



Retórica y discurso hipertextual: Del trovador oral al trovador hipermedial. Notas para un estudio.¹

Jerónimo Alayón Gómez
Universidad Central de Venezuela
jeronimo.alayon@ucv.ve
ORCID ID 0000-0002-1668-9127

Resumen

El objetivo del presente estudio es proponer algunas características del hipertexto desde las nociones retóricas de polifonía y *poliacroasis* planteadas por Albaladejo (2000). Se concluyó que (a) el carácter policrónico y polifónico del texto hipermedial favorece la *poliacroasis* y relativiza el rol procesador del receptor, (b) el hipertexto manifiesta una estructura retórica conformada por las operaciones constituyentes de discurso y un orden textual que podríamos llamar *ordo hyperscripti*, (c) entre el hipertexto y el texto de tradición oral existen algunas semejanzas respecto del autor.

Palabras clave: Retórica Hipertextual, *poliacroasis*, *ordo hyperscripti*, policronía retórica.

Rhetoric and hypertextual speech: From the oral minstrel to the minstrel hypermedia. Notes for a study.

Abstract

The objective of the present study is to propose some characteristics of the hypertext from the rhetorical notions of polyphony and polyacroasis proposed by Albaladejo (2000). We conclude that (a) the polychronic and polyphonic character of the hypermedia text favors polyacroasis and relativizes the receptor's processing role, (b) the hypertext manifests a rhetorical structure conformed by the constitutive operations of speech and a textual order that we could call *ordo hyperscripti*, (c) between the hypertext and the text of oral tradition there are some similarities with respect to the author.

Key words: Hypertextual Rhetoric, polyacroasis, *ordo hyperscripti*, rhetorical polychronism.

¹ Trabajo presentado en el II Congreso del Observatorio para la Cibersociedad, Barcelona, España (noviembre de 2004).
Publicado en Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2009: <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmcd79t8>

Consideraciones iniciales

La Aldea Global de Marshall McLuhan se nos terminó convirtiendo en ciudad global, sin apenas haber tenido tiempo de comprender el laberíntico paso de los *mass media* a las NTIC. Por otra parte, la fuerza centrípeta con que la Postmodernidad nos va fragmentando identitariamente, ha hecho de la globalización, ese fenómeno que aún no comprendemos a cabalidad, una suerte de antídoto contra la atomización comunicacional, en cuyo filo del precipicio pareciéramos estar habitando. En medio de ello, el vehículo que utilizamos no solo para explicar nuestros particulares modos de comprender y abordar el mundo, sino que utilizamos también para pertrechar nuestra identidad frente a la agresión nihilista del bombardeo comunicacional moderno, este vehículo, digo, que es el discurso, ha experimentado su propia metamorfosis. En tal sentido, la Retórica no ha podido ser indiferente (como nunca lo fue en el pasado a las mutaciones de forma y fondo en el discurso), y ha apurado su propia adaptación a los nuevos géneros discursivos.

Si tomamos en serio el aserto de que el *medium* es el mensaje (McLuhan, 1964), y que este mensaje es capaz de transformar nuestra cultura (Aguirre, 1997), en consecuencia, se ha transformado nuestra manera de argumentar y de expresar dicho constructo argumental. Este poder transformador llegará, incluso, a suprimir algunas categorías sociales que aún manejamos hoy (Hesse, 1998).

La pregunta rectora de nuestra reflexión sería, entonces: ¿cuáles son las características retóricas del hipertexto como género discursivo propio de la cibernsiedad del conocimiento?

De Guttemberg al Hipertext Markup Language (HTML)

La aparición de la imprenta supuso un importante cambio en la manera como se asumía el texto literario. El paso de los romances orales a los romances impresos, por ubicarnos solo en el espacio lingüístico de la lengua española, constituyó de plano dos situaciones fundamentales: 1) al fijarse el texto, se hizo imperativa la figura del autor²; 2) en consecuencia, desapareció la capacidad co-creativa del receptor.

En el tránsito de la Edad Media al Renacimiento, se operó un cambio de cosmovisión que comprometió la relación del texto tanto con el emisor como con el receptor. La identidad del texto escrito,

² La noción de autor es más bien moderna. Recordemos que el *actor* era un copista que agregaba al texto original sus propias ideas, pero apoyándose en autoridades (Barthes, 1982).

colocado en el vértice de la masiva divulgación que entrañaba la imprenta, aunada a la conciencia antropocéntrica que vitalmente desarrollaba el Humanismo, condujo inexorablemente a que el emisor del texto se convirtiese en una suerte de marca comercial, que no tenía nada que ver con la noción de autoridad manejada hasta entonces por el *auctor*, y que trajo como consecuencia la minimización del receptor/cocreador a un receptor/lector.

Mientras los juglares y trovadores cantaban sus romances, el pueblo participaba co-creativamente de nuevas versiones de cada romance; al fijarse la pieza textual en un libro, el receptor no tenía licencia para recrear dicho artefacto literario, sino que debía limitarse a su decodificación.

Paralelamente, la escolarización cada vez más institucionalizada de la sociedad condujo al desplazamiento del texto oral por el texto escrito (Palacios, 2002), lo que encierra el paso de una lógica y una retórica orales a una lógica y una retórica escritas, cuyos ejes de estructuración discursiva son muy distintos, toda vez que el texto oral se construye sobre eje policrónico, en tanto que la arquitectura del texto escrito se levanta sobre un eje diacrónico.

Con la aparición del hipertexto, se opera una suerte de inversión del proceso que tuvo lugar con la aparición de la imprenta, puesto que el hipertexto, si bien es texto escrito en su estructura primaria, asume no solo la policronía del texto oral, sino que restituye en no pocos casos el carácter co-creador del receptor y la cualidad anónima del emisor. Esto sucede porque rompe la linealidad decodificadora del texto escrito no digitalizado, al establecer los nodos de hiperenlace que disparan al receptor, temporalmente, no solo a temporalidades distintas de la de la estructura primaria, sino que lo inserta en tiempos distintos de lectura. Ante ello, el receptor aprovecha la capacidad interactiva del HTML, y participa en la cocreación del texto original, que pasa a convertirse en texto originario, y en dicho proceso, la identidad del receptor cocreador queda muchas veces oculta bajo un *nick*.

Al respecto, Simone (1998) predice apocalípticamente: «El texto pierde gradualmente su autoría y la percepción de que es el producto de un autor disminuye...; en un futuro próximo será cada vez más difícil, casi imposible, decir quién es el autor de un texto» (p. 255). ¿No es esta, acaso, una situación muy similar a la de los textos de tradición oral, en lo que a la autoría respecta?

Policronía retórica del hipertexto

El texto escrito no digitalizado, que va desde el texto impreso hasta el texto manuscrito, se estructura a partir de una lógica y una retórica diacrónicas, esto es, generalmente, en una prosecución pasado-presente-futuro. Su decodificación, en consecuencia, es también diacrónica y lineal. Un intento por romper dicha linealidad lo constituyó la narrativa del Realismo Mágico en Latinoamérica con la implementación de un tiempo no lineal; en esto se aproxima el Realismo Mágico, si bien tímidamente, a la característica policrónica que sí tiene el hipertexto.

Entendemos que un hipertexto es capaz de abrir múltiples *lexías* (Landow, 1999), campos de significación, a partir de un nodo denominado *hiperenlace*. Estos campos de significación se pueden codificar a partir de tres tipos de signos: lingüístico (texto escrito digitalizado), visual (imágenes, clips, videos, etc.) y auditivo (sonidos, melodías, etc.). Por otra parte, cada campo de significación puede remitir a otros subcampos, en una polifurcación sincrónica de textos, que son decodificados en tiempos distintos, pero que podrían estar remitiendo a temporalidades diversas, por cierto, de una manera muy próxima a como construimos el texto oral, por ejemplo, de una conversación que transcurre diversificadamente a lo largo de varios nodos.

Un texto literario impreso, además de la lectura lineal, solo tiene un nivel estructural; en tanto que el mismo texto literario, como hipertexto, tendría una lectura no lineal y varios niveles estructurales. Además, el hipertexto, por ejemplo, en los foros literarios, permite coparticipar en la creación de un texto, generalmente, de manera anónima, si bien hay también excepciones a esta característica. La lectura de estos subniveles, en consecuencia, ocurre en tiempos distintos al de la lectura del nivel primario, lo que no sucede en el texto impreso, salvo que existan notas a pie de página o a final de capítulo; sin embargo, en este caso, suele ocurrir que hay apenas un subnivel, mientras que el hipertexto puede tener tantos subniveles como sea necesario, lo cual explica un poco la sensación de extravío que el lector experimenta en el tránsito de un nodo a otro nodo.

Esta condición rizomática del hipertexto abre, además, la posibilidad de que el receptor del texto hipermedial decida arbitrariamente cuál extensión rizomática asume, es decir, cuáles nodos va a desplegar, lo que, a mi juicio, amplifica poderosamente la noción de *poliacroasis*³ (Albaladejo, 2000) aplicada al

³ El Prof. Tomás Albaladejo circunscribe el concepto de *poliacroasis*, dada la significación en griego del mismo (multiaudiencias), al acto de *escuchar un texto*; sin embargo, enmarcado como está en la polifonía bajtiniana, y partiendo de la

hipertexto, esto es, la posibilidad de que existan tantas audiencias/lecturas/interpretaciones como receptores del hipertexto existan, pero estas múltiples audiencias/lecturas se multiplicarían aun más en la capacidad de que cada receptor decida a su libre arbitrio un menú de lectura de hiperenlaces, desde lo que el interés o la urgencia le dicte.

¿Tradición hipertextual?

Esta característica de una lógica y retórica policrónicas aproxima la codificación del hipertexto a la del texto de tradición oral; así, un trovador contaba *una versión* de un texto poético, lo que abría el espectro de varias versiones. El hipertexto encierra esta característica, toda vez que el emisor puede *editar* el texto que reenviará no solo añadiendo *contenido textual*, sino introduciendo *contenido hipertextual*, y ello con solo colocar un hiperenlace a alguna palabra del cuerpo textual del mensaje.

Hoy en día asistimos a un nuevo fenómeno: los trovadores y juglares de la Red, una nueva manera de emular la antigua tradición oral, solo que codificada como hipertexto, pero con características muy similares a la de la literatura oral. Alguien recibe un mensaje, lo lee, y luego lo reenvía, en ocasiones, modificando el texto reenviado. Es el mismo proceso de tradición oral, solo que la tecnología suple lo que antes hacía la memoria: la preservación del texto.

La tradición hipertextual se va construyendo no solo en la entrega versionada de textos, sino que, además, se suele en el proceso difuminar la identidad del autor individual en una suerte de anonimato: es casi imposible reconocer al emisor originario de un hipertexto entregado a la tradición hipertextual del correo electrónico, a menos que este se haya blindado ante el poder difuminador de autorías que posee la web.

Pero... ¿qué tipo de texto es el entregado a esta tradición hipertextual? Básicamente dos: noticioso y literario. El primero recoge fundamentalmente hechos de la inmediatez cotidiana, que son transmitidos en la tradición hipertextual como alternativa comunicacional a los medios masivos de comunicación; esta particularidad, según he podido observar, es más común en aquellas sociedades conflictuadas, quizá como lo estaban en la Edad Media y en la Grecia Antigua las aldeas, villas y ciudades que vivían afectadas por el rigor bélico de la época.

pluralidad mediática (texto, imagen y sonido) que supone el hipertexto, creo que podemos adaptar respetuosamente el término ampliando su original significación de *multiaudiencias* (múltiples audiencias/interpretaciones de texto hablado, imagen y sonido) a *multilectorados* (múltiples lecturas/interpretaciones de texto escrito).

El texto literario, que es el que nos interesa, no es, como en la Edad Media, la literaturización de los hechos bélicos en un género épico, sino que se aproxima más bien a una confección literaria funcional: el artefacto literario de autoayuda. Los estudios que he realizado al respecto arrojan que un 87% de los textos que son susceptibles de correr por la tradición hipertextual son literarios, y con una clara función: inspirar la autoestima. Me pregunto: ¿algo similar habrían alcanzado los poemas épicos medievales?

Operaciones retóricas constituyentes de discurso en el hipertexto

Desde la Antigüedad Clásica, la confección formal y conceptual del discurso queda regulada en cinco fases: «Omnis autem orandi ratio, ut plurimi maxime auctores tradiderunt, quinque partibus constat: inventione, dispositione, elocutione, memoria, pronuntiatione sive actione...»⁴ (Quintiliano, 3, 3, 1). Si bien es cierto que las cinco operaciones son necesarias en la producción integral del discurso (entendido este para los antiguos como texto oral), solo tres de ellas participan directamente en la elaboración del artefacto retórico discursivo: *inventio*, *dispositio* y *elocutio*, según las consideraciones del Prof. Tomás Albaladejo (Ruiz, 2002).

La *inventio* es la operación inicial, y contrariamente a lo que el verbo inventar significa actualmente, el verbo latino *invenire* significaba esencialmente *encontrar*. En tal sentido, el discurso retórico se inicia con una búsqueda de temas y contenidos; para ello, la retórica clásica facilitaba al orador un conjunto de lugares comunes y una tópica, un repertorio de argumentaciones que el orador matizaría con su inteligencia y destreza. Para Roland Barthes (1982), la *inventio* es una *via argumentorum*, un camino para construir virtualmente el edificio postural.

Si trasladamos la primera operación constituyente de discurso al hipertexto (y para ello, analizaremos el proceso de confección del hogar de todo hipertexto, esto es: el *website*), notaremos que el diseñador web, antes de confeccionar un portal, realiza esta misma operación: busca y halla los temas y argumentos para su discurso hipermedial. Pero... ¿dónde busca? Lo mismo que la tópica clásica, el *webmaster* cuenta con una tópica hipermedial (sugerimos el término *tópica hyperscripti*), valga decir, repertorios hiperclasificados en la web donde puede obtener signos lingüísticos, visuales y auditivos, que van a ser reconocidos inmediatamente por los receptores de su discurso hipertextual como signos persuasivos válidos. Así, un cibernauta visita un portal, hace clic sobre un enlace y abre una página que

⁴ Trad.: «Todo el arte de la oratoria, como dicen los más insignes autores, consta de cinco partes: invención, disposición, elocución, memoria y pronunciación o acción» (traducción del autor).

dice: “web en construcción”, y abajo ve el clásico signo icónico que le confirma el mensaje. Si este icono, además, es ingenioso (recuérdese el valor del *ars* y el *ingenium* en la inventio), el receptor se marchará de la página hasta agradado.

Estas tópicas hipermediales abundan en la Red, y se las puede visitar consecutivamente, para comprobar que repiten en un altísimo porcentaje los temas y argumentos hipertextuales; si no, basta con revisar varios portales y comprobar que los temas icónicos, cromáticos y textuales se repiten con mucha similitud. Los dueños de estos portales tratan de innovar y renovar sus catálogos de temas y diseños, pero pronto vuelven a hacerse isotópicos. Incluso, los programas para diseño de *websites* hablan de plantillas y temas de diseño (retórica de la imagen, como la de la publicidad), lo cual constituye, sin lugar a dudas, un banco de datos, ¿o acaso una tópica moderna?

La segunda operación constituyente de discurso, la *dispositio*, no es otra cosa que ordenar lo que se ha encontrado, darle una secuencia, un *ordo naturalis* o un *ordo artificialis*; por supuesto, el orden del hipertexto no puede ser natural toda vez que el receptor puede arbitrariamente confeccionar su menú de lectura... ¿o tal vez sea este más bien el orden natural, rescatado por el hipertexto de la inversión operada por la imprenta hace casi cinco siglos? Luego, si nos asimilamos a la discusión diferenciadora entre retórica (*ordo naturalis*) y poética (*ordo artificialis*), ¿a cuál de ambas se aproxima más el *ordo hiperscripti*? ¿Acaso es este, el *ordo hiperscripti*, un nuevo orden textual?

En todo caso, el discurso retórico opera en un orden preestablecido, y no conforme a la lógica expositiva, sino atendiendo más bien a la inteligencia comunicacional persuasiva, de modo que retórica y dialéctica se escinden claramente del orden lógico formal, pero este no es tema que nos ataña ahora.

Esta disposición de las partes, en el discurso retórico, ocurría en el siguiente modo: *exordium*, *narratio*, *argumentatio* y *peroratio*. El *exordium* operaba como catalizador de la dispersión, esto es, captaba la atención y benevolencia del auditorio, al par que exhibía el mapa del discurso y constituía el manejo de las emociones (*animos impellere*); la *narratio* era un tránsito entre lo emocional y lo intelectual (*rem docere*), cuyo objeto era exponer subliminalmente en el relato de los acontecimientos un abductor de la postura del orador (comenzaba a construirse la persuasión > convicción); la *argumentatio* no era más que el desarrollo intelectual de los argumentos y pruebas, pero en una secuencia extraña a la lógica formal: argumentos fuertes > argumentos débiles > argumentos muy fuertes; tras la *argumentatio*, solía intercalarse eventualmente la *altercatio* (Barthes, 1982), con el fin de contrargumentar de manera persuasiva a favor de

la propia postura; la *peroratio* era la última parte de la dispositio, y buscaba, en un último intento persuasivo, apelar a las emociones del auditorio, en el marco de un recuento de lo tratado; este dispositivo retórico ubicado al final del discurso tenía, además, el fin velado de anular a la audiencia irreductible que no hubiese cedido a la postura, haciéndole sentir menos poderosa con respecto de la explosión final de ánimos en el seno del auditorio.

¿Cómo identificamos la dispositio en el hipertexto de un portal? Cada vez más se estila al inicio de las páginas web la denominada *intro*, una introducción multimedia, generalmente, que combinando texto, imagen y sonido, busca captar la benevolencia del receptor hipermedial. Estas introducciones (*captatio benevolentiae*) suelen dar de una vez los elementos sígnicos suficientes como para que se atrape la atención del receptor, en orden a un campo de significados que este ha captado.

Al traspasar estos shows de introducción, el receptor puede ver rápidamente el mapa del *site* (*partitio*), con lo que no solo sabrá cómo construir su propio discurso (pues a diferencia del discurso retórico clásico, él es coemisora en su rol de receptor), sino que, además, como dice Quintiliano, sabrá que nunca parece largo algo cuyo final se anuncia. Además, lo que se suele denominar *menú*, aparece visiblemente en la cabecera o en el borde izquierdo del *site*, como un mapa de navegación, el cual, por supuesto, no es leído hipertextualmente en el orden sugerido por el autor del hipertexto.

La *narratio* no la podemos buscar deliberadamente como tal, si bien algunos *sites* tienen una sección en la que se cuenta un relato propositural, como es el caso de algunos portales comerciales; la *narratio* aparece bajo los términos quiénes somos, qué hacemos, nuestra historia, etc. Se trata de una narración sobre cómo se llegó a ser lo que se es, porque, a fin de cuentas, la postura sobre la que se busca convencernos es que los demás portales son inferiores. La historia, en este caso, encierra subliminalmente la abducción a la convicción de que conseguí lo que buscaba.

La *argumentatio* se expone en todas las webs como un conjunto de razones (*argumentatio*) y datos (*probatio*), que buscan ratificar lo que emocionalmente ancló la *intro*, y semirracionalmente (o semiemocionalmente) provocó la historia. En esta sección, los portales hacen gala, como en la antigüedad, de innumerables formas argumentativas, y hoy parece cobrar en tal sentido mucha fuerza la retórica del número como argumento y prueba de un nivel de razonamiento que, en ocasiones, es absolutamente pseudocientífico.

Algunos portales echan mano de la *altercatio* como un dispositivo poderosamente argumentativo, esto es, en una sección denominada regularmente FAQ, el *webmaster* expone, en forma de preguntas contraargumentales, varias razones contraposturales que luego va deconstruyendo paulatinamente para reconstruir un argumento pro-postural.

Por último, la *peroratio* aparece en muy pocos *websites*. Lo mismo que en la retórica clásica, no podemos esperar un cierre estructurador de las posibles deficiencias del discurso, entre otras cosas, porque es el receptor quien decide su *ordo lectionis*. A pesar de ello, algunos portales exhiben un dispositivo denominado *pop up*, una ventana que se abre al abandonar el *site*, y que es, literalmente, el último intento del *webmaster* por persuadir > convencer al receptor hipermedial. Estos *pop up* no hacen ningún recuento de lo que ha sido el *axis thematis*, sino que golpean el relieve emotivo del receptor, generalmente, con algún obsequio muy similar, por cierto, a la *peroratio laudationis* con que se concluían algunos discursos clásicos.

Luego de la *dispositio*, la tercera operación constituyente de discurso es la *elocutio*, que asigna palabras al hallazgo de la *inventio*, y que ha sido ordenado en la *dispositio*. A mi juicio, es una operación sintética entre lo paradigmático de la *inventio* y lo sintagmático de la *dispositio*, pues hay que elegir los significantes para los significados que ya se han ordenado. No es nuestro ánimo profundizar aquí en las cualidades y registros elocutivos, sino más bien llamar la atención sobre el uso de las figuras retóricas en el hipertexto.

Se ha trasladado al discurso hipertextual mucho de los elementos de la retórica publicitaria; así, por ejemplo, observamos la *duplicación* en muchos *sites*, con el objeto de reforzar aumentativamente la percepción de un signo particular. La *catacresis* o traslación de un signo de un contexto a otro: abrir una ventana, la tabla de contenidos, el portafolio digital, caja de herramientas. La *metáfora*, al punto de que hay portales que evidencian en sí una complejidad signica de tal nivel que casi constituyen ellos mismos una alegoría. La *perisología* o evasión pernicioso de un término tabú, como es el caso de *borrar* un documento en lugar de *destruir* un documento. Las *hipérboles auxesis* (aumentativa) y *tapinosis* (diminutiva) evidenciables formalmente en el zoom. En fin, un mundo de hiperlenguaje oblicuo que está aún por explorar.

Evanescencia de la retórica del hipertexto

La literatura oral preimpresión se apoyaba sólidamente en la memoria colectiva; hoy, la nueva tecnología de la escritura ha suplido lo que hacía la memoria, y la permanencia del texto depende exclusivamente de las tecnologías para preservar los textos; antes de la imprenta, esa tecnología de preservación era la memoria del acervo cultural; luego de la imprenta, la tecnología de preservación fue el libro; luego, con la aparición de los ordenadores, la tecnología de conservación, y no quiero hacer *catacresis*, descansó en la memoria digital; hoy, con el internet, la tecnología de preservación es tan precaria como que depende de la *temporalidad* de un servidor. Son casi infinitos los factores que atentan, hoy en día, contra la preservación de un hipertexto, y van desde la suspensión del servidor hasta el arbitrio de un *webmaster*.

Esta aparente tradición hipertextual se distancia mucho de la oral, en el punto exacto en que el hipertexto puede dejar de existir como artefacto signico, al capricho de los avatares técnicos o humanos. En consecuencia, la retórica vertida en un hipertexto no puede operar su carácter persuasivo > convincente en la misma dimensión y contundencia que, por ejemplo, lo hacía el *Cantar de Mio Cid*, o lo siguen haciendo los mitos y leyendas que aún se repiten, como eco de la Alemania medieval, en Colonia Tovar⁵. La retórica hipertextual, a mi juicio, está condenada a la evanescencia que la web suele atribuir a sus materiales o, quizás deba decir, a la evanescencia que la postmodernidad nos otorga a todos.

Conclusiones

La inauguración de la Aldea Global supuso rápidamente el estreno de la Ciudad Global, dadas las extremas complejidades transformadoras que se operaron a partir de que el medio se convirtió en el mensaje; estas mutaciones han conducido la relación emisor-texto-receptor a otro paradigma en la relación emisor-hipertexto-receptor, toda vez que el carácter coparticipativo del texto hipermedial relativiza el simple rol decodificador del receptor, confiriéndole simbióticamente la posibilidad, como receptor, de ser cocreador del hipertexto.

Desde esta perspectiva, el hipertexto viene a causar una inversión del paradigma incubado por la imprenta en el sentido de que, aproximándose al receptor oral, el destinatario de un hipertexto puede,

⁵ Colonia de origen alemán, fundada en la cordillera costera de Venezuela en 1843, y donde hemos podido constatar, a lo largo de 10 años de investigación, la conservación del discurso de tradición oral.

antes de inscribirlo en la tradición hipertextual, por ejemplo, del e-mail, impregnar el texto de su propia esencia editándolo. En contraparte, el receptor de un texto impreso se ve impedido de hacer lo propio.

Además, el emisor hipertextual no pocas veces esconde su verdadera identidad bajo un *nick*, *login* o seudónimo, lo que, ciertamente, le hace parecerse más al autor colectivo del *Cantar de Mio Cid* que al autor individual de *Doña Bárbara*.

La retórica con la que se diseñan los sitios web, hogar por excelencia del hipertexto, tiene muchas resonancias de las operaciones constituyentes de discurso. Así, la operación de encontrar temas y argumentos (*inventio*) cuenta, como en la Antigüedad, con una *tópica* para consultar, la *tópica hiperscripti*, formada por gran cantidad de lugares en la Red que contienen catálogos y clasificaciones de textos, imágenes y sonidos para usar.

La segunda operación (*dispositio*) se puede apreciar en la manera como es posible rastrear en los *websites* los dispositivos del *ordo*; así, es posible detectar en la costumbre del *intro* una *captatio benevolentiae*, narraciones propositivas, argumentaciones más retóricas que lógicas y dispositivos que permiten al lector, una vez abandonado el *site*, sentirse todavía interpelado.

La última de las operaciones (*elocutio*) constituye el más claro uso de la retórica, pues se echan mano de figuras retóricas, algunas muy conocidas, en tanto que otras, menos.

Finalmente quedan algunas preguntas que pueden aguijonear el debate: ¿Cuáles son las características retóricas del hipertexto como género discursivo propio de la cibersociedad del conocimiento? ¿No hay acaso una relación de semejanza entre el hipertexto y el texto de tradición oral, en lo que a la autoría respecta? ¿Acaso podemos hablar de *ordo hiperscripti* como un nuevo orden textual? Solo por reunir algunas interrogantes que orienten la reflexión.

Lista de Referencias

- Aguirre, J. (noviembre, 1997). La incidencia de las redes de comunicación en el sistema literario. *Revista Espéculo*, 3(7). Recuperado de <http://www.ucm.es/info/especulo/numero7/sistemat.htm>
- Albaladejo, T. (2000). Polifonía y poliacroasis en la oratoria política: Propuestas para una retórica bajtiniana. En M. Labiano, A. López y A. Seoane (Eds.), *Retórica, política e ideología: Desde la antigüedad hasta nuestros días: Actas del II Congreso internacional: Salamanca, noviembre 1997* (Vol.

3, pp. 11-21). Salamanca, España: Asociación Española de Estudios sobre Lengua, Pensamiento y Cultura Clásica.

Barthes, R. (1982). *Investigaciones retóricas: La antigua retórica* (Vol. 1) (B. Dorriots, Trad.). Barcelona, España: Edic. Buenos Aires. (Trabajo original publicado en 1966)

Hesse, C. (1998). Los libros en el tiempo. En G. Nunberg (Ed.), *El futuro del libro* (pp. 25-40). Barcelona, España: Paidós.

Landow, G. (1999). Collage between Writing and Painting: Being an Assemblage Starring. En P. Lunenfeld (Ed.), *The Digital Dialectic: New Essays on New Media* (pp. 150-171). Cambridge, Reino Unido: MIT Press.

McLuhan, M. (1964). *Understanding media: the extensions of man*, New York, NY: McGraw-Hill.

Palacios, R. (septiembre, 2002). El ciberespacio, ¿un nuevo campo social para las identidades colectivas? En *Cultura & Política @ CiberEspacio*. Trabajo presentado en el I Congreso on Line del Observatorio para la CiberSociedad del Conocimiento, Barcelona, España.

Quintiliano. Institutio Oratoria: Liber Tertius. En *The Latin Library*. Recuperado de <http://www.thelatinlibrary.com/quintilian/quintilian.institutio3.shtml>

Ruiz, M. (2002). Influencia del discurso retórico en el auditorio. En *Proyecto Ensayo Hispánico*. Recuperado de <http://www.ensayistas.org/critica/retorica/ruiz/>

Simone, R. (1998). El cuerpo del texto. En G. Nunberg (Ed.), *El futuro del libro* (pp. 243-256). Barcelona, España: Paidós.