

PENSAMIENTO POLÍTICO CONTEMPORÁNEO

Hashtagtivismo

Los efectos políticos
del #NiUnaMenos

BÁRBARA
ZEIFER

Bárbara Zeifer

Hashtagtivismo

Los efectos políticos del #NiUnaMenos

prometeo
libros

N]Zfz6, fMFU
...<UyHU[h] gac: ^cgYZWVgdc^AjWgXY^UyHU[B]l bUAYocg#6, fMUN]Zf"! %
YX"! 7] XUX5 hEba UXY6i Yocg5]fYg. Dfca YAc" \$#%\$&\$\$"
...@Mc X] []UzDB ! fDlogJa]Mhc'dc^AjWVchYa dcf, bYc #FcvA: 5obi br]UUK

...5W] c8] []U. XyGM[Umcb]bY
...6B- +! -, +!, & *! -, !&

...%AclJa]Mhc Dc^AjW' & '5b,]ggXY' 8]gMfg:"" " FXYGcV]UYg' = Hh' c"
...788' & "\$%
.

Colección Pensamiento político contemporáneo
Dirigida por Rocío Annunziata

Diagramación: María Victoria Ramírez
Corrección: Jorge Domínguez
Diseño de portada: Jimena Ara Contreras
ISBN 978-987-816-436-6

© De esta edición, Prometeo Libros, 2022
Pringles 521 (C11183AEJ), Buenos Aires, Argentina
Tel.: (54-11) 4862-6794/Fax: (54-11) 4864-3297
editorial@treintadieze.com
www.prometeoeditorial.com

Hecho el depósito que marca la Ley 11.723.
Prohibida su reproducción total o parcial.
Derechos reservados.

Índice

Agradecimientos	11
Introducción	13
El estado de la cuestión	18
Discurso y política: marco teórico	30
Nuestros objetivos	39
Hipótesis principal	40
Precisiones metodológicas sobre el análisis del discurso en redes sociales	41
Capítulo 1	
El efecto instituyente de un nuevo objeto en la realidad social	53
El hashtag como elemento previo	65
La instalación del hashtag en el interdiscurso	69
El sentido de #NiUnaMenos y sus intentos de fijación	77
Transformaciones en la doxa ante la instalación de #NiUnaMenos	84
Conclusiones	87
Capítulo 2	
El efecto fundacional de una nueva subjetividad	89
La representación	96
La imagen de sí	115
La otredad	126
Conclusión	133
Capítulo 3	
El efecto persuasivo y el efecto polémico	135
Argumentación, retórica y hashtag	140
El eje horizontal: el rol del hashtag en la argumentación	144
El eje vertical: efectos polifónicos de sentido del hashtag #NiUnaMenos	154
Conclusión	157
Conclusión	161
Hacia una definición general del hashtag y de sus efectos políticos	162
El hashtag como inaugurador de espacios públicos	165

El hashtag entre lo digital y lo territorial	165
El hashtag contestatario	166
#Hashtagtivismo	167
Sobre #NiUnaMenos	168
El hashtag como emancipación.....	170
Epílogo	
Consejos para construir un hashtag contestatario.....	173
Bibliografía.....	177
Libros, capítulos y artículos académicos	177
Artículos de prensa impresa, online y blogs.....	186
Documentos	187
Sitios Web.....	188

“El punto no es solo que el lenguaje actúa, sino que actúa poderosamente”.
Judith Butler (2018: 28)

Agradecimientos

Escribí este libro en bibliotecas y cafés alrededor del mundo, y cada línea está marcada por lo que descubrí en cada uno de estos lugares. La introducción se gestó en Puán (la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA) y sus alrededores, mientras cursaba la Maestría de Análisis del Discurso. Los aportes valiosos y los comentarios desafiantes de mis docentes, compañeros y colegas contribuyeron a dar forma a aquella idea incipiente que se comenzaba a gestar. Por ello, mi más sincero agradecimiento.

El Capítulo 1 tiene la impronta de los autores y títulos novedosos a los que pude acceder en la hermosa biblioteca de la Universidad de Tel Aviv, y de los aportes valiosos que allí realizaron a mi tesis Ruth Amossy y su equipo. A ellos, ¡merci beaucoup!

El segundo capítulo contiene la chispa de desafíos que me planteó el programa Young Leaders de la Comisión Fulbright en la Universidad de Massachusetts, en el que representación y liderazgo eran puestos sobre la lupa. ¡Gracias, Norma!

Por último, fue durante mi estadía en la Universidad de Georgetown que aprendí a apreciar la perspectiva anglosajona, la pieza que me faltaba para dar sentido al capítulo final. A todos los que me acompañaron e hicieron posible este recorrido, gracias.

Agradezco especialmente a la Universidad de Buenos Aires por el apoyo institucional y económico para la realización de esta investigación. Me enorgullece haberme formado en esta casa de estudios que me brindó las herramientas para analizar el mundo en su complejidad y pluralidad.

Tuve el lujo de ser acompañada en este camino por una dupla de directoras que son para mí una inspiración, no solo por sus prominentes carreras académicas, sino por su calidad como personas y, en especial, como mujeres. Ellas me brindaron la confianza para transitar este desafío, y los que están por venir. A Rocío Annunziata, mi directora de tesis, le agradezco por creer en mí desde hace tantos años, por regalarme gene-

rosamente sus ideas brillantes y por siempre incentivarme a terminar la tarea. Y a Sol Montero, codirectora, por contagiarme su pasión por el fascinante campo del análisis del discurso, abrimme el camino para trabajar junto a los mejores, desafiarme a encarar los nudos más complejos de esta investigación y ayudarme a hacer simple lo complejo.

Vaya mi reconocimiento además al jurado que evaluó y comentó la tesis que dio origen a este libro. Por las sugerencias, las vueltas de tuerca, y el incentivo para realizar esta publicación, gracias a Claudia Ardini, Nora Domínguez y Cecilia Magadán.

Agradezco también a Iair, mi compañero incondicional, que me apoya en todos mis proyectos. A mis amigas y amigos que me enseñan todos los días que la vida tiene infinitas maneras de ser vivida. Y a mi hijo Juan, que hace mi vida maravillosa.

Para finalizar, este libro está dedicado a las mujeres de mi vida. A mi abuela Alla, que se escapó de los pogromos en Odessa y llegó a la Argentina con la expectativa de una sociedad más justa e igualitaria. A mi tía Fanny, que desafió a los mandatos de su época, y fue quien me transmitió la pasión por los libros y las letras. Y, en especial, a mi mamá Ruti, que me demuestra cada día el poder inagotable que tenemos las mujeres para amar, cuidar y luchar con pasión por lo que queremos.

Introducción

Era la mañana del lunes 11 de mayo de 2015 y la Argentina amaneció con una terrible noticia. Chiara Páez, una joven de catorce años de edad, que había desaparecido en la provincia de Santa Fe y que la policía había estado buscando ese fin de semana, fue encontrada enterrada en el jardín de la casa de los abuelos de su novio. La autopsia reveló que había sido asesinada a golpes y que estaba embarazada.

La información comenzó a circular desde muy temprano en las redes, se confirmaba otro femicidio en una sociedad que parecía resignada (solamente en 2014, La Casa del Encuentro¹ había registrado 277 femicidios), y así lo comunicaba en Twitter la periodista @soygridbeck por la mañana.

Tuit 1



¹ Asociación Civil La Casa del Encuentro, <http://www.lacasadelencuentro.org>.

Ese día, sin embargo, sucedió algo fuera de lo ordinario. La usuaria @MarcelitaOjeda expresó su hartazgo por esta situación en 132 caracteres y algo cambió. Las respuestas y los hilos se multiplicaron en la plataforma y, en el centro de la conversación, un conjunto de periodistas se decidieron a tomar cartas en el asunto. Tres semanas después, más de doscientas mil personas² se hicieron presentes frente al Congreso de la Nación y también en otras ochenta ciudades y pueblos del interior del país e, incluso, en otros países de la región, todas bajo una misma consigna: #NiUnaMenos.

Tuit 2



¿Qué tuvo ese tuit de especial? ¿Qué hubo de diferente en el caso de Chiara que se constituyó en la gota que rebalsó al vaso?

Solo dos meses antes, en un grupo cerrado de Facebook llamado “Ni una menos”, ya se venía problematizando la cuestión y sus participantes habían organizado una maratón de lectura en la Biblioteca Nacional con familiares de víctimas de femicidios. Pero fue recién a partir de ese 11 de mayo de 2015 que la problemática cobró visibilidad pública en la agenda de los medios y de la política, y el reclamo se hizo masivo. ¿Por qué?

Como en todo fenómeno social, las explicaciones son múltiples y están interconectadas de una manera compleja en el largo, mediano y corto plazo. El fenómeno, como es de esperar, tiene sus bases en tendencias de larga data, que convergieron en ese preciso momento para dar lugar un acontecimiento completamente novedoso e inesperado.

Por un lado, es menester reconocer la larga lucha feminista, que entre otras cosas instaló en el vocabulario y en la justicia el término “femicidio”,³

² Según la agencia Télam. Fuente: <http://www.telam.com.ar/notas/201506/107330-niunamenos-mas-de-80-ciudades-argentinas-unidas-contralos-femicidios.html>.

³ El concepto de “femicidio” fue desarrollado por la escritora estadounidense Carol Orlock

definido como “el asesinato cometido por un hombre hacia una mujer a quien considera de su propiedad” (La Casa del Encuentro, s.f.).

Por otro, también podemos identificar en el #NiUnaMenos ecos de las manifestaciones callejeras de rechazo y descontento ciudadano que se instalaron en el repertorio de acción colectiva de la ciudadanía argentina, sobre todo a partir de la crisis del 2001, bajo la consigna “Que se vayan todos”.

En este caso resuenan especialmente, también, aspectos de las nuevas corrientes de “ciberactivismo” (Sorj, 2015) que ocuparon las primeras planas de los diarios y se hicieron conocidas a partir de casos ejemplares alrededor del mundo tales como la primavera árabe, los Indignados y Occupy Wall Street, reconocidos por su emergencia a partir de las redes sociales. En la convergencia entre estas y otras tantas tendencias, #NiUnaMenos emergió como fenómeno sociopolítico en la escena argentina en el otoño del año 2015.

Sin embargo, #NiUnaMenos es un caso peculiar. Retomó el concepto de femicidio pero, como veremos, no lo formuló exclusivamente en clave feminista. Expresó el descontento ciudadano, pero se esforzó por establecer, a su vez, demandas positivas de soluciones concretas para la problemática, resumidas en lo que se conoció como “El documento de los cinco puntos”. Por su parte, es temporalmente contemporáneo y guarda mayor semejanza con los nuevos casos de ciberactivismo, tales como #JeSuisCharlie, en Francia, y, más recientemente, #BlackLivesMatter y #MeToo, en Estados Unidos, que se diferencian de aquellos primeros por no proponer necesariamente un modo alternativo de hacer democracia, asambleario, y por compartir el elemento discursivo que los identifica: el hashtag.⁴

en su libro *Femicide*, de 1974, y utilizado públicamente en 1976 por la feminista Diana Russell ante el Tribunal Internacional de Los Crímenes contra las Mujeres, en Bruselas (La Casa del Encuentro, s.f.). La diferencia entre “femicidio” y “feminicidio” surgió, en un principio, de una decisión de traducción. Marcela Lagarde, traductora de Russell, decidió, con su permiso, traducir *femicide* como “feminicidio”, “para que no fuera a confundirse en castellano como ‘femicidio’ u ‘homicidio femenino’” (Lagarde, 2006), y que quedara claro que se trataba de un crimen motivado por el género. Con frecuencia se señala que la distinción en su uso consiste en que “femicidio” indica el hecho del asesinato de una mujer por ser mujer, y “feminicidio” es una categoría más política que hace hincapié en la negligencia del Estado en dicho acontecimiento. En Argentina dicha figura se incorporó al Código Penal en el año 2012, como un tipo agravado de homicidio que establece agravantes por el vínculo.

⁴ A lo largo de estas páginas denominamos “hashtag” al segmento completo que incluye el “símbolo hashtag” (#) y el sintagma que se le adjunta (Ejemplo: #NiUnaMenos).

Si bien ningún fenómeno social surge *ex nihilo*, aquello que caracteriza a un “acontecimiento” es su novedad, su impredecibilidad (Badiou, 2006: 46), su unicidad y su condición como acción instituyente de una nueva realidad (Arendt, 2012). Los *acontecimientos* no se desprenden necesariamente de aquellos fenómenos que los precedieron en una relación causal, sino que es precisamente la cuota de contingencia que los constituye en *milagros*, “interrupciones de alguna serie natural de hechos, de algún proceso automático en cuyo marco constituyen lo enteramente inesperado” (Arendt, 1996: 12).

El *acontecimiento*, para Arendt, es el momento de la libertad, entendida como “libertad de convocar a la existencia algo que antes no existía, que ni siquiera estaba dado como objeto de cognición o de imaginación, y que, por lo tanto, en rigor, no podía conocerse” (Arendt, 1996: 5-6).

Por este motivo, no nos dedicaremos a analizar en detalle las tendencias de mediano y largo plazo que sentaron las bases para la aparición de #NiUnaMenos, sino que nos concentraremos en una característica particularmente novedosa que lo distingue, el hashtag, para preguntarnos de qué modo participó en el surgimiento del fenómeno #NiUnaMenos.

Las preguntas que guiarán nuestra investigación serán, por lo tanto, ¿qué rol jugó el hashtag, como elemento discursivo, en la emergencia de #NiUnaMenos? ¿cuál es la relación entre el hashtag y el movimiento social? ¿Cuál es la especificidad del símbolo “#”, propio del discurso en Twitter, que produce que lo encontremos vinculado al surgimiento de nuevos modos de acción colectiva en diferentes latitudes? ¿Posee el hashtag potenciales efectos políticos? ¿Nos encontramos ante un nuevo tipo de fenómeno social, que podríamos denominar *hashtagtivismo*?

Afirmar esto supone, por un lado, una perspectiva performativa del lenguaje. Esto es, sostener que la palabra tiene el poder no solo de comunicar sino también de transformar la realidad. Performatividad, sostiene Judith Butler (2018), es un modo de llamar al poder que tiene el lenguaje para crear una nueva situación o activar una serie de efectos.

Por otro lado, también implica entender “lo político”, no simplemente como lo relativo a la esfera del gobierno, sino más bien como el momento o la instancia en la cual aquello que percibimos como dado se pone en cuestión, se revela como socialmente construido y se inaugura la posibilidad de que las cosas sean de un modo diferente (Lefort, 1985).

Este trabajo no es ni podría haber sido un manual para el activista político. ¿Era posible prever cuál sería el detonante, qué caso de femicidio iba a disparar el hartazgo generalizado, cuántas mujeres tenían que ser asesinadas para que la sociedad reaccionara y se diera cuenta de que el orden de las cosas no era “natural” y que era posible vivir de otra manera? Pues no, la contingencia determinó que fuera ese día, a partir del caso de Chiara, con ese tuit en particular de @MarcelitaOjeda que la sociedad se uniera para decir “Basta de femicidios”.

La acción colectiva, por lo tanto, será interpretada, no como una estrategia con miras a realizar cierto objetivo, sino principalmente como un acontecimiento político contingente y simbólico que introduce nuevas subjetividades políticas, transforma la forma en la que pensamos y hablamos de la realidad social, y permite, por su sola aparición, rever los órdenes de prioridad de una sociedad, los valores compartidos y las ideas recibidas (Orkibi, 2015).

Si algo se pone de manifiesto en el caso de #NiUnaMenos es el poder de la palabra y del discurso, cualquiera sea el medio o dispositivo por el que se exprese, para producir un cambio en la realidad. Es por ello que este trabajo no se propone analizar el surgimiento de #NiUnaMenos como fenómeno social, en general, sino específicamente el rol que cumplió el hashtag como elemento discursivo en dicho proceso.

Combinando de manera interdisciplinaria inquietudes propias de la teoría política contemporánea y de las tendencias francesas del análisis del discurso,⁵ buscaremos brindar una respuesta original a nuestras preguntas que esté anclada también en los elementos más relevantes de la literatura previa sobre el tema.

En esta introducción propondremos, en primer lugar, un breve estado de la cuestión dividido en dos secciones: La primera sobre *las redes sociales como práctica social y discursiva* y, la segunda, basada, en particular, en los desarrollos sobre el *activismo político en redes sociales*. Posteriormente, nos

⁵ La escuela francesa de análisis del discurso fue la corriente dominante de tal disciplina en Francia en las décadas del sesenta y el setenta, cuyas investigaciones fueron consagradas en el número 13 de la revista *Langages*. “El núcleo de estas investigaciones es el estudio del discurso político llevado a cabo por lingüistas e historiadores con una metodología que asociaba la lingüística estructural con una ‘teoría de la ideología’ inspirada en la relectura de Marx, Althusser y Lacan” (Charaudeau y Maingueneau, 2002). Ruth Amossy, Dominique Maingueneau, Patrick Charaudeau y otros autores a los que nos referimos forman parte de las “Nuevas Tendencias Francófonas en Análisis del Discurso”, herederos de tal corriente, que continúan introduciendo sus diferencias y particularidades.

embarcaremos en una rápida descripción del marco teórico de este libro, enfocado principalmente en tres puntos de contacto entre la teoría política y el análisis del discurso: el discurso como campo de lucha hegemónica; el discurso como condición de posibilidad de la subjetividad; y la polémica y la política como dos caras de una misma moneda. Finalmente, describiremos los objetivos e hipótesis de esta investigación y concluiremos con un apartado metodológico acerca de los desafíos para el análisis de textos nativos en redes sociales, y las estrategias utilizadas para sortearlos.

El estado de la cuestión

Las redes sociales como práctica social y discursiva

El primer fenómeno mediático de la humanidad ocurrió, según Eliseo Verón (2015), hace dos millones y medio de años, con la producción sistemática de herramientas de piedra. A partir de allí siguieron la escritura, la imprenta, la radio, la televisión, Internet, las redes sociales, la realidad virtual. Cada uno de estos fenómenos, que no son más que nuevos modos de exteriorización de procesos mentales bajo la forma de dispositivos materiales, transformó dramáticamente la vida de los hombres en la tierra, y produjo, como señala Verón, una aceleración del tiempo histórico. A modo de ejemplo, “en diez años Internet ha alterado las condiciones de acceso al conocimiento científico más de lo que estas condiciones cambiaron desde el surgimiento de las instituciones científicas modernas durante el siglo XVII” (Verón, 2015: 178).

Si nos detenemos en el caso de Internet, incluso podemos identificar que la literatura diferencia la Web 1.0 de la 2.0, de la 3.0, de la 4.0 y hasta de la 5.0 (Burger, 2018). Sucede que el dispositivo mediático evoluciona tan rápidamente que se hace necesario para el analista capturarlo en el momento en el que se encuentra, entendiéndose también que la fecha de caducidad de los estudios lo corre a contrarreloj.

La Web 1.0, la primera aparición masiva de Internet, consistió principalmente en la puesta en línea de información ya publicada pero a gran escala. Las redes sociales pueden encontrarse a partir de la Web 2.0, caracterizada por la posibilidad de los usuarios de intercambiar información y posicionarse como consumidores a la vez que como productores de contenido, “produsuarios” en términos de Axel Bruns (2008). Desde la

Web 3.0 la literatura nos alerta acerca del funcionamiento de algoritmos complejos que categorizan y jerarquizan los datos publicados confiriendo diferentes grados de visibilidad a la información en línea. En la actualidad, nos encontraríamos en el estadio de la Web 4.0, o la web “inteligente”, basada en la puesta en red no solo de los contenidos sino de las tecnologías en sí mismas. En la Web 5.0, aún por venir, se consagraria finalmente la vieja utopía de un “ciberhumano” que optimiza su relación con el mundo bajo la influencia de los dispositivos (Burger, 2018: 3-9).

Esto nos permite explicar por qué gran parte de las discusiones que encontramos en la literatura sobre las redes sociales, en textos con más de cinco años de antigüedad, parecen ya irrelevantes o inconsecuentes. Resulta que, a pesar de ser publicaciones relativamente nuevas para los parámetros normales de la ciencia, se basan en la novedad de una Web 2.0 que, en la actualidad, ya resulta obvia, incluso, para cualquier usuario promedio.

Así, los debates en torno a si las redes son un espacio de autonomía, horizontalidad, intercambio y cooperación (Graham y Witschge, 2003; Coleman y Blumler, 2009; Cardon, 2010; Monnoyer-Smith, 2011; Castells, 2012; Welp y Wheatley, 2012) o si, por el contrario, son una mera reproducción de las relaciones de poder social offline (Calvo, 2015), un medio para el control estatal de los ciudadanos (Morozov, 2011) o un espacio de radicalización (Sunstein, 2001) y “balcanización” (Flichy 2008) de los discursos políticos ya han quedado prácticamente saldados. Hoy nos parece evidente que las redes sociales poseen un potencial democratizador de la toma de la palabra, pero que las oportunidades se distribuyen en una “cancha inclinada” en la cual aquellas personalidades con poder offline poseen ventajas, los algoritmos organizan la información de manera tendenciosa, y las agencias estatales y empresas privadas pueden utilizar los dispositivos para la obtención de información privada de los ciudadanos, como demostraron los escándalos de WikiLeaks, en 2006, y Edward Snowden con la Agencia de Seguridad Nacional de los Estados Unidos, en 2013, y Cambridge Analytica, en 2018.

Ahora bien, acerca de las características del discurso que tiene lugar en las redes sociales aún queda mucho por decir. Sabemos que allí los mensajes poseen una complejidad multimodal compuesta por la interacción semiótica de texto, imágenes, tipografías y recursos audiovisuales, entre otros elementos (Burger, 2018).

Conocemos también que las conversaciones allí traspasan el tiempo y el espacio, pudiendo ser asincrónicas y a través de fronteras geográficas (boyd,⁶ Golder y Lotan, 2010). Michele Zappavigna (2012), en uno de los únicos libros enteramente consagrado al discurso en Twitter y las redes sociales, agrega que se trata de “conversaciones buscables” (*searchable conversations*), en las que los usuarios etiquetan su discurso para que pueda ser encontrado por otros y conectado en torno a temáticas y valores particulares.

En particular, desde la perspectiva del análisis del discurso, todavía son escasos los desarrollos específicos sobre el tema. Dominique Maingueneau, uno de sus principales referentes contemporáneos, en su libro *Discours et Analyse du Discours* (2014) ha dedicado un capítulo al estudio de lo que llamó “nuevas textualidades”, para proponer algunas aproximaciones al análisis de páginas web, que, aunque datan de la Web 1.0, podrían ser retomadas para el estudio de las redes sociales, con algunos ajustes.

Maingueneau propone pensar a las páginas web como actos de comunicación en los que el autor pone en escena su discurso a través de la construcción de una “escenografía digital”, resultado de la interacción entre las imágenes (componente iconotextual), la arquitectura del sitio (componente arquitectónico) y las opciones e instrucciones de navegación que brinda al usuario (componente procedimental). Cecilia Pereira y Mariana Di Stefano (2017) agregan que estas escenografías digitales también contribuyen a la proyección de la imagen de sí del locutor.

En este texto de Maingueneau se destacan además los conceptos de “iconotexto”, que designa las producciones semióticas en las que imagen y palabra son indisolubles, y de “cibergénero” para clasificar aquellos géneros discursivos específicos de Internet.

Marie-Anne Paveau, por su parte, es una de las autoras que ha escrito más prolíficamente sobre la temática desde una perspectiva próxima al análisis del discurso. Ella define su objeto de estudio como el *discurso nativo digital* (Paveau, 2012a),⁷ es decir, aquel que se produce específicamente en el ecosistema digital de la web. Este se caracterizaría principalmente por cuatro elementos: la deslinearización del hilo del discurso, el aumento enunciativo, la plurisemiocidad y la “tecnogenericidad” (Paveau, 2013b).

⁶ La autora dana boyd escribe su nombre sin mayúsculas.

⁷ La traducción es propia, aquí y en todas las citas cuyo texto original está publicado solo en francés.

La “deslinearización del hilo del discurso” se refiere al efecto de la incorporación en el enunciado de “tecnopalabras” cliqueables tales como hashtags, arrobas e hipervínculos. Estas “tecnopalabras” producen un discurso en el que “las materias tecnológicas y lingüísticas son co-constitutivas y modifican la combinatoria frástica creando un discurso compuesto” (Paveau, 2012a: 13). Es prerrogativa del lector definir el recorrido de lectura, pudiendo optar por cuáles hilos seguir, cuáles hipervínculos abrir y cuáles no, lo que, como sostiene también Maingueneau, pone en cuestión la relación estática entre el autor, el lector y el texto propia del humanismo tradicional (Maingueneau, 2014).

La segunda característica que Paveau adjudica al discurso nativo digital es el “aumento enunciativo” (*augmentation énonciative*). Este implica que la prerrogativa enunciativa ya no está reservada a una figura única, el locutor, sino que, como consecuencia de la deslinearización, los locutores se multiplican en forma de red.

Sin embargo, podemos proponer aquí que esta característica es, en gran medida, constitutiva de toda discursividad, en tanto que, como señala Mijail Bajtín, todo enunciado dialoga con otros discursos ya dichos o aún por decirse. Todo texto “se construye como mosaico de citas, todo texto es absorción y transformación de otro texto”, sostiene Julia Kristeva (1978: 190). La diferencia es que en la web cierta parte de esta intertextualidad puede ser identificada a través de “tecnopalabras”.

En tercer lugar, el discurso nativo digital se caracterizaría, para Paveau, por la plurisemioticidad, fundada en la interdependencia en un texto de recursos semióticos como imágenes, video, sonido, que es, en definitiva, lo que la literatura ha llamado multimodalidad (Ventola, Charles y Kaltenbacher, 2004).

Finalmente, la cuarta característica es la tecnogenericidad, es decir, la aparición de nuevos géneros discursivos en los que tanto el elemento discursivo como el tecnológico son constitutivos.

Susan Herring (2011, 2016) introdujo tres tipos de vínculos entre prácticas discursivas y su realización digital. En primer lugar, las prácticas discursivas preexistentes que encuentran un suplemento en su pasaje al mundo digital. Tal es el caso del correo electrónico, que otorga inmediatez a la práctica de escribir correspondencia, o las aplicaciones de videollamadas, que añaden la función de video a las llamadas telefónicas.