

ANTONIO MENDOZA
JOSÉ MANUEL DE AMO (COORDS.)

PERSPECTIVAS EN INVESTIGACIÓN
E INNOVACIÓN DIDÁCTICA
EN RECEPCIÓN LECTORA:
LEER HIPERTEXTOS

© del texto: Antonio Mendoza
José Manuel de Amo
(Coords.)

© de la edición: Editorial Universidad de Almería. 2012

ISBN: 978-84-15487-12-8
Depósito Legal: AL-473-2012

ÍNDICE

Presentación.....	13
<i>Oswaldo Cleger</i> Pantallas saturadas / cuerpos opacos: la ficción hipertextual en lengua española.....	21
<i>Laura Borràs</i> Territorio hipertextual: lectura y enseñanza 2.0.....	51
<i>Antonio Mendoza</i> Hipertexto: la convergencia de la competencia lecto-literaria y la competencia lectora multimodal.....	77
<i>Pedro C. Cerrillo y César Sánchez</i> El Cancionero Popular Infantil como hipotexto en la LLJ actual.....	113
<i>José Manuel de Amo</i> La naturaleza metaficcional del hipertexto literario: el palimpsesto en los textos autorreferenciales.....	124
<i>Rosa Tabernero</i> De hipertextos, álbumes y libros ilustrados: La formación del lector en el libro-álbum y en el libro ilustrado.....	161
<i>M^a del Mar Ruiz y Francisco Galera</i> A la caza de brujas entre libros enredadas: Leer hipertextos.....	183
<i>Alba Ambròs</i> Un cuento hipertextual y metaficcional: Cuento de Navidad de Auggie Wren, de Paul Auster.....	203
<i>Ramón F. Llorens y José Rovira</i> De la Lectura Hipertextual a la Escritura Colaborativa: Blogs y Wikis en la Didáctica de la Lengua y la Literatura.....	227
<i>Fermín Domínguez</i> La novela corta Ciudad de cristal de Paul Auster a través de la versión gráfica de David Mazzucchelli y Paul Karasik: una propuesta de recepción.....	245

<i>Isabel Castells</i> Intertextos de ultratumba en La novia cadáver, de Tim Burton.....	262
<i>Adelaida Ríos</i> Lectores adolescentes frente a Los Fabulosos Hombres Película, de Fernando Marías: la función de la intertextualidad en el proceso de lectura.....	275
<i>Isabella Leibrandt</i> De la competencia alfabética a la competencia hipertextual.....	290
<i>Jesús Díaz Armas</i> Juegos metaficticiales en los dibujos animados clásicos de Tex Avery (una aproximación).....	307
<i>Sandra Hurtado</i> La impaciencia en la lectura de hipertextos literarios de ficción.....	317
<i>M^a Carmen Arbones</i> Shakespeare, un personaje virtual en el aula de LE	330
<i>Águeda Delgado, Manuel González y M^a Amor Pérez</i> El desarrollo de la competencia digital: leer y escribir en la red.....	350
<i>Francisco González y M^a Ángeles Galindo</i> Tratamiento de la información y competencia digital en contextos mediáticos.....	375
<i>José Domingo Dueñas</i> Hipertexto y hábitos de lectura: una revisión conceptual desde la educación literaria.....	397
<i>Maili Ow</i> Metaficción en álbumes para primeros lectores.....	411
<i>Rosa M^a Gil</i> Los paratextos en los álbumes metaficticiales: análisis de las respuestas lectoras.....	428
<i>Josefa Saiz</i> El libro en el libro en el libro...: la fractalidad hipertextual.....	454
<i>Francisco J. Villegas</i> Del relato literario al juego hipertextual: una experiencia didáctica a través de Greta la loca.....	482
<i>Marta Sanjuán</i> Los relatos de naufragos: un itinerario intertextual para la ESO y Bachillerato.....	504

<i>M^a González y M^a Teresa Caro</i> Don Quijote, el viaje a la cordura: lecturas interdisciplinares.....	525
<i>Fermín Ezpeleta</i> Los Episodios Nacionales de Galdós como hipertexto didáctico del Quijote.....	539
<i>Joan Marc Ramos</i> La canción paródica: análisis de las facetas formativas de un hipertexto textual.....	555
<i>Virginia Calvo</i> El hipertexto literario en la (re)construcción de la identidad de los adolescentes inmigrantes.....	577
<i>Eva María Villa</i> La construcción de identidad en la novela de formación como hecho hipertextual.....	600
<i>Daniela Cavalli</i> Del pensamiento sobre poesía en alumnos de secundaria. Aportes de la Poética Cognitiva.....	617
<i>M^a Teresa Caro y María González</i> Cine y Literatura para educar en competencias básicas.....	635
<i>Maily Owy Carla Forster</i> Formación de mediadores para la lectura literaria multimodal.....	648
<i>Mariona Masgrau y Sandra Masdevall</i> La intermedialidad artística: ¿una quimera en educación?.....	670
<i>Mar Paulo y Amelia Arbiol</i> Llegir poesia en la xarxa. Possibilitats didàctiques del bloc Poesia Infantil i juvenil i de la revista digital d'il·lustració Pinzellades al món	683
<i>Patricia M. Farias Coelho</i> Os Advergames: uma nova linguagem da publicidade na internet.....	705
<i>Patricia M. Farias Coelho, Irene García y Marcos R. Martins</i> Blogs: nuevas formas de narrativas.....	722
<i>Begoña Souviron</i> Leer Hipertextos: Literatura e Iconografía. Didáctica de la Lengua y Educación visual.....	742
<i>A. Rius, R. Pérez, I. Martins, M. Pérez y D. Olivé</i> Aproximació a la competència literària en adults: un estudi sobre l'intertext lector.....	755

Xulio Pardode Neyra 772
La multidisciplinariedad educativa desde una experiencia docente:
hipertextualidad en el aula de Lengua y Literatura gallegas.....

Antonio Díez y Jaime Mas
Identificación de protocolos de lectura hipertextual y evaluación de
procesos de composición de mensajes de tipología hipertextual en el
alumnado de Grado de Magisterio especialidad Primaria..... 794

BLOGS: NUEVAS FORMAS DE NARRATIVAS

Patrícia Margarida Farias COELHO
TIDD/PUC-SP
Irene García Medina
Universidad de Vic (España)
Marcos Rogério Martins Costa
FFLCH/ USP

INTRODUCCIÓN

Con el avance de Internet han surgido las plataformas conocidas como *redes sociales de Internet*. Santaella (2010: 272) comenta:

[...] que el concepto de redes sociales es más amplio que el de redes sociales en Internet, pues pueden existir redes sociales fuera de la web. Mientras, en Internet se ha incrementado las posibilidades de formación, desarrollo y multiplicación de redes sociales. La principal característica de esas redes de interacción incesante es la dinamización y en casos de emergencia, la adaptación y autoorganización que son propias de sistemas complejos y que se expresan, si es necesario, en comportamientos colectivos descentralizados.

Las redes sociales han alterado la forma en que las personas piensan y se relacionan, haciendo con que estas se (re)organicen y formen comunidades cibernéticas. Santaella (2010: 261) dice que “nadie puede poner en duda el que estamos viviendo en plena efervescencia un

nuevo paradigma de formación sociocultural que viene recibiendo tanto el nombre de cultura digital como el de cibercultura”. Se verifica que esos nuevos medios de comunicación ofrecen a sus usuarios la posibilidad de comunicación inmediata y de respuesta en tiempo real. De ese modo, tanto los expertos del discurso y de la semiótica, como los de la comunicación deben interesarse sobre esa nueva forma mediática. Como ha sido señalado por la experta, existe un carácter interdisciplinar en las redes sociales que tiene que ser analizado.

Por lo tanto, el objetivo principal de este estudio es comprender una de esas redes sociales, el *blog*, a partir de una perspectiva metodológica interdisciplinar, que se basará en los estudios del discurso, en los de la semiótica greimasiana y en los de la comunicación digital. La elección de esta plataforma, específicamente, se debe al objetivo de intentar comprender las nuevas posibilidades narrativas que han surgido a partir del *blog*.

Los *blogs* surgieron en agosto de 1999, a través de Blogger, empresa del norteamericano Evan Williams. Los *blogs* posibilitaron la aparición de un nuevo tipo de narrativa que se diferencia de las narrativas con patrones lineales y secuenciales. El *blog* es presentado como una herramienta interactiva que se caracteriza por disponer de un tipo de narrativa abierta y dinámica, permitiendo la intervención no controlada de otras personas. Estos nuevos interlocutores, o *interactores*, según la terminología de Murray (2003), a priori, no formaban parte de la estructura narrativa, pero, posiblemente, estaban contemplados por la estructura del soporte, visto que este atribuye herramientas para su inserción.

Cerca de 900 mil *blogs*, cada 24 horas, reciben nuevos *posts* en todo el mundo, en decenas de idiomas (Cf. LEAL, 2008). Fotos, vídeos, dibujos y otras formas de texto han sido insertados en ese soporte mediático. Los *blogs* pueden ser desde simples diarios virtuales con relatos cotidianos,

hasta herramientas de gran poder publicitario, dependiendo de su número de accesos. Actualmente, hay más de 133 millones de *blogs* en el mundo (Cf. LEAL, 2008).

La facilidad de uso de las herramientas de creación de ese soporte ha sido fundamental para su propagación. Gracias a esa difusión, se ha publicado una vasta cantidad de contenidos y, como ya se ha dicho, de variadas formas y géneros textuales. Los *blogs* no sólo se han hecho más numerosos, sino que han modificado completamente el universo digital, ganando influencia en las más variadas áreas.

De ese modo, ese nuevo espacio digital ha atraído la atención de los publicitarios y de los grandes empresarios. El *blog* se ha convertido en una herramienta publicitaria. Desde entonces, los principales *blogs*, nacionales e internacionales, han creado equipos especializados en la creación de contenido. Una nueva profesión ha nacido: el *bloguero*, especialista en la creación y difusión de *blogs*. Si por un lado, esa profesión gana contornos y hasta cursos técnicos, por otro, los aficionados se han ido haciendo profesionales y realizado posts compulsivamente para mantenerse en el mercado (competitivo como cualquiera otro). Debido a esa diversidad en la formación de los *blogueros*, tenemos un contingente variado de *blogs*, que pueden o no tener una vida larga en la red.

En ese contingente tan vasto, como distinguir, de entre los millones de *blogs*, las estructuras narrativas que han sido las más usadas? Para responder a esa cuestión, hemos utilizado los resultados de una investigación realizada por la Revista ÉPOCA, en 2008, que solicitó a los 25 *blogueros* principales brasileños en aquel momento, que indicaran cuáles eran sus 14 *blogs* preferidos, y, agregó a la opinión de estos, indicaciones de especialistas de la propia redacción. Así, reunieron dos centenares de *blogs*, que fueron nuevamente seleccionados según los criterios de atracción y votación de los responsables de la redacción.

Quedaron 50 *blogs* brasileños, 20 internacionales y 10 promovidos por la propia redacción, totalizando 80 *blogs*. Es importante resaltar que el objetivo de esa investigación no era hacer un ranking de los mejores. El objetivo era montar una guía de navegación por la *blogosfera*, por eso, los *blogs* fueron ordenados por orden alfabético y separados por las siguientes categorías: Ciencias y tecnología, Comportamiento, Cultura, Variedades, Política y Época. Por cada *blog* seleccionado, había un resumen sobre lo que le diferenciaba de los otros y un tramo de la opinión de los propios *blogueros* sobre ese *blog*.

A raíz de los resultados de esa investigación, seleccionamos dos *blogs* en ella indicados, Papel Pop (www.papelpop.com) y Kibe Loco (www.kibeloco.com.br), para efectuar un análisis semiótico panorámico de las estructuras narrativas de esos dos soportes. Destacamos que el primero está clasificado doblemente, según los parámetros de la investigación de Época, visto que éste se encuadra tanto en la categoría de Comportamiento, como en la categoría de Cultura; mientras que el segundo solamente se encuadra en la categoría de Cultura. De esa forma, se buscará investigar los matices que cubren esa nueva forma de narrativa que se encuentra inmersa en ese nuevo soporte digital que llama cada vez más la atención de los publicitarios.

La narrativa y los elementos que la constituyen

Las narrativas siempre han formado parte de la vida de las personas y es a través de ellas que las relaciones humanas se han establecido. Se puede decir que el lenguaje se estructura en forma de narrativas y que éstas, tal como dijo Greimas (1973), son articulaciones del imaginario humano. Por lo tanto, conforme la humanidad evoluciona, las formas de narrativas también evolucionan. Se buscará, en esta sección, explicitar las distintas visiones sobre narrativa según el prisma de diferentes expertos, que, así como nosotros, trataron ese tema.

Los primeros estudios narratológicos remontan a la Poética aristotélica, en el año 335 A.C., en la cual, Aristóteles define que toda narrativa debe tener por lo menos tres partes: comienzo, mitad y final. Aristóteles aún dice que si una de esas partes se sale del orden o es suprimida, la noción de totalidad será corrompida y, de ese modo, no habrá buenas fábulas (Cf. ARISTÓTELES, 1992). Sin embargo, si transpusiéramos esta noción aristotélica al hipertexto, entenderemos que se infringe la totalidad requerida por Aristóteles; una vez que, en el hipertexto, puede haber más de un comienzo o no tener un final previamente determinado. Esto ocurre porque el hipertexto ofrece una lectura multilineal, o sea, el lector-destinatario puede examinar diferentes pantallas interpretativas en el mismo enunciado, visto que éste es sincrético y multiforme.

Sin embargo, Aristóteles, según Eco (1989), nombra unos elementos fundamentales para construir una estructura narrativa. Puesto “que es posible encontrar una estructura narrativa en cualquier texto, inclusive en textos que aparentemente no son narrativos” (ECO, 1989: 34), pues, en consonancia con el semioticista italiano, “los requisitos fundamentales para caracterizar la narrativa son los propuestos por Aristóteles: un agente, un estado inicial, una serie de transformaciones y un resultado final” (1989: 34).

Observando estos cuatro elementos aristotélicos, los cuales reformulamos para adecuarlos al nuevo soporte, el hipertexto, en especial, el promovido por el soporte *blog*. Tenemos, entonces, una estructura narrativa compuesta por cuatro pilares fundamentales, que son: (i) agentes del discurso intercambiables (Yo-Tú), (ii) un estado normalizado, tipo patrón (enunciado de estado), (iii) una serie de transformaciones (enunciados de acción) y (iv) un resultado (efecto de sentido).

Si miráramos para otro estudioso del texto, veremos que también

hay reformulaciones en el modo de incautar las estructuras narrativas. En la Rusia del siglo XIX, Propp (1983 [1928]) buscó, a través del estudio de los cuentos fantásticos, probar que estos presentan una estructura narrativa que se repetía. Su objetivo era, pues, determinar la estructura de la narrativa, y él la definió como un *conjunto cerrado de relaciones internas que se establecen entre un número finito de unidades*. Ese procedimiento de análisis de las invariaciones de las estructuras textuales fue imprescindible para el desarrollo de una teoría que pudiera, como vemos con Aristóteles, cubrir las lagunas dejadas por los estudiosos del discurso y reformular conceptos. Propp transpuso los límites de la frase, que era hasta entonces la unidad última para los lingüistas, y para los métodos de la lingüística estructural (Cf. Barthes, 1971).

Greimas (1973) retomando los estudios de Propp afirma que “todo discurso es narrativo” (GREIMAS, 2008: 16), una vez que existen formas narrativas universales en el lenguaje humano. Para Aristóteles, Greimas y Eco toda narrativa es caracterizada por una sucesión de transformaciones que desencadenarán en un resultado, ese resultado no es propiamente una conclusión de la narrativa, como muchos intérpretes del texto afirman, pero, sí, un efecto de sentido. Por lo tanto, todo texto, entendiendo el texto como un todo de sentido; y toda narrativa, entendida como un conjunto de relaciones internas y externas de unidades mínimas de sentido, son una forma de articulación del imaginario humano.

Por otro lado, la idea del recorrido generador de sentido, propuesta por Greimas (2008), parte de la constatación de que es necesario explicitar el hecho de que el discurso es de la orden de la *estructura* y también del *acontecimiento*. Así pues, es necesario indicar tanto las invariantes, como describir la variabilidad socio-histórico-cultural que las reviste. Por lo tanto, el modelo de narrativa que proponemos, así

como Greimas, no es genético, pero generador, o sea, busca ser simultáneamente predictivo y explicativo (Cf. FIORIN,1999).

Ese modelo hace aún más plausible que recurramos a las reflexiones de Godman (1981) y Ricoeur (1994 [1983]), que introducen la noción de narrativa desconectada de una secuencia temporal lineal. El concepto de narrativa no lineal es retomado por Murray (2003), que nombra esa forma de narrativa como multisequencial o narrativa multiforme. Eso es porque Murray (2003) quiere deshacer una confusión terminológica, visto que algunos expertos confunden las *narrativas multisequenciales* con las *no lineales*, por creer que el hecho de que no exista un formato lineal convencional significa la ausencia de una narrativa, lo que no ocurre necesariamente. Los textos pueden ser no lineales y, aún sí, constituyen una narrativa.

La prueba de esto es el hipertexto que, generalmente, no tiene ni comienzo ni final definidos y posee una lectura multilineal que rompe la noción de totalidad aristotélica. Todos esos caracteres permiten una amplia interactividad entre sus interactores, y lo hace, inevitablemente, un texto no-lineal, pero que no pierde su estructura narrativa, una vez que los elementos que la constituyen forman un sistema sígnico que es sostenido por la narratividad contenida en esos elementos.

Sobre el concepto de narrativa, Murray (2003) la define como uno de nuestros mecanismos cognitivos primarios para la comprensión del mundo. Siendo la narrativa uno de los mecanismos fundamentales por los cuales edificamos comunidades, desde la tribu agrupada alrededor de la hoguera hasta la comunidad cibernética reunida delante de los aparatos mediáticos. Nosotros nos comprendemos mutuamente a través de las narrativas, desde los cotilleos de los vecinos hasta los grandes relatos de Hércules y Odisseus, y muchas veces vivimos atraídos por la fuerza ideológica que las narrativas nos transmiten.

Si la narrativa es un mecanismo cognitivo primario, en palabras de

Murray, o una articulación del imaginario humano, según Greimas, en ambas concepciones de narrativa, entendemos que el hecho de que el texto sea lineal o no lineal, no hace que desaparezca el rasgo de narratividad. Por lo tanto, el *blog* puede o no presentar historias encadenadas, ser lineal o no lineal, pero su narratividad no se puede negar.

Además, resaltamos que si para Marchuschi (2002: 5), “las producciones conectadas a Internet se basan, fundamentalmente, en la actividad de la escritura”, decimos que no es solamente en lo verbal que las narrativas se construyen, sino que se construyen también, en lo no verbal (imágenes, melodías, gestos, etc.) y en el no dicho (implicación, presupuesto). Aunque las narrativas también pueden concretizarse oralmente, con imágenes o gestualmente, y, en el universo digital, foco de nuestro estudio, esa narratividad se expresa sincréticamente.

Resumiendo, las conclusiones extraídas de ese diálogo con diferentes teóricos del discurso fueron las siguientes: (i) la narrativa es un elemento cognitivo primario del lenguaje y como tal, se constituye como un productor generador de efectos de sentidos (GREIMAS, 2008; MURRAY, 2003); (ii) la narrativa se constituye a partir de cuatro bases fundamentales: agentes del discurso intercambiables (Yo-Tú), un estado *normalizado tipo patrón* (enunciado de estado), una serie de transformaciones (enunciados de acción) y un resultado (efecto de sentido) (ARISTÓTELES, 1992; ECO, 1989); y, para finalizar, (iii) la narrativa de un hipertexto, como el *blog*, es multisequencial, interactiva, dinámica y sincrética (MURRAY, 2003; RICOUER, 1994; GODMAN, 1981).

Blogs: multiplicidad e interactividad

Según Komesu (2005), la palabra *blog* es una abreviación del vocablo *weblog* y su traducción sería *archivo de redes*. Además de eso, la autora resalta que:

los *blogs* surgieron en agosto de 1999 con la utilización del *software Blogger*, de la empresa del norteamericano Evan Williams. El software fue concebido como alternativa popular para la publicación de textos en línea, una vez que la herramienta dispensaba el conocimiento especializado en informática. La facilidad para la edición, actualización y mantenimiento de los textos en red fueron – y son – los principales atributos para el éxito y la difusión de esa llamada herramienta de auto-expresión. La herramienta permite, además, la convivencia de múltiples *semiosis*, como ejemplo de texto escritos, de imágenes (fotos, dibujos, animaciones) y de sonido (músicas, principalmente). Actualmente, la mayor parte de los proveedores no cobra tasa por albergar un *blog*. En Brasil, la estimativa divulgada por la prensa en agosto de 2002 apuntaba para la cifra de 170.000 escritores de blogs, considerándo sólo los usuarios que tienen sus archivos en dos webs brasileñas que ofrecen el servicio. (KOMESU, 2005: 111)

Los *blogs* pueden ser entendidos como diarios digitales, en los que las personas relatan sus experiencias por escrito y exponen sus ideas *online*, ya sea de forma verbal, visual o sonora. La plataforma permite al usuario actualizar su página con facilidad, además de permitir un tipo de interacción que no era posible hasta entonces. Komesu (2005: 113) comenta que “los *blogs* poseen características diferenciadas de los diarios tradicionalmente escritos”, aunque partan del mismo concepto, en el cual un individuo alza la voz para narrar acontecimientos particulares. Eso porque podemos considerar los *blogs* como espacios de discusión, donde las personas aportan sus ideas/posiciones, en relación de consonancia o polémica con otras ideas/posiciones, en un ambiente público, en el cual *se refleja una aparente democracia: todos poseen voz y vez*.

Los textos de los *blogs* son narrativas creadas por un sujeto individual o colectivo, que las utiliza para comunicarse, construyendo una experiencia y (con)vivencia narrativa con su lector-interactor. La

interacción blog-lector ocurre en un tiempo y espacio *distintos del mundo real*, pero que *se dan en tiempo real*, o sea, el texto del *blog* construye su propio tiempo y espacio discursivo, sin embargo su interacción con el lector es simultánea, es decir, ocurre al mismo tiempo de la lectura (codificación [texto] – descodificación [lectura] – codificación [memoria]) y puede generar una etapa de inserción/intervención no prevista (codificación I [texto A] – descodificación I [lectura] – codificación II /descodificación II [memoria] – codificación III [inserción de un texto B al texto A]).

El universo digital posibilita esa interacción en el acto, por eso, no se puede afirmar que la narrativa se presenta lista y concluida, visto que es abierta y dinámica, posibilitando la introducción e intervención no controlada de otras personas que, a priori, no formaban parte de aquella estructura textual. Al ocurrir esto en la narrativa, muchas veces, el texto se dirige para caminos distintos, los cuales no habían sido pensados, al principio, por el *bloguero*-destinador. De ese modo, el *blog* crea nuevas formas de narrativas, una vez que su construcción interactiva permite la interferencia de otros interactores en cualquier momento, lo que atribuye al hipertexto esa dinamicidad, irrealizable en el formato *normalizado* de texto.

Las narrativas encontradas en el *blog*, aunque presenten un enunciado de estado, que es la *homepage*, se caracterizan, primordialmente, por constituir narrativas de acción, pues ocurren a través del rendimiento de los usuarios-lectores del *blog*. El desarrollo narrativo está fundamentado en la acción (codificación III) y en la comprensión del usuario sobre el tema (descodificación I). Es importante resaltar que hay una escala de interactividad entre los *blogs*, que se presentan más interactivos o menos interactivos, dependiendo de su creador-*bloguero* y de su público-objetivo.

Por lo tanto, los *blogs* presentan un nuevo tipo de hipertexto, que

construye, cada instante, una nueva pantalla narrativa en su red. Con las transformaciones digitales, se verifica la necesidad de nuevos estudios sobre el tema, independientemente de que línea teórica los sostenga, pues cada una de ellas, sea la semiótica, el análisis del discurso, la lingüística textual, o bien sea la psicología, la comunicación o la antropología etc., todas esas líneas de estudio tienen mucho para aportar colaborando unas con otras y, como solicitan Murray (2003) y Jenkins (2009), hay una necesidad urgente de que se creen vocábulos propios para definir la narrativa digital para así tratar las innovaciones oriundas de ese universo.

Análisis de los blogs *Papelpop* y *Kibe Loco*

En La luz de la Semiótica Discursiva, Fiorin (2009: 29) comenta:

Los textos no son narrativas mínimas. Al contrario, son narrativas complejas, en que una serie de enunciados de hacer y de ser (de estado) están organizados jerárquicamente. Una narrativa compleja se estructura en una secuencia canónica, que comprende cuatro fases: la manipulación, la cualificación o competencia, la *performance* y la sanción.

Siguiendo esa secuencia, Fiorin (2009) explica que, en la fase de la manipulación, un destinador (emisor) actúa sobre un destinatario llevándole a querer y/o deber hacer alguna cosa, y esa “cosa” se constituye como un objeto de valor (Ov). Tenemos cuatro tipos de manipulación: *tentación* (el manipulador propone una recompensa al manipulado), *intimidación* (el manipulador obliga el manipulado a hacer algo a través de amenazas), *seducción* (el manipulador lleva a hacer algo manifestando un juicio positivo de la habilidad o competencia del manipulado) y *provocación* (el manipulador lleva al manipulado a hacer algo, expresando un juicio negativo de las cualificaciones del manipulado). Abajo presentamos un cuadro panorámico de los dos blogs (Fig. 1. *Blog Papel Pop*; Fig. 2. *Blog Kibe Loco*), montado a partir de las

imágenes recogidas el día 24/09/2011. Resaltamos, en cada uno de esos cuadros, las estructuras principales seleccionadas para realizar el análisis de esas cuatro fases constitutivas de la narrativa y los tipos de manipulación que han sido utilizados:



Fig. 1. *Blog PAPELPOP: la homepage y sus secciones*



Fig. 2. *Blog Kibe Loco*: los elementos fijos de una narrativa en construcción

Retomando el concepto de texto como un todo de sentido, constituido por narrativas complejas, como Fiorin había dicho (2009), entendemos que los *blogs* constituyen narrativas complejas, formados por enunciados sincréticos (compuestos de sonido, imagen y letra). De esa forma, nuestro análisis se hará a través de la construcción de los efectos de sentido, aprendidos a partir de esas estructuras compuestas.

El *blog Papel Pop* fue creado en 2006, por el periodista Phelipe Cruz, especialista en cultura pop y contenido joven. Posee seis millones de accesos cada mes. Su público objetivo es variado, pero se constituye, básicamente, de personas en la franja etárea de 15-35 años, con un nivel de educación intermedio y, generalmente la mayoría de género femenino. Sin embargo, en relación al género masculino, el público más amplio es la comunidad GLS (Gays, Lésbianas y Simpatizantes).

El *blog* está segmentado en cinco secciones: HOT, YO QUIERO,

PUESTA VC, F.A.B (FASHION AND BOLD), TELE Papel Pop. En la sección HOT, el foco es el contenido erótico, sin embargo éste es transmitido de forma humorística y con caricaturas. En la sección YO QUIERO, se ponen post sobre innovaciones tecnológicas, productos de utilidad variada e información sobre novedades en la web. En la sección PUESTA VC, son indicaciones de los propios lectores del *blog* que envían *links* de otros *blogs*. La sección F.A.B., da información sobre moda, mostrando los desfiles y los lanzamientos de diversas marcas. Y para finalizar, en la sesión TELE Papel Pop, tenemos una colección de vídeos de diversa naturaleza, generalmente relacionados con celebridades y situaciones divertidas.

El *blog Kibe Loco* fue creado en abril de 2002 por el publicista carioca Antonio Pedro Tabet. La frecuencia diaria de accesos pasa de los 180 mil, lo que propició al sitio el título de mejor *blog*, el año 2007, el premio fue concedido por la revista *Info Exame*. El foco del *blog* es el contenido humorístico, y, para eso, usan dos artificios fundamentales del lenguaje: la ironía y el sarcasmo. De ahí se desprende el subtítulo: “La verdad es ácida y el kibe es crudo”. Gracias a esa crítica con humor, el *blog* abarcó diferentes públicos, del joven al maduro, tanto hombres como mujeres, o sea, por la polémica y por la quiebra de las estructuras sociales, a través de un enfoque carnavalesco (Cf. BAKHTIN, 1996), el *blog gusta a griegos y a troyanos*.

Este *blog*, por encuadrarse entre los cien mejores *blogs* en recientes investigaciones (Technorati; Info Exame; Época), se afilió con otras grandes redes sociales, entre ellas, Facebook, Orkut, Twitter y Youtube, como se ha destacado en la Fig. 2, lo que aumentó aún más su influencia entre los usuarios de la red.

Comparando los dos *blogs*, entendemos que sus enfoques, aunque distintos a nivel discursivo, se parecen a nivel narrativo, ya que ambos buscan fidelizar a su destinatario-lector. Sin embargo, el uso de

estrategias de manipulación es diferente. A veces provocan, con imágenes grotescas, como por ejemplo la ilustración realizada por el *Kibe loco*, de Bruna Surfistinha y del personaje Cha-ka (la competencia o habilidad de la belleza de una de las más famosas prostitutas de lujo, a priori, deseada por el público masculino, se hace comparable a la fealdad de un proto-*homo sapiens*) o en la presentación de los errores ortográficos de carteles recogidos por todo el Brasil. También presentan hechos que ennoblecen las competencias o habilidades del lector, que puede estar más cerca de sus ídolos al leer sus intimidades, o sea, el público es seducido por el objeto de valor: intimidad con las celebridades. Esta estrategia es la más utilizada por el *Papel Pop*, como podemos ver por su contenido recurrente sobre celebridades.

En la fase de las competencias, los dos *blogs* se distancian en sus enfoques. Mientras el *Kibe loco* critica las competencias o habilidades de los famosos con humor e ironía, humanizando aquellos en que el público, en la mayoría de las veces, engrandece, el *Papel Pop* hace el camino inverso, éste muestra humor, sin embargo no es un humor cruel, su objetivo es acercar los lectores al mundo pop, constituido por famosos y celebridades, y no desmoralizar al público es lo que sostiene su discurso. Por eso, generalmente, las habilidades o competencias de los actores de la narrativa son puestas en jaque en el *blog Kibe loco*, mientras que, en el *Papel Pop*, se las apoya.

En la fase de *performance*, en la cual “ se da la transformación (cambio de un estado a otro) céntrica de la narrativa” (FIORIN, 2009: 31), tenemos la disjunción o conjunción con un determinado Ov. En el caso de esos dos *blogs* y en la mayoría de los textos mediáticos de las redes sociales, Ov es el mismo: hacer del lector un fiel seguidor. Así Ov es difícil de conquistar, visto que el internauta tiene a su disposición una gama inmensa de opciones. Además de eso, siempre hay dos reflexiones que se puede hacer uno en lo que concierne al mundo digital: (I) lo que

hoy está de moda, podrá no estarlo mañana y (II) una elección de un lector-usuario, no excluye, necesariamente, las otras. Debido a esto, hay un esfuerzo cada vez mayor entre las diversas interfaces mediáticas para estar siempre renovándose para parecer nuevas y sorprendentes, o sea, la mutabilidad rige la construcción textual de esos enunciados sincréticos.

De ahí surge la cuestión sobre identidad del *blog*, pues si la transformación es demasiada, se pierde la identidad, pero *si no hay cambios, el público se desvanece. La dinamización y la interactividad son cuchillos de doble filo* en el universo digital, exigiendo la habilidad del saber y del poder de sus idealizadores (*los blogueros*), que muchas veces son controlados por el deber de la mutabilidad, en detrimento de lo que ellos en realidad desean. Simultáneamente, es esa interactividad la que hace de ese (hiper)texto, una materia viva, inconclusa y extremadamente dialógica, podríamos decir, hasta, en último lugar, polifónica (Cf. BAKHTIN, 1997)

Siendo así, lo que observamos, en la comparación entre esos dos *blogs*, es que ambos construyen sus identidades a partir de la forma de presentación de sus *posts*. El *Papel Pop* dispone sus *posts* de forma segmentada, cada sección tiene su tópico temático-figurativo propio, eso da a su público un direccionamiento, que sigue en la parte de arriba de la página horizontalmente. El *Kibe loco*, aunque dispone de cuadros fijos (*posts-modelos* que son recurrentes), expone sus entradas de forma secuencial, organizadas sólo por fechas y títulos encima de los *posts*, siendo la lectura de arriba hacia abajo, de forma vertical.

Además, la publicidad es tratada de manera más explícita en el *Papel Pop* que en el *Kibe loco*. Mientras, en el primero, en todas las páginas hay una presencia constante de anuncios publicitarios procedente de sus patrocinadores, como, por ejemplo, la web de compras y ventas *Submarino* y el evento internacional de música *Rock in Río*; en el

segundo, no hay esa constante llamada comercial. Esa característica también construye el *éthos* del destinador, el primero resalta su vínculo comercial, el segundo se escamotea.

La última fase es sanción, en esta fase encontramos “la constatación de que el rendimiento se ha realizado y, así pues, el reconocimiento del sujeto que operó la transformación” (FIORIN, 2009: 31). Por el contingente de accesos de ambos *blogs* y su reconocimiento por la investigación realizada por la revista *Época*, vemos que la sanción del público de estos es positiva, o sea, eufórica. Sin embargo, esa sanción se construye diariamente y cada *post* permite una sanción particular. Como ya hemos destacado, la mutabilidad es una exigencia en el mundo digital y, de cierta forma, un criterio tan clasificador, como excluyente.

Siendo así, con el análisis de las fases de una narrativa, a la luz de la teoría semiótica, a partir de los textos de los dos *blogs* en cuestión, llegamos a las siguientes consideraciones: (A) en la fase de la manipulación, el *Papel Pop* prima por la seducción, ya que el *Kibe loco* se decanta por la provocación, sin embargo, recordemos que esos tipos de manipulaciones no son únicas en la narrativa de esos *blogs*, en la manifestación textual, pueden ocurrir los cuatro tipos, sin embargo hay una relación de jerarquía entre ellos; (B) en la fase de competencia, el *Kibe loco* cuestiona las capacidades de los actores de la narrativa (las celebridades, las frases populares), humanizándolos, mientras que, en el *Papel Pop*, las capacidades de esos actores son apoyadas, a pesar del humor implícito; (C) en la fase del rendimiento, los dos *blogs* anhelan enganchar el mismo Ov: hacer del lector un fiel seguidor, o sea, ellos desean que el lector, que está separado de ese Ov, entre a formar parte de él, para que así el *blog* continúe en la red; (D) en la fase de la sanción, a través de la investigación de *Época* y por el contingente de accesos, la sanción del público ha sido positiva para ambos, sin embargo, esa sanción puede cambiar a cualquier momento, vista las exigencias de

mutabilidad y de dinamización que rigen la comunidad digital.

Conclusiones

Con este estudio concluimos que la narrativa digital en los *blogs*, específicamente en los analizados, *Papel Pop y Kibe loco*, es multi-dimensional y teóricamente infinita, pues su gama de posibilidades de conexiones es variable, vista la exigencia de mutabilidad. Y la interactividad es ilimitada, visto que el lector construye la narrativa a medida que reacciona a la lectura. Esto sucede debido al mayor número de elementos en la página (*links*, vídeos, publicidad, etc.) que proporcionan posibilidades ilimitadas de lectura.

Destacamos además que el hipertexto cuestiona las nociones aristotélicas de *comienzo y final*, *secuencia de las partes y unidad*. Eso porque el hipertexto dispensa la linealidad, obligatoria en el soporte papel, por ejemplo. Por eso, era necesaria nuestra discusión sobre los elementos constitutivos de una narrativa, en la cual proponemos una reformulación de algunos parámetros aristotélicos (Cf. Sección 1.).

Por eso, si comparáramos la *narrativa impresa* normalizada con el *hipertexto* llegaremos a la conclusión de que, mientras la primera posee un único comienzo y final, una lectura lineal, una noción de totalidad bien asentada y una interactividad limitada; el segundo no tiene un comienzo ni un final definido, su lectura es multilineal, colocando en jaque la noción aristotélica de totalidad y haciendo la interactividad ilimitada.

Así pues, el mundo digital trae innovaciones, pero también exigencias tanto para los lectores como para los autores. Una de esas exigencias es la mutabilidad requerida tanto por el público, como por los soportes mediáticos, que compiten entre sí. Como en cualquier otro mercado si hay oferta, hay demanda. Eso es porque pertenecemos a una comunidad digital globalizada que progresa cada milésimo segundo, por

eso es imprescindible que las narrativas también evolucionen. Prueba de eso son los (hiper)textos de los *blogs* que, acompañando la ley de Darwin, en la cual los más aptos sobreviven, traen nuevas formas de narrativa: las narrativas interactivo-mediáticas, compuestos digitales, que juntan en su estructura todas las directrices de i-iv y se comportan, en el nivel de la manifestación, semejantemente a las conclusiones de A-D.

Referencias bibliográficas

- Aristóteles. *Poética*. Trad. E. de Souza. São Paulo: Ars Poética, 1992.
- Bakhtin, M. *Problemas da poética de Dostoiévski*. Trad. Paulo Bezerra. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- . *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento – O contexto de François Rabelais*. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1996.
- Barthes, R. et al. *Análise estrutural da narrativa*. Petrópolis: Vozes, 1971.
- Eco, U. *Lector in fabula – a cooperação interpretativa nos textos narrativos*. São Paulo: Perspectiva, 1989.
- Fiorin, J. L. Sendas e Veredas da Semiótica Narrativa e Discursiva. *DELTA*. vol.15. n.1. São Paulo: Feb./Jul., 1999. Disponível em: << http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-44501999000100009 >>. Acessado em: 24/09/2011.
- . *Elementos de análise do discurso*. 14. ed. 2. Reimpressão. São Paulo: Contexto, 2009.
- Godman, N. Twisted tales; or, story, study and symphony. In: Mitchel, W. J. T. (Org.). *On narrative*. Chicago: University of Chicago Press, 1981.p.99-116.
- Greimas, A. J.; Courtés, J. *Dicionário de Semiótica*. São Paulo: Editora Contexto, 2008.
- . *Semântica Estrutural*. São Paulo: Cultrix, 1973.
- Jenkins, H. *Cultura da Convergência*. Trad. Susana Alexandria. 2. ed. Amp. e atual. São Paulo: Aleph, 2009.
- Komesu, F. C. Blogs e as práticas de escrita sobre si na internet. In.: Marcuschi, L. A.; Xavier, A. C. (orgs). *Hipertexto, e-gêneros digitais*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.
- Leal, R. Os 80 blogs que você não pode perder. *Época*. 15/11/2008. Disponível em: <<<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI17282-15204,00-OS+BLOGS+QUE+VOCE+NAO+PODE+PERDER.html>>>. Acessado em: 24/09/2011.
- Marcuschi, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In.: DIONÍSIO, A. et.al (org.) *Gêneros textuais e ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna. 2002. p. 19-36.
- Murray, J. H. *Hamlet no Holodeck*. O futuro da narrativa no ciberespaço. Trad. Elissa Khoury Daher e Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural; Unesp, 2003.
- Propp, V. *Morfologia do conto*. Trad. J. Ferreira e V. Oliveira. Lisboa: Veja, 1983

(Original publicado em 1928).

Ricoeur, P. *Tempo e narrativa*. Trad. C. M. César. Campinas: Papyrus, 1994.

(Original publicado em 1983).

Santaella, L. *A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade*. São Paulo: Paulus, 2010.