

LITERATURA EN TWITTER.  
A PROPÓSITO DEL  
*TWITTER FICTION FESTIVAL*<sup>1</sup>

CONCEPCIÓN TORRES BEGINES  
UNIVERSIDAD DE HUELVA

1. INTRODUCCIÓN: SOBRE EL CONCEPTO DE TUITERATURA O LITERATURA EN TWITTER

Aunque son muchos sus detractores, es innegable que las prácticas literarias en Twitter se están desarrollando a gran velocidad y de manera masiva, siendo cultivadas no solo por usuarios anónimos, sino también por autores de reconocido prestigio como Neil Gaiman (2009), Jennifer Egan (2011) o Margaret Atwood (2015). De ahí que hayan surgido términos como *twiller* (tweet-thriller), *twovel* (tweet-novel) o el popular *tuiteratura* para designar a estas novedosas manifestaciones narrativas.

Si llevamos a cabo un recorrido cronológico por las distintas maneras de nombrar estas nuevas formas descubriremos que el primer autor que hizo referencia a ellas fue Matt Richtel (2008), articulista del *New York Times*, quien definía el concepto *twiller* de la siguiente manera: “In my case, I’ve for the last two months been using Twitter to write a real-time thriller. Hence: *Twiller*”. La historia que narraba a través de la popular red era la de un hombre que se despierta en las montañas, incapaz de recordar nada y con la extraña sensación de que es un asesino. Con un teléfono móvil que

<sup>1</sup> Este artículo es resultado de una estancia de investigación realizada en el Centro de Investigação em Artes e Comunicação (CIAC) de la Universidade do Algarve, Faro, Portugal durante los meses de mayo a julio de 2015.

solo le permite usar Twitter como único recurso para comunicarse con el mundo exterior, decide escribir un relato de autoconocimiento siguiendo el formato obligado de los 140 caracteres.

La siguiente incursión en el mundo de la tuitatura la descubrimos en septiembre de 2008, cuando Brandon J. Mendelson (2008) publicaba en la web *Twitpic* siete recomendaciones para escribir una novela en Twitter.

Al año siguiente, en 2009, apareció el término Twitteratura o Tuitatura, el más popular.<sup>2</sup> La idea surgió de la mente de dos estudiantes de la Universidad de Chicago que se dedicaron a resumir algunas de las obras maestras de la literatura universal, como *Hamlet*, *El Gran Gatsby*, *Esperando a Godot* o *La Metamorfosis* de Kafka en un máximo de 20 tuits. Finalmente, y tras convertirse en un fenómeno viral, la editorial Penguin compró los derechos y lo publicó en formato papel con el título *Twitterature* (Aciman y Resin, 2009). El concepto es definido en la portada de la edición norteamericana como: “Tuitatura: amalgama de “twitter” y “literatura”; reelaboración humorística de clásicos literarios para los intelectuales del siglo XXI, en digeribles porciones de 20 tuits o menos”.

En el ámbito académico, el fenómeno de la tuitatura ha llegado a adquirir cierta relevancia con la fundación en el año 2011 del Instituto de Tuitatura Comparada (<http://www.twittexte.com/>), a cargo de Jean-Yves Fréchette y Jean-Michel Le Blanc, responsables de la organización de eventos tan significativos como el *Primer Festival Internacional de Tuitatura*, celebrado en Quebec en 2012. Dentro de nuestro país, si bien es verdad que no ha habido actos académicos significativos, si es destacable la creación de centros especializados en humanidades digitales, disciplina dentro de la que se enmarcaría el estudio de estas nuevas formas, como el Laboratorio de Innovación en Humanidades Digitales de la UNED (2014), el cual sigue la senda de la Asociación de Humanidades Digitales Hispánicas, fundada en 2012, emulando las grandes iniciativas llevadas a cabo por otros centros europeos como la Universidad de Oxford y el King's College.

<sup>2</sup> Para un mayor desarrollo sobre el término tuitatura, ver Escandell Montiel, 2014.

Respecto a los estudios dedicados a la relación entre redes sociales y literatura en español, hay que destacar la pionera labor de Tomás Albaladejo (2001 y 2007), María José Vega (2003), Domingo Sánchez-Mesa (2004), Susana Pajares Tosca (2004), María Teresa Vilariño y Anxo Abuín (2006) y Laura Borràs (2007 y 2010), quienes abrieron el camino para posteriores estudios publicados en los últimos cinco años y entre los que son esenciales para un estudio sobre literatura en Twitter los de Carla Raguseo (2010), Daniel Cassany (2012), Elena López Martín (2012), Daniel Escandell (2014), Paulo Antonio Gatica Cote (2015) y Rosa María Navarro Romero (2015).

El presente artículo busca integrarse dentro de esta estela de estudios sobre las nuevas creaciones literarias que se están produciendo en Twitter, ofreciendo un análisis de algunos de los ejemplos que podemos encontrar en la red social. Para ello, hemos elegido el *Twitter Fiction Festival*, un evento mundial en el que autores de todo el mundo son invitados a publicar una historia en el marco del evento, teniendo en cuenta las limitaciones técnicas de la conocida red social.

## 2. MÉTODO: TWITTER Y LA LITERATURA DIGITAL

### 2. 1. Twitter como plataforma comunicativa de expresión artística

Antes de adentrarnos en el análisis de las formas de creación literaria que podemos encontrar en Twitter, creemos necesario aclarar algunos conceptos básicos que nos servirán para establecer unos parámetros de análisis de las ficciones en esta red.

La primera pregunta obligada es: ¿qué es Twitter? Si afinamos nuestros criterios surge la primera sorpresa ya que, frente a lo que generalmente se piensa, Twitter no es una red social, puesto que no conecta a las personas de la manera en la que sí lo hacen las redes sociales como Facebook. Entonces, ¿qué es? Según uno de sus creadores, Jack Dorsey, Twitter es: “una plataforma de comunicación” (Muñoz y Riveiro, 2009). Esta misma idea fue reafirmada y desarrollada por Laura Gómez, responsable de la internacionalización de la compañía, quien, en una entrevista concedida en 2011, señalaba:

Twitter no es una red social, es una red de información abierta, ya que para ser una red social tienes que tener una relación mutua. Tú aceptas mi petición de amistad y vamos a ser amigos y vamos a consumir contenido personal. Twitter es una plataforma cuya información, que son los 115 millones de 'tweets' diarios, se envía a través de aplicaciones que los desarrolladores externos han creado, así como internamente y a través de mensajes de texto. Es importante señalar que por no ser una red social se tiene acceso a esta información desde cualquier dispositivo (Martínez, 2011).

Aclarado qué es Twitter pasaremos a centrarnos en sus características, las cuales nos darán la clave para clarificar su terminología básica y su funcionamiento. Respecto a este asunto, José Luis Orihuela (2011: 32 y 33) distingue diez características básicas del modelo comunicativo presentado por Twitter:

1) *Asimétrico*. Una red social de relaciones optativas (seguir/ser seguido), en la que no se requiere consentimiento mutuo entre los usuarios.

2) *Breve*. Un formato de escritura limitado a 140 caracteres por mensaje.

3) *Descentralizado*. Una arquitectura variable multipunto-multipunto definida por las decisiones de cada usuario.

4) *Global*. Un servicio disponible en varias lenguas y en todo el planeta (incluso en la Estación Espacial Internacional).

5) *Hipertextual*. Un entorno de lecto-escritura en el que cada mensaje contiene enlaces por defecto (el usuario y el enlace permanente del mensaje) y en el que el uso del símbolo @ (arroba) y del signo # (numeral) genera enlaces de manera automática.

6) *Intuitivo*. Un concepto de aplicación y una interfaz web orientados a usuarios no expertos, basados en la simplicidad y la facilidad de uso.

7) *Multiplataforma*. Una aplicación con la que se puede interactuar desde clientes de mensajería, de correo, de SMS, navegadores web y sus extensiones, navegadores de sobremesa, portátiles, *netbooks*, *tablets*, móviles y redes sociales.

8) *Sincrónico*. Una temporalidad definida por la vertiginosa fugacidad del *timeline* en el que tienden a coincidir los tiempos de publicación y de lectura.

9) *Social*. Un conjunto de comunidades y relaciones definidas por cada usuario.

10) *Viral*. Una plataforma que, merced a su carácter global, social y sincrónico, facilita la rápida circulación y multiplicación de los mensajes.

Para participar en Twitter es necesario tener un perfil en el que iremos publicando (siempre con la limitación de 140 caracteres) la información que más nos interese compartir con nuestros seguidores. Estos contenidos se ordenan en una línea del tiempo o *timeline* que sigue un orden ascendente (arriba los más nuevos y abajo los más antiguos), por lo que es posible su lectura de una manera cronológica inversa.

Para relacionarnos con otros usuarios existe la opción de “Seguir”, lo que conlleva que todos sus contenidos compartidos aparezcan en nuestro *timeline*, aunque también existe la opción de búsqueda teniendo en cuenta el *hashtag* o etiqueta (introducido por el símbolo #), la cual facilita la localización de los contenidos más allá de los usuarios conectados entre sí. En este punto es importante señalar que existen dos tipos de usuarios en Twitter: los activos (comparten información) y los pasivos (se limitan a leer las actualizaciones de los perfiles a los que siguen).

Esta manera de relacionarse en Twitter ha tenido una especial relevancia en los actos de creación artística que se han dado en la plataforma ya que, como bien señala Orihuela, uno puede limitar a quien lee, pero quién lo lee será siempre consecuencia directa de lo que escribe: “En Twitter cada usuario decide a quiénes escuchar, y con lo que dice delimita el círculo de los que van a escucharlo” (Orihuela, 2011: 21). Por lo tanto, la actividad creadora debe ser compartida teniendo en cuenta unos parámetros que nos acerquen a nuestro público ideal, aunque el público real resulte impredecible.

Esta relación que se establece entre el creador y el receptor es especialmente importante y significativa en el caso de las manifestaciones artísticas en Internet, ya que el receptor elige al instante admirar o no la obra de arte y continuar su lectura mediante la acción de suscribirse a ella, ya sea siguiendo la producción como usuario pasivo o participando en ella como usuario activo. Así lo ha visto también Elena López Martín, quien, en un interesante estudio sobre arte en Twitter, puntualiza que el valor de las producciones realizadas en la web 2.0 depende exclusivamente del número de usuarios activos que interactúen con ellas, por lo que el usuario parece adquirir una importancia predominante sobre la obra:

Las herramientas 2.0 buscan la integración de cualquier usuario en sus servicios, careciendo de interés y sentido por sí solas en el caso de ser rechazadas por los habitantes del ciberespacio. Su valor es pues otorgado por los internautas y su éxito determinado, principalmente, por el número de usuarios activos que logre aglomerar (López Martín, 2012: 34).

Una de las herramientas que el autor puede utilizar para llamar la atención de sus receptores ideales es el uso de *hashtag* o etiquetas, las cuales sitúan la creación dentro de un ámbito de interés concreto. Así, si yo escribo un tuit en el que aparece la palabra #tuiteratura, esta servirá para que un cierto grupo de usuarios de la red, sean o no mis seguidores, puedan encontrar mi información compartida de una manera muy sencilla a través de la opción “buscar” de la plataforma. Este fenómeno entraría dentro del horizonte entornal del receptor, ya que tengo en cuenta sus preferencias, en este caso culturales o literarias.

Esta inmediatez en la producción y en la recepción del contenido da lugar además a una continua variación en el horizonte de expectativas, por lo que la interpretación de las manifestaciones artísticas en la red se complica, al ser difícil hacer un seguimiento de todos los receptores, sean activos o pasivos.

## 2. 2. Literatura digital

Aunque, como señala Elena López Martín (2013), Internet ha sido una plataforma para las manifestaciones artísticas desde su origen, no siempre se le ha dado la misma importancia ni el mismo prestigio que a la producción en papel. No podemos dejar de citar en este sentido a Román Gubern, quien habla de la relación proporcionalmente inversa entre la cantidad y la calidad de la producción literaria en internet, llegando a utilizar el término *gaforrea social* para referirse a este tipo de manifestaciones:

La facilidad productiva y la gaforrea atentan, en definitiva, contra la complejidad textual. Pues tales tecnologías incentivan o favorecen, como acabamos de explicar, textos más breves y sintéticos (*economía textual*), en razón de la facilidad de la comunicación (*prodigalidad textual*). Como es sabido, la

contradicción entre facilidad/cantidad y calidad no es nueva en la historia de la cultura artística (Gubern, 2010: 105).

Daniel Cassany (2012), en su interesantísimo libro sobre literatura digital, señala una serie de características que diferencian la escritura en papel y en pantalla (y la red) y que se resumen en las siguientes:

a) *Hipertextualidad*: los vínculos electrónicos permiten pasar de un texto a otro.

b) *Intertextualidad*: los textos se conectan entre sí o con elementos externos a los que hacen referencia.

c) *Multimodalidad*: integran varios tipos de sistemas de representación (texto, imágenes, audio, vídeo...).

d) *Plurilingüismo y multiculturalidad*: la globalización de la red ha dado como resultado que muchos textos estén escritos en varios idiomas o hagan referencia a diferentes culturas, teniendo en cuenta a los receptores a los que va destinada la información.

e) *Géneros electrónicos*: la red ha propiciado la aparición de nuevos géneros.

f) *Virtualidad*: no nos relacionamos físicamente con los textos, sino que los percibimos a través de una pantalla.

g) *Carácter inacabado*: los textos están o pueden estar en constante actualización y cambio.

h) *¿Superficialidad?*: la rapidez con la que los textos cambian o son sustituidos por otros ha creado un efecto de superficialidad, ya que pasamos de uno a otro quedándonos en muchos casos en la superficie y no profundizando en la lectura.

De máxima importancia y clave para cualquier estudio de tuitología es también el artículo de Carla Raguseo (2010), en el que se indican algunas de sus principales características:

1) Naturaleza comprimida.

2) Ausencia de título (aunque no siempre ocurre así).

3) Orden inverso de lectura, ya que hay que comenzar a leer por los tuits más antiguos, situados al final de la página.

4) Marca temporal, dada al final del tuit con fecha y hora, lo que nos da sensación de inmediatez.

5) Posibilidad de interacción con el autor y de marcar la entrada como favorito.

Además de estos rasgos propios, Raguseo señala algunas características que la ficción en Twitter comparte con la

microficción, como la brevedad, el significado múltiple, la intertextualidad y la fragmentación.

### 3. LITERATURA EN TWITTER: A PROPÓSITO DEL *TWITTER FICTION FESTIVAL*

Aunque las manifestaciones literarias en Twitter son abundantes, y cada vez más frecuentes, en este artículo nos centraremos exclusivamente en las englobadas en el *Twitter Fiction Festival*, las cuales nos servirán como muestra para ejemplificar los principales rasgos de esta nueva modalidad en relación con la participación activa del receptor.

Celebrado en línea a través de la plataforma que le da nombre y dirigido por Andrew Fitzgerald @magicandrew, el *Twitter Fiction Festival* ha contado con tres ediciones hasta la fecha: del 18 de noviembre al 2 de diciembre de 2012, del 12 al 16 de marzo de 2014 y del 11 al 15 de mayo de 2015. El primer *Twitter Fiction Festival* (2012) se celebró íntegramente en Twitter, invitándose a cualquier usuario a participar de manera activa presentando sus ideas narrativas. Así, Andrew Pyper @andrewpyper realizó una revisión de la historia ambientada en la Casa Blanca *Otra vuelta de tuerca* de Henry James desde el punto de vista de una niñera inglesa, Lucy Coats @lucycoats se atrevió a condensar 100 mitos griegos en 100 tuits, Lauren Beukes @laurenbeukes optó por animar a los lectores a enviarle propuestas de mash-up con las que creó lo que ella tituló #Litmash, Scott Hutchins @ScottHutch se atrevió con la novela negra y Elliott Holt @elliottholt hizo lo propio presentando un crimen a través de tres perfiles distintos y con final abierto. El segundo *Twitter Fiction Festival* (2014) contó con la participación de la Asociación de Editores Norteamericanos (Association of American Publishers) y la casa editorial Penguin Random House, lo que supuso un impulso importante para el acontecimiento, celebrado una vez más a través de la plataforma. Esta edición contó con la participación oficial de cincuenta autores de diez países diferentes. Entre las propuestas más curiosas se encontraban un relato sobre la vida erótica del Señor Bates, el personaje de *Downtown Abbey*, retratada en la cuenta de Anthony Marra @anthonyfmarra; la caída de Ana Bolena relatada desde el punto de vista de su perro, presentada por Liz Fremantle a través de

su cuenta @lizfremantle; la tuitización de un webcómic a cargo de Eric Smith @ericsmithrocks o el mismísimo Dios tuiteando desde su cuenta @thetweetofgod. El tercer y hasta la fecha último *Twitter Fiction Festival* (2015) se celebró en el mes de mayo y en él participaron 48 autores, 23 de los cuales fueron invitados por la organización y 25 accedieron al festival mediante elección por parte de un jurado convocado para la ocasión. Entre las historias elegidas podemos resaltar la participación de la autora Margaret Atwood @MargaretAtwood, cuya propuesta se hacía desde el punto de vista de un pasajero en un avión; un experimento de Elige tu aventura a través de Twitter, a cargo de Anson Montgomery a través de la cuenta @chooseadventure, o las desventuras de un desmemoriado Lemony Snicket, presentada a través de la cuenta @lemonysnicket.

Aunque todas las propuestas presentadas al festival pueden ser consultas en su página web oficial: <http://twitterfictionfestival.com/>, hemos seleccionado solo algunas, las cuales nos servirán como ejemplo para mostrar la participación constante del lector o receptor como parte del proceso creativo, la cual se hace esencial para completar estas innovadoras prácticas literarias. Para ello, nos hemos centrado en los aspectos referidos a: 1) el uso del tiempo, 2) la hipertextualidad a través de la inclusión de imágenes y otros elementos multimedia, 3) la actuación de los personajes, 4) el uso de la intertextualidad, 5) la importancia del espacio y 6) la participación del público en el desarrollo de la trama.

Para analizar el uso del tiempo hemos elegido el experimento llevado a cabo por Scott Hutchins en la primera edición del festival con el título *The Nanny: a Twitter Noir* (Hutchins, 2012). En él se presenta una historia policíaca distribuida en una serie de tuits que se publicaron durante una hora al día durante 5 días consecutivos.

En primer lugar, hay que destacar que en Twitter el autor tiene la opción de programar las horas a las que se publicará la información compartida, lo que contribuye en muchos casos a crear un ritmo concreto que forma parte de la historia y que consigue que el lector se adentre mucho más en la acción que se está desarrollando, aunque para ello debe aceptar el pacto que se le ofrece, tomando como referencia las horas locales a las que se realizan las publicaciones. Esto tendrá consecuencias directas en la

percepción que el lector tiene del texto, ya que dependerá de su uso horario, siendo o no el mismo que el del emisor.

El poder jugar de esta manera con la frecuencia de publicación favorece a la percepción que el lector tiene sobre los cambios en el ritmo de la trama, ya que estos se adecuan a los hechos que van ocurriendo en la historia y nos indican el estado de ánimo de los personajes. Así lo señala el propio Hutchins:

I tried to have the pace of the tweets —specifically the pace of the information in the tweets— reflect the real-time situation of the story. [...] More breathless if the detective was on a chase. More regular if he was sitting and interviewing (Kessler, 2012).

Aunque la publicación de los tuits estaba concentrada en una única hora, el ritmo que presenta la narración se adecúa perfectamente al ritmo de vida y al tiempo que la detective protagonista tiene para escribir, lo que dota a la historia de una mayor dosis de realismo y veracidad:

It wouldn't make sense if I just had her tweeting constantly, because it would be unbelievable. If you did that, you would be fired. [...] So I had to have her sneaking off to the bathroom. I had to have her tweeting in quick spurts while she had a free moment, a coffee break. Because she had these nightmares, these horrific nightmares, it would require me to write her sections in the middle of the night in the Washington time zone (Kessler, 2012).

En esta historia encontramos también otro interesante rasgo, propio de estas nuevas formas narrativas: la conexión con elementos externos a los que accedemos a través de enlaces incluidos en algunos tuits, lo cuales nos remitirían a una realidad externa, conocida o no, por el receptor y que tendrá, por tanto, diferentes efectos sobre su lectura. En el caso de la narración de Hutchins, el elemento utilizado son fotografías de la ciudad de San Francisco en referencia al lugar de trabajo de la protagonista y a los distintos personajes.



Fig.1 The Nanny: A Twitter Noir. Hutchins, 2012

Esta inclusión de imágenes fue también utilizada por Ankur Thakkan @ankurthakkan quien en la segunda edición del festival en 2014 tuiteó una historia de amor haciendo uso exclusivamente de fotogramas de películas de Bollywood (Thakkan, 2014), lo que la convirtió en una suerte de fotonovela bollywoodiense tuiteada. Para dotar de voz a los personajes, Thakkan fue alternando entre la aparición de subtítulos en inglés incluidos en los fotogramas y breves introducciones de texto a continuación de las imágenes. Para conseguir el efecto cinematográfico deseado, el autor llegó incluso a introducir tres imágenes que correspondían a los títulos iniciales, al intermedio y a los créditos finales.

De nuevo nos encontramos con que este recurso necesita de la complicidad y el reconocimiento por parte del receptor, quien, según identifique o no el característico formato de las películas del género de Bollywood, hará una u otra lectura del texto final.



Fig. 2. Presentación, escena, intermedio y créditos finales. Thakkar, 2014

Especialmente interesante en este sentido es “Already a Hero”, la propuesta de Erick Smith @ericksmithrocks, un webcómic fragmentado en diferentes tuits. La idea surgió, según comenta el propio Smith en su web, cuando lo invitaron a participar en el *Twitter Fiction Festival* y decidió adentrarse en un género del que era un gran seguidor, pero que nunca había trabajado: el webcómic:

And #TwitterFiction sure seemed like the perfect outlet. The stories are meant to be short, quick, span a few tweets (or

sometimes only one), and that's it. Web comics use a few squares and sometimes a single image to tell a story or convey a feeling (Smith, 2014).

Para llevar a cabo esta labor contó con la ayuda de Juan Solon @juansolon, colaborador en su primer libro y responsable de las ilustraciones. Aunque la red no lo permite, las imágenes, caracterizadas por su marcado pixelado, estaban animadas, lo que se puede apreciar en la web del autor, donde encontramos la historia completa.

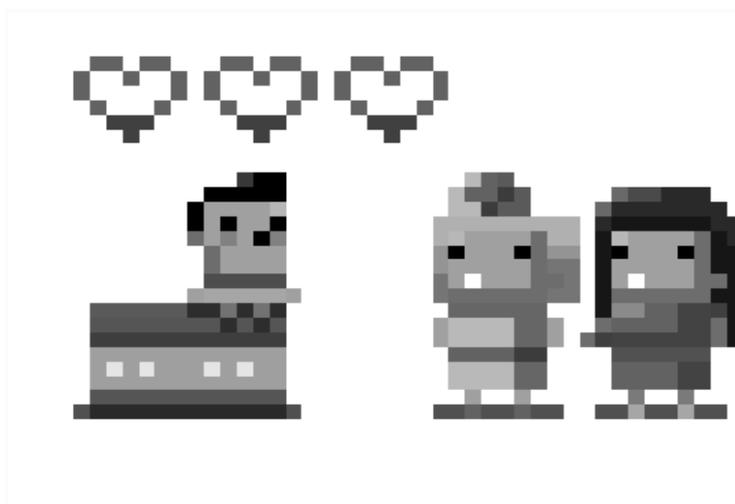


Fig. 3. Already a hero. Smith, 2014

En cuanto a los personajes, frente a otras plataformas, en Twitter no hay necesidad de que los perfiles se correspondan con personas reales, lo que posibilita la creación de perfiles ficticiales asignados a los distintos participantes en la historia y gestionados por una única persona permitiendo su interacción:

While Facebook and Google+ require users to use their real names, Twitter encourages fictionalized accounts—whether it's the chair that Clint Eastwood talks to, Don Draper, or the cobra that escaped from the Bronx Zoo (Kessler, 2012).

Este recurso aparece de manera muy significativa en la historia *Evidence* (Holt, 2012) creada por Elliott Holt para el

primer festival y para la que gestionó diferentes perfiles que interactuaban como si se tratase de los propios personajes: @margotburnham (31), relaciones públicas encargada de la fiesta en la que se produce el asesinato; @simonsmithmilla (44), londinense, presente en la fiesta porque “conoce a gente”; y @elsajohanssen (26), quien se define a sí misma como diseñadora sueca, pero que en realidad es de San Francisco.

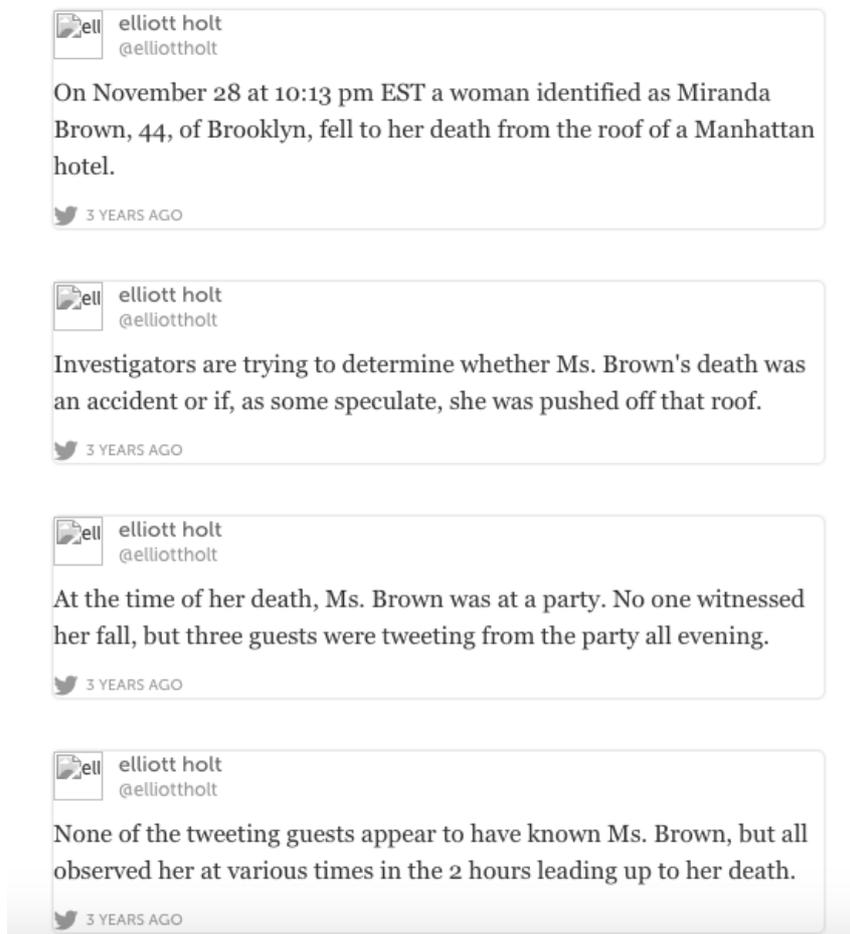


Fig. 4. Evidence. Holt, 2012

Las instrucciones para participar (publicadas por la autora en su perfil) eran: 1) seguir las tres cuentas, 2) leer los hechos y 3)

tuitear con alguno de los hashtags #homicide, #suicide o #accident como propuestas de resolución del conflicto presentado: el descubrimiento del cadáver de Miranda Brown (44 años), el cual había caído presuntamente desde la azotea de un hotel de Manhattan donde se está celebrando una fiesta a la que todos los personajes acuden. Aunque nadie ha sido testigo del crimen, tres personas (Margot, Simon y Elsa) han estado tuiteando toda la noche, por lo que la policía decide investigar todas sus publicaciones para llegar a una conclusión: #homicidio, #suicidio o #accidente. La resolución del conflicto contaba con la participación directa de los receptores, quienes debían aceptar el juego siguiendo las tres cuentas para después ser clave en su final, participando directamente en la creación del texto.

Otro de los elementos que llama la atención en estos experimentos literarios es el recurrente uso de la intertextualidad, con el uso de referencias que el receptor debe localizar para obtener una lectura completa del texto. De esto da buena cuenta la propuesta presentada por Lucy Coats en el festival de 2012, en la que condensó 100 mitos en 100 tuits (Coats, 2012). La idea surgió cuando Coats, autora de libros infantiles y muy activa en redes sociales, vio en Twitter la invitación a participar en el primer *Twitter Fiction Festival*. Apasionada de la mitología griega, decidió enviar una propuesta que resumía los 100 mitos griegos contenidos en su obra *Atticus the Storyteller: 100 Greek myths* (2002). Para ello debía reducir las historias a simples titulares de periódico, a la manera de los tabloides ingleses, los cuales, según la propia autora, se asemejaban en gran parte a los hechos recogidos por los autores clásicos:

the only way to do this was to turn the myths into tabloid headlines. Sacrilege? I don't think so. These ancient stories are full of just the kind of scandal the tabloids of today love. Zeus is always having torrid affairs (sometimes with his close relations), or turning into a seductive beast. There's murder, there's jealousy, there's war, there's abduction, there are amazing catfights between goddesses, and, in general, more godly (and human) shenanigans than The Sun can shake a stick at. It's material newspaper editors can only dream of in real life (Coats, 2012b).

El reto de tuitear los mitos cosechó un enorme éxito que derivó en un importante incremento de las ventas del libro en el que

se basó, ya que, para los no iniciados en la materia, los mensajes de 140 caracteres fueron una trampolín para conocer los hechos de manera muy concisa, pero sin duda hacen necesaria la revisión de unos contenidos más amplios con los que completar el texto presentado.



Fig. 5. 100 myths in 100 tweets. Coats, 2012a

Por otra parte, el espacio juega también un papel esencial en estas nuevas narrativas con la inclusión de imágenes que hacen referencia a localizaciones concretas que pueden incluso llegar a formar parte de la trama. Esto ocurre con la propuesta de Celeste Ng @pronounced\_ing, quien en la edición de 2015 construyó una historia de amor (Ng, 2015) siguiendo el rastro de unas notas dejadas en una serie de libros de la Biblioteca Pública de Cambridge, presente también en Twitter con la cuenta @cambridgepl, y que completan los títulos de las obras en las que se encuentran. En ella se hacía referencia a libros reales presentes en la biblioteca y localizados según su signatura, lo que provoca el constante movimiento del narrador de la historia con subidas o bajadas por las escaleras según la sección en la que se encuentran.

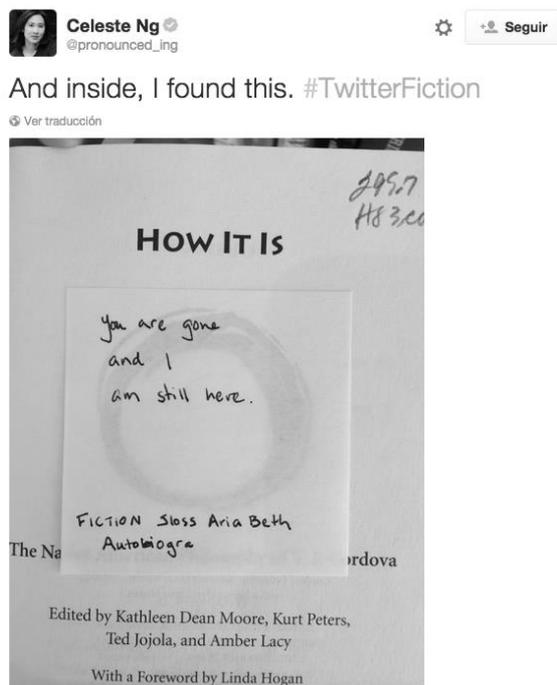


Fig. 6. Ng, 2015

La presentación exclusivamente de las imágenes de los libros a los que se hace referencia provoca en el receptor la necesidad de completar las lagunas presentes en el texto, imaginando el paso de un espacio a otro, estableciéndose unos escenarios en los que una vez más tendrá gran importancia el conocimiento o no por parte del lector, el cual es libre de completar esos huecos con su propia experiencia vital.

Por último, debemos destacar la importancia que tiene la participación de los usuarios, con los que el autor interactúa de manera directa, surgiendo propuestas tan interesantes como los poemas a demanda de Franki Elliot @frankielliot (Elliot, 2015) en la última edición del festival. En ella invitaba a sus seguidores a solicitar un tema sobre el que debía versar el poema a través de un tuit, a lo que la autora respondía con un imagen del poema resultante escrito a máquina.



Fig. 7. Elliot, 2015

En esta misma línea, destaca la labor de Lauren Beukes @laurenbeukes, quien utiliza el género de los mash-up aplicado a la literatura en Twitter, de lo que surge el #LitMash. Ayudada por los usuarios de la red, los cuales proponen dos palabras al azar, la autora presenta una historia contenida en 140 caracteres.



Fig. 8 #LitMash. Beukes, 2015

## CONCLUSIONES

Tras este sucinto repaso por algunas de las propuestas más interesantes del *Twitter Fiction Festival*, podemos llegar a varias conclusiones.

En primer lugar, la literatura en Twitter vive un momento de esplendor, de lo que da buena cuenta el surgimiento constante de nuevas iniciativas que propician la creación ficcional a través de la plataforma comunicativa, como el citado festival o la multitud de concursos y publicación de obras que cada día aparecen en la red.

En segundo lugar, podemos afirmar que la literatura en Twitter requiere de la interacción del usuario con el mensaje que el autor desea transmitir. No solo es necesaria su consideración de la publicación como literatura para que esta lo sea, sino que en muchos casos su labor es decisiva a la hora de completar la historia, ya sea participando activamente en ella añadiendo contenido, formulando sus hipótesis sobre la resolución del conflicto o haciendo propuestas que el autor luego reelaborará para dar lugar a la creación. Descubrimos aquí la situación del texto en una confluencia entre autor, texto y lector en la que la relación entre los tres elementos nos da la clave interpretativa de la obra.

En tercer lugar, la conexión entre creación artística y sociedad adquiere una importancia esencial en las manifestaciones que se dan en Twitter, ya que esta recepción se ha visto influenciada por su medio de difusión, lo que ha dado lugar a un mayor y más fácil acceso, adquiriendo además una dimensión global gracias a los *mass media*, entre los que se encuentran incluidas las redes sociales y comunicativas.

En cuarto lugar, las especiales características de esta red de información hacen que la obra se encuentre en una constante actualización gracias a la participación activa de los usuarios, quienes se relacionan con la obra y con el autor de manera inmediata, pudiendo influenciar en el desarrollo de la historia. Se produce, por tanto, una relación sincrónica, ya que el momento de la creación y la recepción del mensaje ocurren con muy poca diferencia temporal y uno afecta directamente al otro. A esto hay que unir el hecho de que se puede simultanear la gestión de varias historias paralelas (a través de varios perfiles) al mismo tiempo, lo que conlleva una mayor implicación por parte del receptor, quien

acepta las normas del juego creativo y sigue las diferentes cuentas que completan las piezas del texto.

Por último, la rápida sucesión de receptores del mismo mensaje y su variedad geográfica y cultural hacen que el horizonte de expectativas esté en un constante cambio, lo que enriquece el campo de estudio de la obra.

### BIBLIOGRAFÍA

- Albaladejo, Tomás (2001), “Retórica, tecnologías, receptores”, *Revista de Retórica y Teoría de la Comunicación*, año I, núm. 1, Enero 2001, pp. 9 – 18.
- (2007), “Literatura y tecnología digital: producción, mediación, interpretación”, en *Actas digitales del III Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad “Conocimiento Abierto, Sociedad Libre”*, CDrom, Barcelona, Generalitat de Catalunya- Diputació de Barcelona, Cornellà Net, dd Media.
- Borràs, Laura (2005), *Textualidades electrónicas: nuevos escenarios para la literatura*, Barcelona, UOC.
- (2010), “Leer literatura (en) digital: una historia de intermediaciones, desplazamientos y contaminaciones”, *Arizona Journal of Hispanic Cultural Studies*, Volume 14, pp. 177-195.
- Cassany, Daniel (2012), *En\_línea. Leer y escribir en la red*, Barcelona, Anagrama.
- Escandell Montiel, Daniel (2014), “Tuitatura. La frontera de la microliteratura en el espacio digital”, *Iberic@l*, núm 5, pp. 37-48.
- Fitzgerald, Andrew (2012), “Twitter Fiction Festival Selections” en <https://blog.twitter.com/2012/twitter-fiction-festival-selections> (15/02/2015)
- (2013), “Adventures in Twitter Fiction” en <https://www.youtube.com/watch?v=J6ZzmqDMhi0> (15/02/2015).

- Gatica Cote, Paulo Antonio (2015), “Cuando Twitter encontró el aforismo”, en F. Noguero, M. A. Pérez López y V. Sánchez Aparicio (eds.), *Letras y Bytes*, Kassel, Edition Reichenberger, pp. 149 – 164.
- Gubern, Román (2010), *Metamorfosis de la lectura*, Barcelona, Anagrama.
- Kessler, Sarah (2012), “In Twitter, an emerging creative médium for the digital age” en <http://www.fastcompany.com/3003726/twitter-emerging-creative-medium-digital-age> (13/02/2016).
- López Martín, Elena (2012), “Twitter como argumento, herramienta y soporte para la producción artística contemporánea”, *Revista d’humanitats*, Vol. 6, Diciembre 2012, pp. 33 – 47.
- Martín Prada, Juan (2012), *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*, Madrid, Akal.
- Martínez, Slomara (26 de febrero de 2011), “Entrevista: Laura Gómez, gerente de internacionalización de Twitter”, *El Mundo*.  
<http://www.elmundo.es/elmundo/2011/02/26/navegante/1298718512.html> (10/02/2016).
- Muñoz, R. y Riveiro, A. (2009), “Entrevista: Jack Dorsey”, *El País*, [http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2009/03/25/actualidad/1237973279\\_850215.html](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2009/03/25/actualidad/1237973279_850215.html) (10/02/2016).
- Navarro Romero, Rosa María (2015), “De bitácoras y redes. La literatura en el océano transmediático”, *Dialogía*, núm. 9, pp. 288 – 303.
- Orihuela, José Luis (2011), *Mundo Twitter*, Barcelona, Alienta Editorial.
- Pajares Tosca, Susana (2004), *Literatura digital: el paradigma intertextual*, Cáceres, Universidad de Extremadura, Servicio de Publicaciones.
- Raguseo, Carla (2010), “Twitter Fiction: Social Networking and Microfiction in 140 Characters”, *TESL-EJ. The electronic journal for English as a second language*, Núm. 4, Vol. 14, <http://www.tesl-ej.org/wordpress/issues/volume13/ej52/ej52int/> (15/02/2016)
- Sánchez-Mesa, Domingo (2004), *Literatura y cibercultura*, Madrid, Arco.  
(10/12/2015).

- Torres Begines, Concepción (2015), “Novelas en Twitter: el fenómeno de la literatura en 140 caracteres”, *Espéculo. Revista de Estudios Literarios*, núm. 54, enero – junio, pp. 208 – 220.
- Vega, María José (ed.) (2003), *Literatura hipertextual y teoría literaria*, Madrid, Mare Nostrum Comunicación.
- Vilariño, María Teresa y Abuín, Anxo (ed.) (2006), *Teoría del hipertexto. La literatura en la era electrónica*, Madrid, Arco Libros.

## REFERENCIAS DE AUTOR

- Aciman, Alexander y Resin, Emmett (2009), *Twitterature: The World's Greatest Books in Twenty Tweets or Less*, New York, Penguin.
- Beukes, Lauren (2012), “#LitMash at the Twitter Fiction Festival” en <http://laurenbeukes.bookslive.co.za/blog/2012/11/28/litmash-at-the-twitter-fiction-festival/> (04/12/2015).
- (2015), “Lauren Beukes” en [https://storify.com/TWfictionfest/lauren-beukes?utm\\_source=embed\\_header](https://storify.com/TWfictionfest/lauren-beukes?utm_source=embed_header) (05/12/2015).
- Coats, Lucy (2002), *Atticus the Storyteller: 100 Greek Myths*, Londres, Orion Publishing Group.
- (2012a), “100 Greek myths in 100 tweets” en <https://storify.com/CrownPublishing/100-greek-myths-retold-in-100-tweets> (27/12/2015).
- (2012b), “The Twitter Fiction Festival: a guest post by Lucy Coats” en <http://nosycrow.com/blog/the-twitter-fiction-festival-a-guest-post-by-lucy-coats/> (27/12/2015).
- Elliot, Frankie (2015), “Frankie Elliot” en [https://storify.com/TWfictionfest/frankie-elliott?utm\\_source=embed\\_header](https://storify.com/TWfictionfest/frankie-elliott?utm_source=embed_header) (16/11/2015).
- Gaiman, Neil and the Twitterverse (2009), *Heart, Keys and Puppetry*, BBC Audio, en <http://www.sffaudio.com/?p=13878> (12/11/2015).
- Holt, Elliot (2012), “@ElliottHolt's #TwitterFiction Story” en <https://storify.com/penguinpress/elliott-holt-s-twitter-fiction-story> (25/01/2016).

- Hutchins, Scott (2012), “The Nanny: A Twitter Noir” en <https://storify.com/HutchScott/the-nanny-a-twitter-noir> (10/01/2016).
- Mendelson, Brandon (2008), “How to star a Twitter Novel” en <http://www.twitip.com/how-to-start-a-twitter-novel/> (12/02/2016).
- Mitchell, David (14 de julio de 2014), “The Right Sort”, *The Guardian*, en [http://www.theguardian.com/books/2014/jul/14/the-right-sort-david-mitchells-twitter-short-story?CMP=tw\\_t\\_gu](http://www.theguardian.com/books/2014/jul/14/the-right-sort-david-mitchells-twitter-short-story?CMP=tw_t_gu) (25/11/2015).
- Ng, Celeste (2015), “Twitter Fiction Festival 2015” en [https://storify.com/pronounced\\_ing/twitter-fiction-2015?utm\\_source=embed\\_header](https://storify.com/pronounced_ing/twitter-fiction-2015?utm_source=embed_header) (27/12/2015).
- Ritchel, Matt (2008), “Introducing the twiller”, *The New York Times*, en <http://bits.blogs.nytimes.com/2008/08/29/introducing-the-twiller/comment-page-3/#respond> (12/11/2015).
- Thakkar, Ankur (2014), “A Bollywood Film on Twitter” en <https://storify.com/ankurthakkar/twitterfiction-by-ankurthakkar/> (11/11/2015).
- Smith, Eric (2014), “Already a Hero: having fun with Twitter Fiction” en <http://ericsmithrocks.com/2014/03/14/already-a-hero-having-fun-with-twitter-fiction/> (15/12/2015).