vieron vestigios de las tres primeras en todo discurso basado en el hipervínculo. La sinécdoque (tomar la parte por el todo) significa en esta Red que un fragmento, nodo o escena hipertextual se toma por el hiperdocumento en su totalidad. Es, al contrario que en el texto impreso, una figura dinámica: con cada nodo el usuario tiende a imaginar el todo, pero cada nuevo nodo hacia el que avanza le obliga a reconfigurar la visión conjunta del hiperdocumento que va descubriendo. La asíndeton (supresión del término de unión entre dos proposiciones) se trasladaría al hipertexto en el sentido de que cada nodo se percibe en la pantalla sin unión evidente, o realizada por el momento, con los otros nodos de la estructura. Finalmente, la metáfora permite que cada nodo se presente en función de los itinerarios para los que fue configurado; es decir, su coherencia se construye en función de una coherencia superior. También encontramos en la no linealidad de este discurso una clara figura retórica: el hipérbaton, pudiendo apreciar en cada bifurcación una muestra de este recurso estilístico.

Conclusiones

La aproximación a la ciencia retórica, a sus principios constitutivos y a su historia nos muestra la permanencia de esta disciplina a través de las distintas épocas de nuestra cultura occidental y la necesidad de contar con ella en el planteamiento de cualquier acción comunicativa, aunque no se la haya reconocido siempre. Después de periodos de oscuridad y rechazo cultural y social de las preceptivas -y la consiguiente consideración del término retórica como sinónimo de artificio e insinceridad-, en la actual era digital esta disciplina es considerada como transversal a distintos campos de conocimiento que de una manera u otra emplean el lenguaje con una finalidad persuasiva o estética.

La explicación a este fenómeno de permanencia se puede deber a que los principios retóricos siempre han formado parte de los elementos básicos de nuestra cultura; como apuntó David Pujante, los procedimientos retóricos tendrían una base natural de comportamiento humano, relacionado con reacciones emotivas asentadas en el cerebro, cuya fuente probable sea el instinto humano de autoconservación (Pujante, 2003, p. 35). De esta forma, el estudio de la

retórica coincide con el propio discurso humano y afecta, por tanto, a todas las actividades humanas. La retórica enseña a explicitar todo aquello que una situación comunicativa, científica o no, conlleva. Es aquí donde hallamos la clave para explicar su retorno: en el valor que encierra como instrumento social.

Entre los motivos del espectacular auge que en los últimos tiempos han experimentado las redes sociales *on line* en la construcción y desarrollo de la democracia de los pueblos, no podemos obviar los elementos retóricos subyacentes en estas plataformas. Si nos fijamos en las características generales de estos sitios web, comprobamos la similitud entre el ágora griega -ámbito retórico original- e Internet. Ambos espacios comparten algunas características esenciales: el ser un espacio público abierto donde acuden las diferentes clases sociales e interactúan entre sí a través de la palabra; su carácter social y algunas restricciones en su acceso, a pesar de que ambos espacios se desarrollan en un contexto de democracia. Si Internet es un espacio eminentemente retórico, las redes sociales se configuran como el espacio retórico por antonomasia.

En cuanto a la elaboración de la plataforma, la organización semiótica del objeto significativo que construye responde a un proceso productivo retórico: con la *inventio* se obtienen y preparan los contenidos; con la *dispositio*, se estructuran; con la *elocutio* se expresan con todos los medios con los que se cuenta, y con la *actio* o *pronuntiatio* se comunican. La presencia de las figuras retóricas en la disposición y las instrucciones de las distintas interfaces de las redes son constantes y ayudan a mantener y mejorar la comunicación con y entre los usuarios.

Reclamamos, por tanto, la mirada a los genios que a lo largo de la historia han brillado en el campo de la retórica para que sigan dando luz a todos aquellos que pretenden desarrollar con éxito su actividad social comunicativa y democrática; y a los parámetros clásicos de retórica subyacentes en la Web 2.0 -y concretamente en la redes sociales- como instrumentos útiles para la construcción y decodificación de los mensajes. La actividad comunicadora, su condición de instrumento de relación interpersonal y su función social son parámetros retóricos que caracterizan a las redes sociales *on line* y que acercan la ciencia retórica a esta nueva realidad.

Bibliografía

Albaladejo, T. (1989). *Retórica*. Madrid: Síntesis.

– (2005a). La comunicación retórica en los sitios webs. En F. Garrido (coord.), *Actas del 2º Congreso On line del Observatorio para la Cibersociedad ¿Hacia qué sociedad del conocimiento?* Barcelona: Diputació de Barcelona.

– (2005b). Retórica, comunicación, interdiscursividad. *Revista de Investigación Lingüística*, 7, 7-33.

– (2008). Textualidad y comunicación: persistencia y renovación del sistema retórico (La *rhetorica* recepta como base de la retórica moderna). *Rhetorike* [en línea]. Covilha: Universidade de Beira Interior, marzo. Disponible en:

http://www.rhetorike.ubi.pt/00/pdf/albaladejo-textualidad_comunicacion.pdf [Consulta: 2011, 30 de junio].

Baudrillard, J. (1997). *Écran total*. Paris: Galilée (versión castellana del 2000, Pantalla total. Barcelona: Anagrama).

– et al. (2008). *La Posmodernidad*. Barcelona: Cairos.

Brazuelo, F. (2010). Participación de las redes sociales en telefonía móvil en engadget. En *XV Congreso Internacional de Tecnologías para la Educación y el Conocimiento. Redes sociales para el aprendizaje*. Madrid: UNED.

Chico Rico, F. (2007). Teoría retórica como teoría del texto y narración digital como narración hipertextual. Perspectivas de estudio entre la tradición y la modernidad. En VV.AA., *Actas del III Congreso on line del Observatorio para la CiberSociedad Conocimiento Abierto, Sociedad Libre*. Barcelona: Fundació Observatori per a la Societat de la Informació de Catalunya.

Clement, J. (1995). Du texte à l'hypertexte: vers une épistémologie de la discursivité hypertextuell. En J. P. Balpe, A. Lelu e I. Saleh (Coords.), *Hypertextes et hypermédias: Réalisations, poutils, methods*. París: Hermès.

De Ramírez Trejo, A. (Ed.) (2002). *Aristóteles, Retórica*. México D. F.: UNAM.

Fernández, J. (2010). *El post de la posmodernidad* [en línea]. Instituto de Tecnologías educativas (ITE). Disponible en: <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/jfernandez72.pdf>

Gamonal, A. (2004). La Retórica en Internet. *Icono 14*, 3. Madrid: Icono 14 asociación científica [Consulta: 2011, 20 de julio].

García García, F. (2005). Una aproximación a la historia de la Retórica. *Icono 14*, 5 [en línea]. Madrid: Icono14 asociación científica. Disponible en: <http://www.icono14.net/revista/num5/articulo1.htm> [Consulta: 2011, 3 de junio].

López Eire, A. (2002). *Poéticas y Retóricas griegas*. Madrid: Síntesis.

López Férez, J. A. (Ed.) (1988). *Historia de la Literatura griega*. Madrid: Cátedra.

Marrero, C. (2006). *Interfaz gráfica de usuario: Aproximación semiótica y cognitiva* [en línea]. La Laguna: Universidad la Laguna. Disponible en: http://www.chr5.com/investigacion/investiga_igu/index_igu.html [Consulta: 2011, 3 de junio].

Martínez Vall, J. (2004). *Comunicación en el diseño gráfico*. Madrid: El Laberinto.

Merelo, J. J. y Trías, E. (2008). Redes Sociales en Internet. En E. Martínez Rodrigo (Coord.),

Interactividad digital, 49-58. Madrid: Eos.

Navarro Colorado, B. (2003). Aspectos retórico-comunicativos del desarrollo de sitios web. *XIV Biennial Conference International Society for the History of Rhetoric* [en línea]. Madrid y Calahorra. Disponible en: <http://www.dlsi.ua.es/~borja/ishr03.pdf> [Consulta: 2011, 4 de julio].

Neruda, P. (2009). *20 poemas de amor y una canción desesperada, poema V*. Madrid: Edad.

Nielsen, J. (2006). *Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute* [en línea]. Disponible en: http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html [Consulta: 2011, 4 de mayo].

Pedrosa, E. (2008). Utilidades del diseño web y multimedia como recurso didáctico. En E. Martínez Rodrigo (Coord.), *Interactividad digital*, 78-89. Madrid: Eos.

Ramírez, J. L. (2001). El retorno de la retórica. *Foro interno: anuario de teoría política*, 1, 65-73 [en línea]. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/cps/15784576/articulos/FOIN0101110065A.PDF> [Consulta: 2011, 3 de junio].

Rodríguez, H. (2010). *La sociedad móvil* [en línea]. Disponible en: <http://blogs.aecoma.org/lasociedadmovil/servicios/facebook-alcanza-los-100-millones-de-usuarios-moviles/> [Consulta: 2011, 17 de marzo].

Valesio, P. (1986). *Ascoltare il silenzio: la retorica come teoria*. Bolonia: Il Mulino.

Vattimo, G. (2003). *En torno a la posmodernidad*. Barcelona: Anthropos.

Zamora, M. (2006). *Redes sociales en Internet. Maestros del web* [en línea]. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/> [Consulta: 2011, 20 de junio].

Notas

(1) Para una aproximación a las partes del discurso retórico, véase López (2002) y López (1988).

(2) Una exposición más detallada de estas características la puede encontrar en Vattimo (2003) y en el clásico de Baudrillard et al. (2008). También, en el estudio de Fernández (2010).

(3) Véase: <http://www.hi5.com>

