

Tuiteratura: la frontera de la microliteratura en el espacio digital

Daniel Escandell Montiel

Resumen: Casi desde su mismo nacimiento, Twitter ha servido como canalizador de pequeños textos con intención literaria, muchas veces concebidos por los propios usuarios y, en otras ocasiones, como espacio de compilación de aforismos, microcuentos, micropoemas, etc., de autores consagrados. Los géneros centrados en la brevedad extrema no suponen ya un movimiento disruptivo en la literatura contemporánea y su penetración en un sistema de nanoblog que tiene en la limitación de 140 caracteres por mensaje su principal característica era un paso lógico. En las siguientes páginas estudiaremos cómo Twitter condiciona los recursos expresivos del usuario y presentaremos diversos casos de creaciones literarias en esta plataforma que conforman una tuiteratura, es decir, una literatura específica de Twitter. El objetivo último que nos planteamos es evaluar hasta qué punto ésta podría ser considerada una nueva forma de creación, dependiente y vinculada inequívocamente a la plataforma digital que la alberga.

Palabras clave: tuiteratura, nanoblog, microcuento, micropoesía, aforismo, literatura digital.

Traduction : Depuis sa création ou presque, Twitter a servi de vecteur à de petits textes à visée littéraire –souvent conçus par les internautes eux-mêmes– et, dans certains cas, d’espace de compilation d’aphorismes, de micro-nouvelles, de micro-poèmes, etc., d’auteurs consacrés. Les genres centrés sur la brièveté extrême ne supposent plus un mouvement de rupture dans la littérature contemporaine et leur pénétration dans un système de microblogging avec pour caractéristique principale une limite de 140 caractères était une évolution logique. Dans les pages qui suivent nous étudierons comment Twitter conditionne les moyens expressifs des internautes et nous présenterons plusieurs cas de créations littéraires sur cette plateforme qui confortent l’existence d’une twittérature, c’est-à-dire, d’une littérature spécifique à Twitter. L’objectif final que nous nous proposons est d’évaluer jusqu’à quel point elle pourrait être considérée comme une nouvelle forme de création, dépendante et liée sans équivoque à la plate-forme digitale qui l’héberge.

Mots-clés : twittérature, microblog, micro-nouvelle, micro-poésie, aphorisme, littérature digitale.

1. Introducción

La red social Twitter dio sus primeros pasos en fase de beta¹ cerrada bajo el nombre primigenio de Twtrr en marzo de 2006 y no se abrió al público hasta julio de 2006. En una trayectoria que todavía no ha cumplido los seis años, el sistema de comunicación proyectado desde la web y los miles de aplicaciones que se han derivado de la misma, permitiendo su uso en dispositivos móviles y clientes para ordenador de todo tipo, las comunicaciones digitales han alcanzado niveles de apertura, sincronía

1. Versión todavía en desarrollo de un software informático. Un estado *alpha* indica que el software está siendo probado en una fase temprana y solo a nivel interno por los propios creadores; una beta implica un estado normalmente más desarrollado con pruebas en las que participan miembros no vinculados al proceso de programación ni a la compañía, pudiendo ser abierta o cerrada, es decir, restringiendo el volumen de usuarios mediante sistemas diversos, como invitaciones limitadas.

y asimetría que no se habían conocido anteriormente en el terreno de las tecnologías de la información.

Twitter es un sistema de nanoblogueo² que permite realizar comunicaciones abiertas y breves (limitadas a 140 caracteres por mensaje) que se lanzan a la web y pueden ser leídas –como estándar– por todo el mundo. Cada usuario tiene unos suscriptores (seguidores) y puede ser, a su vez, seguidor de otros, pero esta relación no es recíproca, a diferencia de lo que sucede en otros sistemas como Facebook, donde hacerse suscriptor (amigo) de otro usuario implica que la relación se equipara automáticamente entre ambos. En Twitter las relaciones son asimétricas y las comunicaciones sincrónicas: los tuits de éxito (publicados por importantes medios de comunicación o las *tuitestrellas* más destacadas), gracias a su duplicación por otros usuarios, tienen –de media– una vida útil de 40 minutos³: Twitter es una conversación en marcha, no un blog o un corcho virtual en el que los mensajes perduran.

Con una vida media tan restringida el tuit se aproxima a la volatilidad de la comunicación oral: estas palabras no llega a llevárselas el viento, pero sí pueden ser vistas como gotas que pronto se sumarán a un mar de datos difícilmente rastreable, ya que el volumen de mensajes generado diariamente dificulta la obtención de los resultados deseados en los diferentes motores de búsqueda a los que se pueda recurrir. Hay, por supuesto, usuarios que pueden dedicarse a retroceder en su cronología (esto es, en el listado de los mensajes publicados por los usuarios a los que sigue) o en la de otros usuarios para ver los mensajes publicados desde la última hora que se conectaron, pero esto no puede considerarse a priori un comportamiento estandarizado. Además, en el caso de usuarios que tengan muchas cuentas seguidas el volumen de tuits generado en ese lapso de tiempo –sumado al volumen que se está generando en ese preciso momento– hacen difícil una puesta al día completa. La concepción temporal base de esta red socioinformacional es el presente absoluto o casi absoluto, lo que no hace sino reforzar ese carácter conversacional.

Por su brevedad formal impuesta, comparte muchos de los aspectos lingüísticos propios del chat o los mensajes SMS, en particular los destinados a ahorrar caracteres (como la muy característica omisión de vocales o rasgos propios de esos contextos de uso, como abreviaturas y otros recursos que permiten, en definitiva, escribir más rápido y comunicar más con menos pulsaciones del teclado pese a que esto pueda resultar en heterografías). Sí resultan específicas de Twitter (y, de éste, se han expandido a otros espacios web) las etiquetas *hashtag*⁴ que se integran en la redacción de los mensajes, de tal modo que estas mantienen su valor semántico dentro de la oración, aunque en ocasiones se las trata como paratexto. Otro rasgo específico que se ha expandido más allá del servicio es que para referirse a una cuenta de usuario ésta se introduce por una arroba⁵ (por ejemplo, la cuenta oficial del servicio es @Twitter) y sirve

2. Variante de publicación en blog que permite al usuario enviar textos sencillos y breves (en línea con los SMS de los teléfonos móviles) o incluso pequeños contenidos multimedia (como fotografías o pequeños cortes de audio) a los que se les llama *micromedia*. Frente al *nanoblog*, el *microblog* permite textos de mayor tamaño que pueden estar limitados por el sistema, pero en todo caso de mayor extensión. El nanoblogueo se integra también en sistemas de redes sociales más próximas a los estándares del microblog pero no delimitadas expresamente por el mismo, como en el caso de Facebook, y su recuadro “¿Qué estás pensando?” reservado a que el usuario ponga una pequeña sentencia, o contenido micromedia, que se mantendrá hasta que realice una nueva actualización o pase una cantidad de tiempo determinado y se considere caducado.

3. WANG, Chunyan y YE, Mao y HUBERMAN, Bernardo, «From User Comments to On-line Conversations», *HP Labs Social Computer Research*, [en línea], 2001, Disponible en: <URL: <http://www.hpl.hp.com/research/scl/papers/comments/comments.pdf>>, [03.05.2013].

4. Del inglés *hash* y *tag* (“almohadilla” y “etiqueta”), por su forma (“#ejemplo”). En castellano se traduce en ocasiones como *etiqueta*, pero su función no es exactamente la misma que en blogs u otros sistemas de clasificación. En Twitter, las etiquetas introducidas pueden rastrearse mediante los buscadores integrados distinguiéndolas claramente del resto de palabras, por lo que facilita la clasificación de los mensajes en estos servicios. Por su funcionamiento (no admiten espacios) si las etiquetas están compuestas por varias palabras se deben escribir juntas. El uso de mayúsculas es técnicamente irrelevante porque el sistema de no las discrimina, pero facilita la lectura.

5. Tascón y Abad indican en *Twittergrafía* (2011) que el *nick* o nombre de usuario no empieza por arroba (la excluyen del componente nominal). Pese a esta observación, la presencia constante de la arroba por su función vocativa y el carácter

tanto para encontrar al usuario como para dirigirle un mensaje, ejerciendo una función vocativa.

Pese a sus limitaciones formales, Twitter ha mostrado capacidad para la creación literaria, aunque no podemos omitir que según los datos publicados por *PearAnalytics*⁶ en un estudio realizado en 2009: el 40% de lo que se escribe es Twitter no es sino cháchara inútil. El estudio sostiene que un 40,5% de los tuits no son más que frases o palabras con escaso interés. Los mensajes de conversación, con un 37,5%, ocupan el segundo puesto. En un tercer lugar se encuentran los llamados mensajes de valor (no se indican parámetros objetivos concretos para calificarlos de esta manera), con un 8,7%. Según los resultados del informe, los usuarios apenas utilizan Twitter para dar noticias (3,6%).

1.1. La cuestión terminológica

Hay una notable vacilación terminológica entre los propios autores que utilizan Twitter como plataforma de publicación entre *twitteratura* o *tuitertura* (e incluso *tuitliteratura* y *twitliteratura* con la variación *twittliteratura*). Dado que múltiples estudiosos y usuarios destacados de Twitter, como José Luis Orihuela⁷, emplean con normalidad la forma tuit para la composición y adaptación de otros compuestos propios o de origen anglosajón, y esta adaptación bajo criterio fonémico ha sido igualmente respaldada por la Fundéu⁸ en el *Manual de estilo para nuevos medios*, consideramos más apropiada la forma *tuitertura*. Sin embargo, debemos admitir que el término que genera más resultados en buscadores emplea como base la forma puramente sajona (datos aportados por Google y Bing; en ambos casos se ha realizado la búsqueda de términos en español sin restricción regional):

Término	Apariciones (Google)	Apariciones (Bing)	Porcentaje (Google)	Porcentaje (Bing)
Twitteratura	72.400	16.000	94,53%	98,32%
Tuiteratura	3.610	261	4,71%	1,60%
Twitliteratura	516	4	0,67%	0,02%
Tuitliteratura	38	7	0,05%	0,04%
Twittliteratura	28	2	0,04%	0,01%

Tabla 1. Resultados de búsquedas por términos y volumen de apariciones en Google y Bing el 01.04.2012.

fuertemente dialógico (el *nick*, si no va precedido por la arroba, no realiza la operación vocativa de comunicar al usuario que ha sido mencionado por otro, ni se convierte en un hipervínculo que enlace con el perfil del mentado) hace que la mayoría de los usuarios sí perciban que la arroba es parte integral de su *nick*. Además, dada la singularidad del formato, ya hemos podido observar tarjetas de visita o presentaciones en conferencias en las que en los datos de contacto se indica el perfil de Twitter sin indicar expresamente que es en esa red social (@usuario) pues la presencia de la arroba al principio es indicador suficiente, de la misma manera que la arroba marca claramente que estamos ante un correo electrónico (usuario@servidor.com), o un 6 introduce un teléfono móvil en España.

6. KELLY, Ryan. «Twitter Study Reveals Interesting Results About Usage – 40% is Pointless Babble», *Pear Analytics. Internet Marketing Tools & Services*, [en línea], 12.08.2009, Disponible en: <URL: <http://www.pearanalytics.com/blog/2009/twitter-study-reveals-interesting-results-40-percent-pointless-babble/>>, [03.05.2013].

7. Profesor en la Universidad de Navarra, responsable del popular *eCuaderno* <<http://www.ecuaderno.com>> y autor de diversos estudios sobre redes sociales como los libros *La revolución de los blogs* (2006) o *Mundo Twitter* (2011). Perfil en Twitter: @jlori.

8. Fundación del Español Urgente. Institución sin ánimo de lucro que propone impulsar un buen uso del español en los medios de comunicación.

Tomando en consideración los criterios de *auctoritas* y las recomendaciones realizadas desde organismos vinculados a la observación del lenguaje, resulta preferente utilizar la forma *tuitatura* pese a que no es tan popular entre los usuarios generales como la que mantiene el nombre original del servicio, Twitter, aun siendo conscientes de que su proyección es netamente superior. Sin embargo, si dejamos de lado las variaciones ortográficas (pues la pronunciación, etimología y formación del acrónimo es en esencia la misma) esta forma representa un 99,24% en Google y un 99,92% en Bing, por lo que, en cualquier caso, resulta de evidente preferencia sobre las que parten de la combinación de *tweet* y *literatura*, que en sus tres variantes representa tan solo un 0,76% del total en Google y un 0,08% en Bing de los resultados obtenidos.

1.2. Diáspora del idioma en la red: el caso Twitter

Dada la brevedad de los textos en Twitter puede resultar difícil detectar el origen de un autor por lo que escribe, en la medida en que se centre en la ficción o incluso en el caso de que canalice sus tuitos personales a través de una cuenta independiente de la destinada a la publicación creativa. Con textos tan cortos, es posible que los rasgos dialectales que nos permitirían identificar la variedad diatópica no se puedan percibir en la lectura de unos pocos tuits o al menos no con la misma precisión con la que podríamos identificar a un autor con un texto más largo.

El carácter atomista del tuit hace, asimismo, que sea fácil impostar otras variaciones (no solo diatópicas, sino también diastráticas y diafásicas, por supuesto), lo que hace que una de las pocas formas de obtener información real sobre el origen del autor (que puede esconderse tras un avatar: *nick*, imagen y biografía) sea la que él mismo decida concedernos, por ejemplo mediante la introducción de la información de su ciudad de residencia o mediante la geolocalización de los tuits publicados.

El español es una de las lenguas más importantes en Twitter, y en 2012 la presencia iberoamericana en esta red alcanzó un nuevo hito cuando, según los datos de Semiocast (actualizados a 31 de diciembre de 2012)⁹, Brasil adelantó a Japón como el segundo país del mundo por detrás de EE.UU. en volumen de cuentas de usuario. Entre los veinte países con más usuarios registrados en Twitter, de acuerdo al mismo estudio, están México (7º), España (9º), Venezuela (12º), Colombia (14º), Argentina (15º) y Chile (19º). El volumen de usuarios, sin embargo, no es el único factor a tener en cuenta, pues aunque Brasil adelantó a Japón, este país emite más mensajes. De hecho, España es el tercer país en actividad (entendiendo ésta como el volumen de usuarios con al menos un mensaje publicado en los últimos meses) con un 29%, por detrás de Holanda (35) y Japón (30%). En el caso de España, con una población fijada en aproximadamente 47 millones de habitantes y algo más de 8 millones de usuarios en Twitter, la penetración de uso de la red en el país es de un 17% de la población.

El corolario es que “les nombreux pays hispanophones dans les 20 principaux pays [...] expliquent la place de l’espagnol sur Twitter, 4e langue après le portugais et devant l’indonésien¹⁰” con el inglés y el japonés en las posiciones de liderato. En un mundo virtualizado sin fronteras ni costes adicionales en la comunicación, la patria Twitter es una diáspora de tuiteros que se conectan desde su ordenador o dispositivo móvil, publicando mensajes mediante conexión a internet o mediante SMS. Esto genera un diálogo abierto que promueve la comunicación abierta de Internet que permite el potencial de los medios 2.0 gracias a la conversación en marcha que representa Twitter conectando las dos costas atlánticas.

9. ANÓNIMO, «5,2 millions d’utilisateurs de Twitter en France. Le Brésil, deuxième pays après les États-Unis», *Semiocast*, [en línea], 31.01.2012, Disponible en: <URL: http://semiocast.com/publications/2012_01_31_5_2_millions_d_utilisateurs_de_twitter_en_france>, [3.05.2013].

10. *Ibid.*

No existen estadísticas fiables de cuántas cuentas de usuario en Twitter no son públicas, sino restringidas y privadas, pero las calas que se pueden realizar muestran con poca variación que la inmensa mayoría de los usuarios de Twitter apuestan por un uso abierto y público: los tuits son parte del conglomerado del *potlach* digital. Aunque F. Ortega y J. Rodríguez¹¹ atribuyeron el núcleo principal de este potlach a la construcción informacional enciclopédica de recursos como la Wikipedia, Twitter asume también un papel importante en el conjunto de la web 2.0 y se ha convertido en tema recurrente en noticiarios –incluso en la comúnmente denominada prensa seria– como medio de sondear los temas candentes gracias a las tendencias internacionales y regionales (los conocidos en inglés como *trending topics*).

2. El caso de la tuitertura

Una literatura en Twitter –una tuitertura, si queremos– puede sonar, en una situación como ésta, a quimera, pero en este caso el sistema se beneficia de no presentar un conjunto restrictivo de vías de utilización de la misma: “Cada usuario de Twitter tiene que descubrir o inventarse el modo de utilizar la plataforma. No existe ninguna predeterminación acerca de los contenidos apropiados, más allá del formato textual de los mensajes y su extensión limitada a 140 caracteres¹²” e incluso esto puede llegar a saltarse mediante la utilización de aplicaciones externas que sirven como *alargadores* que integrarán en el tuit publicado un enlace a un texto completo de mayor extensión escrito por el usuario: se traiciona, entonces, el atomismo radical del tuit.

La tuitertura, a través de sus cuentitos y tuitpoemas, tiene en su brevedad extrema sus principales puntos a favor y en contra, pues son limitaciones que polarizan y extreman los resultados, tanto literarios como los del proceso de recepción en los lectores.

Una escritura en Twitter, más incluso con vocación literaria, debe ser directa y eficaz, pero eso ha generado también una fuerte corriente de tintes ramonianos, donde ingenio y juego tropológico se unen en batalla contra la concreción: “Twitter es el mayor juego de palabras que ha existido jamás. Es el gimnasio de la mente y de la escritura, en el que la ortografía y la sintaxis son parte de las disciplinas con las que entrenamos cada día¹³.” No en vano, algunos de los cuentos breves más celebrados podrían caber en un tuit: “Cuando despertó, el dinosaurio todavía estaba allí”, de Augusto Monterroso, ocupa tan solo 51 caracteres si incluimos el punto final.

En la línea del microcuento, Tascón y Abad compilan hasta 52 variantes aptas para Twitter¹⁴, aunque algunas aportan apenas variación tipográfica y otras responden a los muy sobreexplotados ejercicios de alteración del original alterando elementos, como la posición de la coma. Son destacables, sin embargo, las transformaciones a lenguaje SMS –“Qndodsprto el dnsauriostabaalli¹⁵–, la integración de algunos emoticonos en el mensaje o la conversión a lo que denominan twittergrafía, que no es sino

11. ORTEGA, Felipe y RODRÍGUEZ, Joaquín, *El potlach digital. Wikipedia y el triunfo del procomún y el conocimiento compartido*, Madrid, Cátedra, 2011.

12. ORIHUELA, José Luis, *Mundo Twitter*, Barcelona, Alienta Editorial, 2011, pág. 28.

13. TASCÓN, Mario y ABAD, Mar, *Twittergrafía. El arte de la nueva escritura*, Madrid, Catarata, 2011, pág. 119.

14. *Ibid.*, págs. 72-86.

15. *Ibid.*, pág. 73.

un conglomerado de ciberhabla¹⁶ y neografía¹⁷: “(☹_☹) ZZZzzz || (☉_☉) (___ó \^^^ #MonterrosoDino”¹⁸ o lo que refieren como “con forma de contraseña” pero es simplemente lenguaje 1337¹⁹ simplificado: “Cu4nd0 d3sp3rt0, 3l d1n0s4ur10 t0d4v14 3st4b4 4ll1”²⁰ y que desarrollan posteriormente en “Ku4nd0 D35p3R7Ó, 3l d1n054ur10 70D4ví4 357484 4LLÍ”²¹. Se trata de una serie de juegos que nos ilustran, en cualquier caso, las posibilidades comunicativas y de transformación del lenguaje en el reducido espacio del tuit.

Por el carácter breve y la tendencia al ingenio que muestran muchas de las expresiones literarias no debe extrañarnos que una buena parte de la producción creativa gire en torno a géneros establecidos que han buscado siempre esos mismos ideales, como los acertijos (@iAdivinanzas), los aforismos (@MarceloMasaguer), los albures (@losAlbures), los calambures, lemas, consignas y proclamas, epigramas, greguerías... construcciones autónomas, a veces compiladas en la propia red por determinados usuarios, que pueden ser el resultado también de la búsqueda del ingenio a raíz de la popularización de un *hashtag* para destacar entre la multitud. También es recurrente que un escritor emplee un *hashtag* concreto para aglutinar una serie de tuits. El 31 de marzo de 2012 el escritor mexicano José Luis Zárate publicó una serie de mensajes en Twitter empleando el nodo #ReglasdelGranHermanoparaescribir. En la siguiente imagen capturamos el momento²² a través del cliente oficial del servicio Twitter para Mac OS X. Las marcas temporales que podemos ver son, como en la web, relativas, es decir, no se indica la hora real (ni local nuestra, en España, ni de su autor, residente en México), sino referencia directa a nuestro presente, siguiendo un modelo de temporalidad relativa en las publicaciones que se encuentra bien extendido en otros servicios web. En la misma, contemplamos cómo el sexto tuit de la serie abre la comunicación introduciendo *hashtags* adicionales y un vocativo (el *nick* introducido por la arroba) que se ve reforzado, asimismo, por la abreviatura ccp. (véase la imagen 1).

16. Término acuñado por Pedro Tena a partir de la traducción del *netspeak* inglés.

17. Algunos rasgos generales asociados a la neografía son: grafías fonéticas (reemplazo de fonemas representados por grafías de más de una letra por una solamente, como “qu” = “k”), esqueletos consonánticos (pérdida de vocales como “besos” = “bs”), jeroglíficos (uso de letras y cifras por su valor fonético, como “saludos” = “salu2”), truncación de palabras y otras abreviaturas, siglas, logogramas (como “además” = “ad+”), aglutinación de palabras, distorsiones de énfasis por mayúsculas o repetición de signos, etc., así como alteraciones del cuerpo tipográfico con fines expresivos. En realidad, muchas de esas neografías ya existían y apenas se han adaptado a los formatos actuales.

18. *Ibid.*, pág. 78.

19. Tipo de escritura con caracteres alfanuméricos usado por algunas comunidades y usuarios de diferentes medios de internet. Esta escritura se caracteriza por escribir los caracteres alfanuméricos usando los números como sustitutos de letras por similitud gráfica. Por ejemplo, *leet* se escribe, en su propia codificación, *1337*. Se originó en la comunicación escrita de los medios de comunicación electrónicos. Nace al final de los años 1980 en el ambiente de los BBS (Sistema de Tablón de Anuncios), de una mezcla de jerga de la telefonía e informática.

20. *Ibid.*, pág. 82.

21. *Ibid.*

22. La imagen se toma exactamente a las 17:38 h, horario GMT +2, del 31 de marzo de 2012.



Imagen 1

El *hashtag* puede asumir funciones paratextuales en las que se ofrece la clave descodificadora del mensaje principal, dando un giro adicional a lo escrito o ayudando a la correcta interpretación del mismo aportando un anclaje referencial que incorpora contexto, como en este ejemplo de la poeta Zilniya (@microversos): “Si no tengo sodio, ¿no tengo Na? #dudacontablaperiodica”.

En oposición a una narrativa muy breve y atomista de *cuentuitos*, se desarrollan también composiciones extensas y prolongadas en el tiempo. Uno de los ejemplos más notables es la tuitnovela negra *Serial chicken* de Jordi Cervera, publicada de enero a febrero de 2010 y que, además, se escribió paralelamente en catalán (@bcnegra) y castellano (@bcnegracast). Creada en el marco del popular encuentro especializado en la novela de género, BCNegra, el carácter experimental de esta narración se cimenta en 262 tuits. Sus mensajes no se expanden más allá del espacio de 140 caracteres usando alargadores, pero sí integra contenidos multimedia diversos, como enlaces a composiciones musicales que podemos escuchar en línea. En la misma, evita emplear vocativos mediante arroba y las escasas referencias a otros usuarios de Twitter se integran en forma de enlaces acortados: “Un experto en redes sociales, Jordi Ventura <http://bit.ly/boGey6>”.

La tuitpoesía se sitúa en una línea de tradición de brevedad que lo sitúa en la esfera del haikú desde una perspectiva estrictamente técnica. Varios autores publican micropoemas que son publicables en el espacio de un tuit, tanto en forma de prosas poéticas (en la medida en que vistos en web, los mensajes en Twitter no aceptan punto y aparte, pero sí en clientes específicos), o bien recurriendo a la barra para separar varios versos, como en el caso de @MicroPoesia: “la lengua de la tarde / los labios de la noche / el ardor de la madrugada / el sosiego de la mañana”.

La búsqueda de lo estéticamente poético tiene, sin embargo, espacio en Twitter para el lugar común, cuando no abiertamente por la cita no atribuida, quién sabe si por falta de espacio, por considerarla sobradamente popular o por apropiación directa: “Si lloras por haber perdido el Sol, las lágrimas te impedirán ver las Estrellas”.

Con todo, aunque la poesía en Twitter se sustenta principalmente el uso de la red para difusión de micropoemas con menos intensidad que en el terreno de la micronarrativa, se puede rastrear el uso del *hashtag* #tupoesia en múltiples usuarios, tanto con intención poética como simplemente satírica o humorística. En este sentido, su creación se presenta más diseminada y no siempre vinculada directamente con los criterios ramonianos y de búsqueda del ingenio de la tuitnarrativa: “#tupoesia No son nuestros cuerpos, son nuestras almas las que nunca se separan, son ellas las que se anhelan, una y otra y otra vez”.

El tuiteatro es un también posible aprovechando las funciones dialógicas del servicio, aunque ha sido más explotado en el terreno anglosajón. Resulta de capital importancia para trazar la génesis del tuiteatro atender a la creación –mediante tuits programados²³– de una adaptación de uno de los capítulos de *Ulysses* de James Joyce en formato dialógico teatral, incluyendo un *dramatis personae* publicado en web²⁴ que permite seguir el desarrollo de la trama y que se publica regularmente desde 2007 con motivo de la festividad literaria conocida como *Bloomsday*.

En los estudios literarios actuales se ha tratado cómo la tecnología ha influido en el escenario, pero no en el teatro digital a nivel textual, e incluso algunos autores, como Rodríguez Méndez²⁵ han negado toda posibilidad de regeneración o creación teatral mediante las TIC. Sin embargo, consideramos, como apuntábamos antes, que el fuerte carácter dialógico de sistemas como Twitter o, por supuesto, el chat, son foco de teatralización. Se generan, de hecho, en esos espacios textos de diálogo (reducción máxima de la esencia dramática) que algunos autores ya han empleado con intención puramente artística: Shakespeare ya ha sido adaptado a Twitter por la Royal Shakespeare Company: la obra escogida fue *Romeo & Juliet*, bajo el nombre de *SuchTweetSorrow*²⁶. El director instruyó a los actores, quienes publicaron en Twitter asumiendo los papeles de los diferentes personajes de la obra²⁷: fue una interpretación real por actores improvisando sus tuits bajo las instrucciones del director, a partir de una dramaturgia que preparó el camino para su ejecución en la red.

En el mismo terreno de una teatralidad sobre Twitter es donde nace, como proyecto escolar bajo supervisión de la profesora Aurelia Molina, la adaptación del *Lazarillo de Tormes* escrita por sus alumnos. Fueron los estudiantes quienes adaptaron la novela *Lazarillo de Tormes* a un sistema dialógico, con personajes como el propio Lázaro –@Lazarilloiescmc–, el ciego –@ciegoiescmc– y otros. Además, empleando el servicio Storify se ofrece la opción de una lectura secuenciada y ordenada de principio a fin y no por cronología inversa, como es habitual en blogs, microblogs y nanoblogs, siendo fácilmente accesible desde la web²⁸ (véase la imagen 2).

23. En este caso se programó todo el proceso dialógico por parte de los autores y programaron su publicación. No tuvo lugar, por tanto, una interacción real entre personas, pero sí una simulación de la misma empleando Twitter.

24. BOGOST, Ian y MCCARTHY, Ian, «Bloomsday on Twitter. A performance of Wandering Rocks on Twitter and a commentary on both. Created with Ian McCarthy», *Bogost.com*, [en línea], 16.06.2008, Disponible en: <URL: http://www.bogost.com/blog/bloomsday_on_twitter.shtml>, [3.05.2013].

25. RODRÍGUEZ MÉNDEZ, José María, «El texto teatral como único soporte», en C. OLIVA (ed.), *El teatro español ante el siglo XXI*, Madrid, España Nuevo Milenio, 2002, pág. 305.

26. <http://www.suchtweetsorrow.com>.

27. Frente al trabajo de Bogost y McCarthy, en este caso la representación fue real, en la medida en que los personajes encarnaron sus papeles de la obra mediante la construcción avatárica de entidades en Twitter y establecieron el diálogo entre ellos en directo y no mediante la ejecución previa de un guión que podría haber sido programado y publicado automáticamente.

28. <http://storify.com/Lazarilloiescmc/lazarillo-de-tormes>.



Imagen 2

Por el carácter extremadamente atomista de Twitter, unido al fuerte componente social del medio, la plataforma de nanoblog se puede emplear como elemento complementario para otras obras que se ejecutan tanto en diferentes plataformas web como en audiovisuales (televisión, webseries, etc.) o literarios librescos (sean estos impresos o digitales). Un ejemplo de este uso lo aporta Eduardo Iriarte con la cuenta de Twitter @dimasesparza, en la que el personaje de la novela *Ya falta menos para ayer* (2013) aporta a través del nanoblog una visión complementaria al universo memorialístico creado en este texto, que nos lleva a la Pamplona de 1985. La novela, como la cuenta de Twitter, es un puente entre esa década y la actualidad, pues surge como respuesta a la pulsión de recuerdos que evoca en Dimas el regreso a la ciudad navarra treinta años después de lo que vivió en su juventud en esas mismas calles. Iriarte ha respondido en una entrevista por correo electrónico (que se produjo entre él y quien firma estas líneas los días 10 y 11 de junio de 2013) a una serie de preguntas sobre cómo se ha concebido este uso de la red social. Ofrecemos a continuación sus respuestas, inéditas hasta ahora:

Pregunta: ¿Qué ha motivado este proceso de adaptación de novela a Twitter?

Eduardo Iriarte: Pensamos que puede ser una manera de hacerla más accesible y ganar nuevos lectores. El posible valor literario de la novela no radica en su adaptación a Twitter, pero así tal vez llegue a gente que de otro modo no se interesaría por ella. No se trata de tuitear la novela en su totalidad, claro, eso sería imposible teniendo en cuenta su extensión, pero creemos que es un texto que se presta a algo

así porque transcurre en nueve días concretos, de modo que el protagonista puede ir adelantando y recreando la trama en tiempo real.

P: Los mensajes, ¿se publican manualmente o mediante un sistema de gestión y publicación para los mismos? Por ejemplo, un *script* que los publique automáticamente.

E. I.: Vamos a hacer una combinación de ambos sistemas. Tenemos un guión con los tuits esenciales para el desarrollo de la novela que se publicarán de forma automática, pero al mismo tiempo estaremos en los lugares donde transcurre la acción e iremos alimentando la trama con nuevos tuits improvisados, fotografías y también algún vídeo filmado sobre la marcha.

P: En tal caso, ¿los publicas (escribes/programas) tú, una tercera persona o un equipo de colaboradores/personas de la editorial?

E. I.: El guión lo he escrito yo, pero hay una colaboradora que se encargará de ajustar las frases a los 140 caracteres y programar los envíos para que coincidan con las horas exactas en que acaecen los sucesos de la novela. Los tuits que vayamos añadiendo sobre la marcha los haremos al alimón.

P: ¿Cuál ha sido la reacción de la editorial ante esta iniciativa? He visto que es una editorial muy joven. ¿Podrías darme más información sobre la misma? He visto que tienen página en FB y que se definen como una iniciativa, pero no tengo mucha información.

E. I.: La respuesta a estas dos preguntas es una misma. Yo he publicado anteriormente varias novelas con editoriales “tradicionales” en grupos como Everest y Anaya (Algaida). Para este proyecto, sin embargo, no he encontrado un editor que quisiera combinar una novela tradicional con nuevas tecnologías (un blog adicional, banda sonora en Spotify, Book Trailer, adaptación a Twitter), de modo que yo mismo (acompañado de un grupo de colaboradores que se encargan de labores de corrección, diseño y promoción) creé Libros del Arga para publicar *Ya falta menos para ayer* tal como la había ideado desde un principio. Tengo la impresión de que las editoriales de siempre tienen prejuicios contra esta clase de “experimentos”, como si restaran seriedad a la propuesta literaria, pero en Libros del Arga estamos convencidos de que no es así. El futuro del nuevo sello, naturalmente, dependerá de la respuesta de los lectores. De momento, estamos agradablemente sorprendidos, pues ha habido no sólo blogs sino también medios impresos que se han interesado por el proyecto, así como algunas cadenas de radio y de televisión (locales, eso sí, porque la novela está centrada en una ciudad y unas fechas muy concretas).

En este caso, vemos cómo la obra en Twitter se concibe como un recurso publicitario para complementar y dar a conocer la novela en formato libro y se construye combinando la publicación manual de mensajes con la programada, una tendencia que podemos intuir que ganará más peso cuanto más presencia ganen las composiciones narrativas de extensión y perduración en el tiempo en Twitter. El caso de Iriarte, en el que libro y narración en Twitter se combinan, resulta ilustrativo porque no es una maniobra de promoción expresa, sino una expansión de la historia del libro en la que el personaje fictivo vive avatáricamente fuera de esa obra para cobrar entidad propia en un espacio social, colectivo, donde se expresa nuevamente como lo haría cualquier otra persona en el servicio de nanoblog: se crea una nueva estética a partir de la novela original.

3. Una frontera entre lo nativo digital y lo inmigrado

Aunque el comportamiento habitual (pero no único ni excluyente) es que un texto para ser publicado en Twitter se escriba directamente en la web o en cualquiera de los muchos programas que permiten leer y escribir en esa plataforma, esto quizá no baste para considerar que los ejercicios literarios concebidos para esta plataforma sean en un sentido *purista* literatura digital. Los condicionantes

formalistas se derivan del bajo grado hipertextual e hipermediático de la misma plataforma que, aunque permite integrar imagen e incluso vídeos de pocos segundos nativamente (con Vine, lanzado en 2013), no deja alterar el código a nuestra voluntad. Dicho de otro modo: podemos copiar y pegar enlaces, integrar contenidos exógenos a Twitter con esos enlaces, pero no diseñar su contenido como haríamos en una web o incluso en muchos blogs. En este sentido, aunque son textos escritos en y para la red, integran poco componentes considerados en múltiples ocasiones como definitorios de las hiperficciones digitales. Asimismo, muchos de los textos que se pueden encontrar prescindan, justamente, de *hashtags* u otros elementos hipertextuales e hipermedia y son, tan solo, aforismos, microcuentos, micropoemas, etc. Como hemos recogido a través de las variaciones sobre Monterroso, pese al origen tradicional de los textos, estos, en cambio, sí pueden asimilar todo ese componente no necesario en lo escrito de manera nativamente digital.

El origen del texto no garantiza, por tanto, que vayan a emplearse los recursos digitales a disposición del escritor, de la misma manera que el espacio de publicación tampoco garantiza en absoluto que se integren las herramientas disponibles: están al alcance, pero o no son necesarias o no son consideradas apropiadas en ese momento por el autor que, por supuesto, puede también descartarlas de pleno por disgusto o simple desconocimiento.

Muchos textos digitales, por su parte, se conciben como una creación simbiótica que se alimenta y nutre de las características propias de esa plataforma, algo que hemos podido comprobar a través de varios de los poemas y microcuentos recogidos en estas páginas. Los nanogéneros propios de una plataforma tan condicionada en sus recursos para el usuario como Twitter se conciben, así, como variaciones de géneros ya existentes que, a su vez, asimilan las características del formato digital. Cuando esto sucede, la literatura que surge es simbiótica y, por tanto, simétrica y bidireccional en su relación entre plataforma de publicación en el espacio web y el texto concebido: formato y contenido se definen mutuamente. Existe, por supuesto, un parasitarismo más común que establece una vinculación asimétrica, colonialista, en la que hay una fuerte independencia entre formato y contenido.

Pero, ¿hasta qué punto la tuitertura es una literatura concebida de manera completamente dependiente del formato de publicación y no como un uso de difusión sin más? Una tuitertura debe, para ser tal, integrar los recursos principales de la red social: vocativos mediante arroba, clasificación dinámica por *hashtags* y restricción de caracteres; solo así es posible constatar esa simbiosis plena, mutualista, entre la esfera de creación literaria y la esfera de Twitter. De lo contrario, estamos ante situación menos compleja en la que la microliteratura se trasvasa de la hoja a Twitter como medio de difusión, pero no como herramienta determinante en el proceso creativo ni en la idiosincrasia de los textos creados. Se debe establecer, por tanto, una oposición entre la tuitertura (simbiótica con la plataforma) y la literatura en Twitter (parasitaria en la plataforma), sin que esto implique en modo alguno una calidad literaria superior en una o en otra.

Bibliografía

- ANÓNIMO, « 5,2 millones d'utilisateurs de Twitter en France. Le Brésil, deuxième pays après les États-Unis », *Semiocast*, [en línea], 31.01.2012, Disponible en: <URL: http://semiocast.com/publications/2012_01_31_5_2_millions_d_utilisateurs_de_twitter_en_france>, [3.05.2013].
- BOGOST, Ian y MCCARTHY, Ian, «Bloomsday on Twitter. A performance of Wandering Rocks on Twitter and a commentary on both. Created with Ian McCarthy», *Bogost.com*, [en línea], 16.06.2008, Disponible en: <URL: http://www.bogost.com/blog/bloomsday_on_twitter.shtml>, [3.05.2013].
- IRIARTE, Eduardo, *Ya falta menos para ayer*, Pamplona, Libros del Arga, 2013.
- ORIHUELA, José Luis, *Mundo Twitter*, Barcelona, Alienta Editorial, 2011.
- ORTEGA, Felipe y RODRÍGUEZ, Joaquín, *El potlach digital. Wikipedia y el triunfo del procomún y el conocimiento compartido*, Madrid, Cátedra, 2011.
- RODRÍGUEZ MÉNDEZ, José María, «El texto teatral como único soporte», en C. OLIVA (ed.) *El teatro español ante el siglo XXI*, Madrid, España Nuevo Milenio, 2002.
- TASCÓN, Mario y ABAD, Mar, *Twittergrafía. El arte de la nueva escritura*, Madrid, Catarata, 2011.
- KELLY, Ryan. «*Twitter Study Reveals Interesting Results About Usage – 40% is Pointless Babble*», *Pear Analytics. Internet Marketing Tools & Services*, [en línea], 12.08.2009, Disponible en: <URL: <http://www.pearanalytics.com/blog/2009/twitter-study-reveals-interesting-results-40-percent-pointless-babble/>>, [03.05.2013].
- WANG, Chunyan y YE, Mao y HUBERMAN, Bernardo, «From User Comments to On-line Conversations», *HP Labs Social Computer Research*, [en línea], 2001, Disponible en: <URL: <http://www.hpl.hp.com/research/scl/papers/comments/comments.pdf>>, [03.05.2013].