



speculo

Revista de Estudios Literarios

ISSN: 1139-3637



Número 54

Narrar en la era **DIGITAL**



Espéculo

Revista de Estudios Literarios

Universidad Complutense de Madrid



Coordinadora del número:

Belén Mainer Blanco

U. Fco. De Vitoria

Grupo de Estudios de la Cultura Popular en la
Sociedad Mediática (UCM)

Editor: **Joaquín M^a Aguirre** (UCM)

Número 54

Enero- junio 2015

ISSN: 1139-3637

Novelas en Twitter: el fenómeno de la narrativa en 140 caracteres

Concepción Torres Begines

Grupo de Investigación Literatura, Transtextualidad y Nuevas Tecnologías
Departamento de Publicidad, Comunicación Audiovisual y Literatura
Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Sevilla
conchatb@gmail.com

Resumen: Desde su nacimiento en 2006, Twitter ha sido el medio utilizado por un gran número de autores para presentar sus novelas o las grandes obras clásicas en formato de 140 caracteres. Desde una perspectiva puramente descriptiva, este trabajo busca abrir una puerta a futuros estudios con la presentación de diferentes ejemplos de la nueva narrativa digital a través del tiempo. Para ello, se ha seguido una tipología basada en los ejemplos más significativos de novelas publicadas a través de la conocida red social.

Palabras clave: Twitter, tuitertura, tuiller, redes sociales, narrativa

Abstract: Since its creation in 2006, Twitter has been the resource used by a great number of authors to present their novels or the Classic works in a 140 characters format. From a purely descriptive perspective, this work seeks the opening of a door to future studies with the presentation of different examples of this new digital narrative through the time. To this purpose, we have followed a typology based on the most significant examples of novels published in the well-known social network.

Keywords: Twitter, twitterature, twiller, social networks, narrative

Introducción: Tuitler, tuovel, tuitertura

“Estoy trabajando en mi novela” es una de las mayores mentiras de Twitter. Así lo ha visto el artista neoyorquino Corel Arcángel, quien a raíz de su cuenta @workingonmynovel ha publicado un libro en el que recoge todos los tuits que se refieren a este fenómeno (Arcángel, 2014). El resultado es que él mismo ha escrito un libro sin haberse puesto nunca a tan ardua tarea. Y es que el fenómeno de la tweetliterature o tuitertura está de moda.

Aunque hay algunos críticos que señalan que durará poco, sus manifestaciones no han cesado desde prácticamente el nacimiento en 2006 de la red social que le da nombre y formato: Twitter. Buena prueba de ello es la aparición de conceptos como twiller (tweet - thriller), twovel (tweet - novel), o el ya mencionado tuitatura, para designar a estas manifestaciones narrativas que están apareciendo en la red social desde todas las partes del mundo

El primero en aparecer fue el concepto de twiller, creado en agosto de 2008 por Matt Richtel, articulista del *New York Times* (Richtel, 2008): “In my case, I’ve for the last two months been using Twitter to write a real-time thriller. Hence: Twiller”. En este experimento presentaba la historia 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 solo le permite usar Twitter como única compañía decide escribir un relato de autoconocimiento en formato de 140 caracteres.

Un mes después, en septiembre de 2008, Brandon J. Mendelson publicaba en la web *Twitpic* una serie de siete recomendaciones para escribir una novela en Twitter (Mendelson, 2008) y que podemos resumir en los siguientes puntos:

1. **Throw Out the Manuscript (Tira el manuscrito):** dividir y serializar un manuscrito parece fácil, pero no lo es si tienes que adaptarlo a grupos de 140 caracteres y que todavía tenga sentido.
2. **Have A Plan (Ten un plan):** a pesar de que no tengas manuscrito, necesitas saber hacia donde va la historia.
3. **Manage the Clock (Maneja el reloj):** el contenido ya no es estático, sino que puedes programar tus contenidos para que ocurran en tiempo real.
4. **Not Just Story. Events (No solo historia. Acontecimientos):** Añade imágenes y música que recreen las acciones de los personajes.
5. **Don’t Bury The Lead (No quemes el final):** más de cinco entradas de Twitter al día pueden ser peligrosas, ya que inducen a la fatiga del lector y se pierde interés.
6. **Move It Forward (Avanza):** haz que cada tuit haga avanzar la historia de alguna manera, si no lo hace, elimínalo.
7. **Newbies And Greenhorns (Novatos y pardillos):** Muchos lectores te seguirán una vez que la novela está empezada. Crea una página web donde vayas recopilando los fragmentos de la historia y puedan retomarla por donde la has dejado.

En 2009 hizo aparición el concepto de Twitteratura o Tuitatura, el más próspero para designar este tipo de manifestaciones narrativas, y que surgió por la iniciativa de dos estudiantes de la Universidad de Chicago para 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. Lo que empezó como un juego intelectual entre dos compañeros recién ingresados en la universidad acabó convirtiéndose en un fenómeno viral en las redes sociales y en un volumen en papel, *Twitterature*, publicado por Penguin en ese mismo año (Aciman y Resin, 2009). Según autores y editores, el concepto se define, tal y como se puede leer 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”.

El fenómeno de la narrativa en Twitter no se ha quedado solo en la participación de algunos autores (profesionales y aficionados) en experimentos a través de la red social, sino que ha adquirido una dimensión académica con la fundación por parte de Jean-Yves Fréchette y su compatriota el periodista Jean-Michel Le Blanc del Instituto de Tuitatura Comparada (<http://www.twittexte.com/>) en el año 2011, el cual se encarga

de convocar congresos y seminarios sobre el tema, además de recopilar todos los estudios y publicaciones al respecto. Ellos han sido los responsables de la organización de eventos tan significativos como el *Primer Festival Internacional de Tuitatura*, celebrado en Quebec en 2012.

No menos interesante es el *Twitter Fiction Festival*, celebrado exclusivamente de manera online a través de la red social y dirigido por Andrew Fitzgerald y que ha contado con dos ediciones, una del 18 de Noviembre al 2 de Diciembre de 2012 y otra del 12 al 16 de Marzo de 2014. La dinámica seguida ha sido la misma en ambas ediciones: participantes de todo el mundo, cinco idiomas oficiales (inglés, español, italiano, árabe y francés), cinco días de exposición de las historias ganadoras, unas breves instrucciones y algunas ideas (Fitzgerald, 2012):

- Crea un personaje y cuenta una historia con su voz
- Cuenta una historia desde tu propia cuenta
- Cuenta una historia en un solo tuit
- Otras ideas creativas

Durante ese tiempo se mostró en una página web creada a tal efecto la selección de historias elegidas entre todas las enviadas a través del hashtag #twitterfiction, con el que se invitaba a todos los seguidores del evento a participar y comentar las aportaciones registradas.

A raíz de esta y otras iniciativas el estudio formal del fenómeno se ha ido extendiendo, de lo que da buena cuenta el artículo de Carla Raguseo en el que se dan algunas claves sobre sus características (Raguseo, 2010) y que podemos resumir en los siguientes puntos:

- 1) Naturaleza comprimida: “Twitter fiction refers to an original, self-contained work of fiction in each tweet”.
- 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.

Novelas en Twitter

Una vez presentados los conceptos clave, pasemos a categorizar las ficciones unidas a Twitter, entre las que hay que distinguir:

- 1) Obras que han surgido de la recopilación de tuits a lo largo del tiempo.
- 2) Obras literarias escritas en papel que se han convertido en tuits.
- 3) Obras que se han escrito directamente para la red social, siendo este su formato primigenio. Dentro de este grupo, habría que distinguir además entre: a) las obras colectivas y b) las obras de un solo autor.

1. Obras que han surgido de la recopilación de tuits a lo largo del tiempo

Buenos ejemplos de este tipo serían la antes citada *Working on my novel* (2014) de Corel Arcángel o *My life in tweets* (2009), obra del británico James Bridle, quien recopiló todos los tuits que había escrito en sus dos primeros años en la red social.

Algo parecido, pero centrado en las pequeñas ficciones, ha hecho del mexicano Alberto Chimal un referente de este nuevo formato, con la publicación en 2010 de su obra *83 novelas*, compuesta por 83 microrrelatos que originalmente fueron publicadas en Twitter (Chimal, 2011):

todos los textos del libro fueron escritos y publicados inicialmente en Twitter. Entonces aparecieron entre muchas otras notas, por igual intentos de cuento que enlaces o conversaciones, y fueron leídas por quien seguía mi cuenta y estaba en línea cuando las fui publicando, lo que sucedió a lo largo de varios meses del año pasado. Esta experiencia de publicación y lectura inicial sirvió para lo que hice después: reunir los textos que querían ser historias, revisarlos, desechar casi todos, ordenar los que quedaron para crear el libro.

El resultado se puede descargar gratuitamente en formato pdf, mobi y pub desde la web del autor: *Las historias*.

Del Chimal es también *El viajero del tiempo* (2011) publicado en el mismo formato que su obra anterior, pero teniendo como nexo común al personaje central de la novela de H.G. Wells, *La máquina del tiempo* (1895). Dividida en pequeñas entradas de 140 caracteres, la idea surgió por la fascinación del autor por el personaje y las posibilidades potenciales que tenía su aparición en la red social (Herrera, 2012):

La idea: la creación de un personaje que a semejanza de la máquina, realizara viajes continuos e ininterrumpidos en espacios y tiempos que van del pasado al futuro; así nace el primer esbozo del personaje del viajero. Poco después de comenzar su periplo a través del Twitter, Chimal se percató de que el proyecto cobraría proporciones que no había previsto: la respuesta de la comunidad que leyó (incluso entre líneas, si esto es posible en 140 caracteres) los alcances que podía tener el viajero, comenzó a reenviar posibles respuestas, a completar historias que realizaba el personaje y, también, a crear otras, de esta forma y de manera paulatina, se conformó el mapa de las estampas que constituyen los pasos del viajero por el mundo y fuera de él.

Otros proyectos novelísticos se encuentran actualmente en periodo de creación, como la Tuitnovela del colombiano Héctor Abad Faciolince, quien el día que publicó su tuit número 1000 decidió comenzar una novela formada por 1001 tuits, uno diario, publicados en su perfil @AbadFaciolince. El experimento está basado en el azar, ya que el ritmo impuesto de una entrada al día hace que muchas veces pierda el hilo. Además de los 140 caracteres, el autor añade en algunas ocasiones vídeos e imágenes, lo que enriquece la narración con referencias intertextuales dentro de la red. Según el cálculo hecho por uno de sus seguidores, la novela estará terminada para el 16 de abril de 2015, 1001 días después de haberla empezado.

2. Obras que se han transformado en tuits

En este punto son numerosos los proyectos dedicados a las obras clásicas como Book Two @booktwo, dedicado a tuitear el *Ulysses* de James Joyce, Rayuela Project @rayuela y 62 Project @62project quienes hace lo propio con las novelas *Rayuela* y *62/ Modelo para armar* de Julio Cortázar o QuijoteEn17000tuits @elquijote1605, dedicada a Miguel de Cervantes y su obra más famosa. También las cuentas como Libros en 140 @libros140, dedicada a resumir las grandes obras de la literatura en la ya conocida medida y uno de los proyectos ganadores del *Twitter Fiction Festival* celebrado en 2012 a cargo de Lucy Coats @LucyCoats que consistió en condensar 100 mitos griegos en 100 tuits (Coats, 2012).

Un proyecto especialmente interesante fue la campaña publicitaria diseñada en 2010 por Ogilvy&Mater México para Librerías Gandhi con el título de Tweetlibros. La idea consistió en tuitear *El Principito* de Antoine Saint- Exupery a través de diferentes perfiles adjudicados a los personajes que participan en la historia, de manera que interactuaran entre ellos como si de un pequeño teatro se tratase. A esto se unió el uso de herramientas como Twitpic y Formspring para dinamizar la acción, con la inclusión de imágenes y la posibilidad de preguntarle a los personajes de manera directa. El resultado fue la participación de 13 personajes, 600 tuits y 9000 seguidores más para la página de las librerías.



Fuente: <http://identidadgeek.com/tweetlibros-literatura-2-0-en-espanol/2010/03/>

Por otra parte, hay iniciativas como la de Matt Steward, quien decidió publicar su obra *La Revolución Francesa* (2009) a través de Twitter, ante la negativa de numerosas editoriales de publicarla en papel. Aunque no fue la primera novela escrita en este formato, si ha sido la que más repercusión ha tenido en los medios, donde fue considerada pionera en su género. En ella se cuenta la historia de una familia de San Francisco relacionada con la Revolución Francesa a través de los acontecimientos que les van ocurriendo. Este hecho propició que el autor comenzara a tuitear las primeras líneas el 14 de Julio, coincidiendo con el día de la toma de la Bastilla a través de la cuenta @thefrenchrev.

Algunas de las razones por las que decidió embarcarse en el proyecto nos las da el propio autor en su blog *Tweeting the Revolution* (Steward, 2009):

- 1) I wanted to get my novel out fast and in a way that'll resonate with the hyperconnected 2009 way of life.
- 2) I think I write strong literary sentences that give quick, 140-character shots of literary joy.
- 3) I want to try a social experiment--see how the world reacts to a long-form tale told in snippets. The one thing I've learned about Twitter is that people will actually read bursts of 140 characters or fewer.
- 4) My agent submitted *The French Revolution* to all the major publishing houses. Many of them loved it, but none were willing to buy what they viewed as a "risky" novel--vivid language, elements of fantasy and farce, raunchy humor. What better place to take risks than Twitter?
- 5) I'm kicking off this project on Bastille Day—the day of French independence. It's the perfect time to try something revolutionary.

El proyecto implicaba la publicación de los 480.000 caracteres que conforman la obra en unos 3700 tuits. Inicialmente se iba a publicar una entrada cada 15 minutos, pero variaría siguiendo las opiniones de los seguidores de la cuenta. Actualmente, la obra se puede obtener a través de Amazon y Scribd.

Dentro de este grupo destacan también, aunque son muchas menos, las obras que se han escrito siguiendo el formato de 140 caracteres, aunque se han publicado en papel. En España contamos con *No hay perro que dure tanto* de Francisco Balbuena, obra ganadora del XIV Premio de Novela Negra Ciudad de Getafe en 2010 y que está escrita a base de mensajes de 140 caracteres que nunca fueron publicados en la red social. En el mundo francófono destaca *25 histoires, 25 auteurs en 140 ca.* (2013), iniciativa del periodista canadiense Fabien Deglise, quien le pidió a 25 autores que escribieran una historia con el límite de caracteres propio de Twitter.

3. Obras que se han escrito directamente para Twitter

Obras colectivas.

Este tipo se caracteriza por tener una autoría múltiple, siendo los propios usuarios de la red social, en este caso los seguidores de un perfil concreto, los que se convierten en autores. Generalmente, la historia es iniciada por un autor o por una organización, quien plantea la frase de inicio del relato atendiendo a los 140 caracteres de longitud. A partir de ahí, los usuarios pueden participar, siendo posible unirse al experimento una vez que este está iniciado.

Un ejemplo es el que llevó a cabo Neil Gaiman en colaboración con la BBC a través de su cuenta de Twitter: @neilhimsel en la que hacía extensiva a todos su seguidores la invitación a continuar una historia de la que él proponía la primera frase.



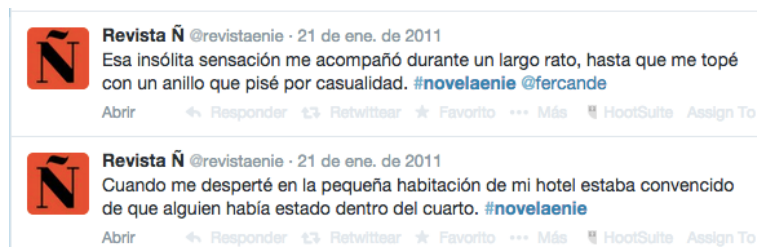
La idea del servicio de audiolibros de la BBC conllevó la publicación de un volumen con todas las aportaciones. Inicialmente, el relato estaría compuesto por 1000 tuits (Boog, 2010). Sin embargo, a lo largo del proceso de creación las expectativas se sobrepasaron y la participación masiva dificultó el seguimiento del proyecto. Según Laura Miller (Miller, 2009), el resultado fue una amalgama de referencias gaimanianas en la que el autor no tuvo influencia ninguna y que fue dirigida por los responsables de la sección de Audiobooks de la BBC, quienes encaminaban el argumento hacia los derroteros más interesantes para la publicidad de la compañía. Esta labor, además, se hizo esencial ante la necesidad de contar con un director que llevara a cabo un seguimiento de la historia para que esta tuviera un hilo conductor con sentido para poder publicarlo (Miller, 2009):

Here's how it worked: Although anyone could tweet a suggested next sentence, an editor at BBCAA selected which ones would be incorporated into the canonical

version of the story. (Gaiman’s involvement in the creative phase of the operation seems minimal, which didn’t keep one participant from grandiosely claiming to be “writing an audiobook with Neil Gaiman” elsewhere on the Web.) Oddly enough, no one was bothered by this “gatekeeping” role, even when the BBCAA editor repeatedly rebuffed a campaign to give a minor character a bigger role in the plot. (He/she later gave in, though.) Anyone who took a good look at the chaotic selection of potential paths forward could see that *somebody* had to steer. Yet, even with a skipper, much of the time the tale didn’t seem to be sailing anywhere but in circles.

Completado el objetivo de los 1000 tuits, la historia continuaba sin final y sin perspectivas de tenerlo. Ante esta tesitura, la BBC decidió realizar una serie de encuestas para decidir la suerte que debía correr el personaje principal (Sam), con el fin de concienciar a los participantes sobre la necesidad de cerrar la aventura. Tras recibir alrededor de 10.000 tuits y hacer una criba que seleccionó solo 874, el resultado fue *Heart, Keys and Puppetry* (2009), nombre que se le dio a la novela por aclamación de los 124 colaboradores (incluyendo al autor) de la obra, quienes además participaron en el diseño de la portada (Rudin, 2011). El éxito de participación en la novela colectiva con Gaiman llevó a BBC Audio a repetir al año siguiente con la novelista Meg Cabot, dando como resultado *Fashionably Undead* (2010), una historia sobre modelos zombies disponible en el mismo medio que la anterior. Ambas historias están disponibles en la página de la BBC Audiobooks (Gaiman, 2009 y Cabot, 2010).

Un experimento parecido que llegó a su fin el 20 de octubre de este año es el presentado por la *Revista Ñ*, suplemento del diario argentino *Clarín*, el cual publicó en su perfil de Twitter (@revistaenie) las dos primeras líneas de la #novelaenie el día 21 de enero de 2011:



Al igual que en el caso de la tuitnovela de Gaiman, los usuarios se han ido uniendo a la iniciativa con la publicación de sus aportaciones añadiendo el hashtag #novelaenie, lo que ha permitido su agrupamiento y seguimiento. Sin embargo, al contrario que el experimento de la BBC, los redactores de la revista se han encargado periódicamente de dirigir la historia con aportaciones propias, lo que la ha dirigido hacia un desenlace.

Por otro lado, desde su perfil personal de Twitter, el escritor mexicano José Cohen (@JCOHEN77) invitó a sus seguidores a escribir una novela de 10 capítulos, formado cada uno de ellos por un tuit de 140 caracteres. La idea surgió por la participación de sus seguidores cuando estaba escribiendo un cuento en el mismo formato (Encinas, 2009):

@lojesa: ¿Cómo surgió la idea de la novela colaborativa en Twitter, fue algo planeado o un “chispazo”?

@JCOHEN77: Chispazo. Estaba contando un cuento en 10 tuits. Algunos followers comentaban. Se hicieron más, así que decidí abrirla a todos.

El resultado fueron dos novelas *El Espejo* (2009), en el que participaron cerca de 50 personas y *La Tormenta* (2009), en la que participaron 82.

Obras de un solo autor

La primera novela escrita íntegramente en Twitter fue la del venezolano Luis Alejandro Ordóñez (@laosven), quien desgranó *Gatubellísima* a lo largo de 35 días entre junio y julio de 2009 a un ritmo de cinco tuits diarios. La obra terminada se puede consultar en su web personal *La oficina de Luis* (Ordóñez, 2012). El proyecto surgió a raíz de seguir varios perfiles de microrelatos en la red social, lo que lo empujó a experimentar con algo mayor, una novela. Así lo cuenta personalmente en su blog (Ordóñez, 2009):

Entonces, gracias a que comencé a seguir a un par de escritores que escriben microrrelatos en Twitter, se me ocurrió la idea no de escribir mis propios microrrelatos, sino de contar una historia de más largo aliento, 140 caracteres por vez. Así nació *Gatubellísima*

La primera novela en Twitter nos cuenta las aventuras de Elyuska, una manicurista que se mete en problemas. El resultado fue publicado por el propio Luis Alejandro Ordóñez en su página personal cuando saltó la alerta de que otro autor, el norteamericano Matt Steward, clamaba que su obra *La Revolución Francesa* (2009) era la primera publicada a través de la red social. De hecho, *La Revolución Francesa* no fue tampoco la segunda, sino la tercera. Así lo señala Jorge Gómez Jiménez (@jorgeletralia), habiendo sido corroborado en varios artículos después y reconocido por el propio Steward (Gómez, 2009). El segundo proyecto de este tipo fue *No Good End* de Terry Taylor (@ttaylordude), quien refleja en su historia el ambiente del Sur de Alabama, región de la que es originario.


Una iniciativa especialmente interesante fue la desarrollada por Elliot Holt @ElliotHolt en 2012 a raíz del *Twitter Fiction Festival*, para el que construyó todo un mundo alrededor de su cuenta de Twitter con la creación de diferentes perfiles que interactuaban como si se tratase de los personajes que participan en la novela, con título *Evidence*: @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.

Las instrucciones, dadas por la autora en su perfil eran seguir las tres cuentas (gestionadas por ella misma, pero dedicadas a los tres personajes participantes en la trama), leer los hechos y tuitear con alguno de los hashtags #homicide, #suicide o #accident como propuestas de resolución del conflicto presentado cuando se descubre el cadáver de Miranda Brown (44 años), caída desde la azotea de un hotel de Manhattan donde se está celebrando una fiesta. Aunque nadie había sido testigo de su caída, 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.


 **elliott holt**
@elliottholt


On November 28 at 10:13 pm EST a woman identified as Miranda Brown, 44, of Brooklyn, fell to her death from the roof of a Manhattan hotel.

 2 YEARS AGO  REPLY  RETWEET  FAVORITE

 **elliott holt**
@elliottholt

Investigators are trying to determine whether Ms. Brown's death was an accident or if, as some speculate, she was pushed off that roof.

 2 YEARS AGO

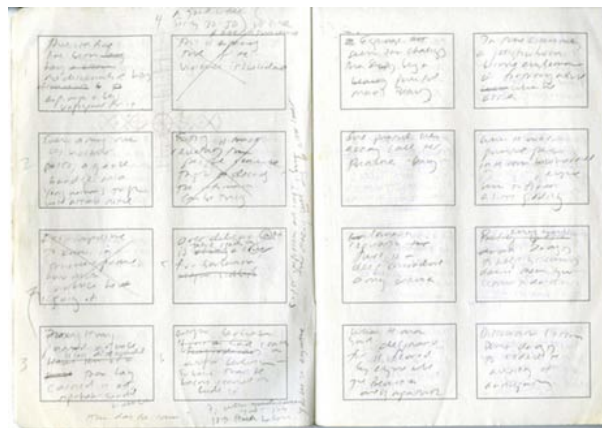
 **elliott holt**
@elliottholt

At the time of her death, Ms. Brown was at a party. No one witnessed her fall, but three guests were tweeting from the party all evening.

 2 YEARS AGO

La novela completa se puede leer en la cuenta de *Storify* del *Twitter Fiction Festival* y publicado por The Penguin Press (Holt, 2012).

Del mismo año es la publicación en la cuenta de *The New Yorker* de la novela *Black Box*, escrita por la ganadora del Pulitzer en 2011 Jennifer Egan, quien planeó el proceso en un cuaderno en el que se presentaba la división en grupos de 140 caracteres (New Yorker, 2012):



La obra, compuesta por 8500 palabras, fue publicada a través de la cuenta del Departamento de Ficción del *The New Yorker* @NYerFiction en un plazo de diez días a un ritmo de un tuit por minuto entre las 8:00 pm y las 9:00 pm (horario de la costa este de Estados Unidos), comenzando el día 24 de Mayo de 2012. En ella se nos cuenta la historia de Lulú, uno de los personajes de su novela *A visit from the Good Squan*, situada esta vez en el futuro del personaje (Treisman, 2012):

In the book, Lulu is sort of an odd kid, who's very powerful and persuasive, in her way. Then we see her later and she's still powerful and persuasive but also very young. So, the question in my mind was: What would be an extreme future for her? What might happen to her? I found myself preoccupied with her and early on

I had a sense of her—I'm very place-driven as a writer—near the Mediterranean, doing some sort of espionage.

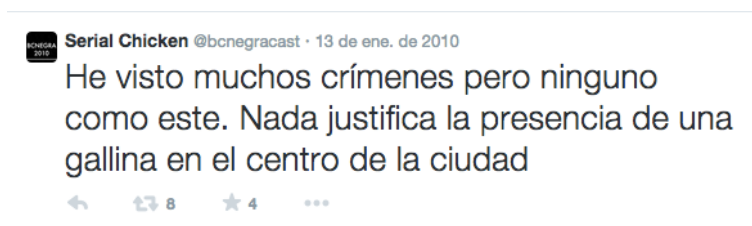
La novela completa se puede consultar en línea en la página de *The New Yorker* (Egan, 2012).

Otro proyecto más reciente es el llevado a cabo por Steven Soderbergh, quien comenzó el 28 de abril de 2013 a publicar una novela de espías titulada *Glue* a través de un perfil fantasma @Bitchuation. La noticia saltó por unas declaraciones hechas por el director de Oceans' Eleven para *The New York Times* (Scott, 2013). También destaca David Mitchell (@david_mitchell), quien escribió su novela sobre un niño y la adicción de su madre al Valium en 300 tuits entre el 14 y el 18 de julio de este año y que puede leerse al completo en *The Guardian* (Mitchell, 2014).

España: El caso de *Serial Chicken*

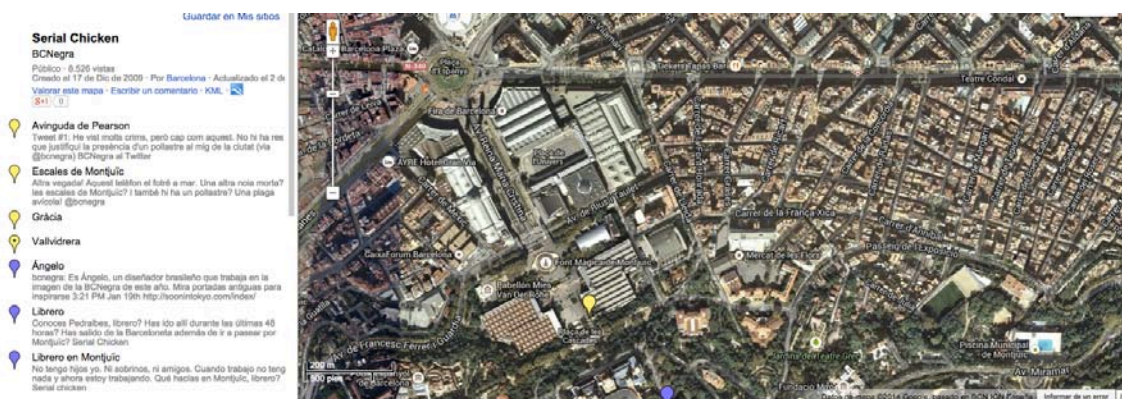
La primera publicación de este tipo en España corrió a cargo de Jordi Cervera, quien fue presentando el *thriller* policíaco sobre una gallina asesina entre el 13 de Enero y el 5 de Febrero de 2010 a través de la cuenta @BCNegra, con formato español y catalán.

La novela, encargo de agencia de publicidad catalana Soon in Tokio, quien eligió al periodista para presentar este experimento como forma de publicidad del Certamen de Novela BCNegra, tuvo gran repercusión en los medios de comunicación, siendo numerosos los que se hicieron eco de las aventuras de la gallina asesina (Mora, 2010).



El argumento va avanzando con el descubrimiento de hasta cuatro cadáveres cuyo nexo común es una entrada para el concierto de *Depeche Mode* y un omnipresente tipo de gallinácea oriunda de Reus.

Las referencias a elementos conocidos por los seguidores de la cuenta son constantes, ya sea para señalar como posible culpable al autor Jordi Cervera, además de algunos celeberrimos catalanes como Gaudí, Prim o Andreu Buenafuente. A esto hay que unir la llamada de atención sobre los escenarios por los que se pasea la gallina y que quedan plasmados en las imágenes publicadas en Flickr o marcados en Google Maps, como el Mercado de la Boquería o Negra y Criminal, la librería propiedad de Paco Camarasa, director del certamen. Lo más interesante de *Serial Chicken* es precisamente la creación de un hipertexto que se desarrolla entre Spotify, Flickr, Twitter y Google Maps, recursos digitales en los que se nos van presentando respectivamente: 1) los archivos sonoros mencionados en la historia, 2) las imágenes del crimen, 3) la historia y 4) las localizaciones de la acción dentro del mapa de la ciudad de Barcelona, donde se desarrolla la trama.



Fuente:

<https://maps.google.es/maps/ms?hl=es&ie=UTF8&t=h&msa=0&msid=112748229883991917799.00047aea9a30b695d0386&ll=41.373202,2.156367&spn=0.007504,0.015771&z=16&dg=feature>



Fuentes: <https://www.behance.net/gallery/11139995/The-serial-Chicken> y <https://www.flickr.com/photos/barcelonacultura/sets/72157623091399243>

Conclusión

En el mundo de los medios digitales en el que nos encontramos sumergidos, donde todo está en constante movimiento, es difícil predecir si la narrativa presentada a través de las redes sociales se convertirá en un fenómeno duradero o no. Lo que sí está claro es que está ocurriendo y que como cualquier otra forma de literatura debe ser estudiada y analizada en profundidad. Este estudio descriptivo ha buscado abrir una puerta hacia otros estudios centrados en su forma, en su contenido y en los elementos comunes que comparten todas estas historias. Como defienden muchos de los autores aquí citados, quizás la moda pase, pero el medio es interesante para experimentar nuevas propuestas.

Bibliografía

- Aciman, A. / Resin, E. *Twitterature: The World's Greatest Books in Twenty Tweets or Less*. New York: Penguin 2009
- Arcangel, C. *Working on my novel*. London: Penguin 2014
- Balbuena, F. *No hay perro que viva tanto*. Madrid: Edaf 2010
- Boog, J. “Neil Gaiman & Twittersphere Collaborate” *Galleycat*. Disponible en: http://www.mediabistro.com/galleycat/neil-gaiman-twittersphere-collaborate_b10233 [08/10/2014]

- Cabot, M. and the Twittiverse *Fashionably Undead* BBC Audiobooks America 2010. Disponible en: <http://www.sffaudio.com/?p=20434> [15/10/2014]
- Chimal, A. *83 Novelas* 2010. Disponible en: <http://www.lashistorias.com.mx/index.php/archivo/83-novelas/> [15/10/2014]
- *El viajero del tiempo*. Monterrey: Postdada 2011
- Coats, L. “100 Greek myths in 100 tweets” *Crown Publishing Storify*. Disponible en: <https://storify.com/CrownPublishing/100-greek-myths-retold-in-100-tweets> [15/10/2014]
- Deglise, F. *25 histoires, 25 auteurs en 140 ca*. Montreal: Le Devoir 2013
- Egan, J. *Black Box*. New York: The New Yorker Fiction 2012. Disponible en: <http://www.newyorker.com/magazine/2012/06/04/black-box-2>
- Encinas Moreno, L. “Twitterentrevista: @JCOHEN77 y la novela colaborativa” *Ehui* 16/10/2009. Disponible en: <http://www.ehui.com/2009/10/16/en-las-letras-no-en-los-bytes-jose-cohen> [08/10/2010]
- Fitzgerald, A. “Twitter Fiction Festival Selections” *Blog Twitter* 27/11/2012. Disponible en: <https://blog.twitter.com/2012/twitter-fiction-festival-selections> [16/10/2014]
- “Adventures in Twitter Fiction” *TED Talks* 11/10/2013. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=J6ZzmqDMhi0>
- Gaiman, N. and the Twittiverse *Heart, Keys and Puppetry* BBC Audio 2009. Disponible en: <http://www.sffaudio.com/?p=13878> [15/10/2014]
- Gómez Jiménez, J. “La primera novela en Twitter... es al menos la tercera” *Jorgeletralia* 16/07/2009. Disponible en: <http://jorgeletralia.net/2009/07/16/la-primera-novela-en-twitter-es-al-menos-la-tercera/> [09/10/2014]
- Herrera, L. “Del twitter a la página en blanco: El viajero del tiempo” *El cuento en red. Revista electrónica de teoría de la ficción breve* Xochimilco: Universidad Autónoma Metropolitana, núm. 25. Primavera 2012
- Holt, E. “@ElliottHolt's #TwitterFiction Story” *The Penguin Press Storify*. Disponible en: <https://storify.com/penguinpress/elliottholt-s-twitterfiction-story> [14/10/2014]
- Mendelson, B. “How to star a Twitter Novel” *Twitpic* 12/09/2008. Disponible en: <http://www.twitpic.com/how-to-start-a-twitter-novel/> [07/10/2014]
- Miller, L. “Crowdsourcing “Coraline”” *Salon* 23/10/2009. Disponible en: http://www.salon.com/2009/10/23/twitter_story/ [08/10/2014]
- Mitchell, D. “The Right Sort” *The Guardian* 14/07/2014. Disponible en: http://www.theguardian.com/books/2014/jul/14/the-right-sort-david-mitchells-twitter-short-story?CMP=tw_t_gu [14/10/2014]
- Mora, R. “Una gallina ‘asesina’ se pasea por Twitter” *El País* 14/01/2010. Disponible en: http://elpais.com/diario/2010/01/14/tendencias/1263423601_850215.html [14/10/2014]
- New Yorker “Coming Soon: Jennifer Egan’s “Black Box”” *The New Yorker* 23/05/2012. Disponible en: <http://www.newyorker.com/books/page-turner/coming-soon-jennifer-egans-black-box> [14/10/2014]

Ordóñez, L. A. “Gatubellísima” *Pulga de libertad* (2009). Disponible en: <http://pulgadelibertad.blogspot.com.es/2009/07/gatubellisima.html> [09/10/2014]

Ordóñez, L. A. “Gatubellísima” *La oficina de Luis* (2012). Disponible en: <http://www.laoficinadeluis.com/gatubellisima/> [09/10/2014]

Raguseo, C. “Twitter Fiction: Social Networking and Microfiction in 140 Characters” *TESL-EJ. The electronic journal fo English as a second language* Núm. 4, Vol. 14, 2010. Disponible en: <http://www.tesl-ej.org/wordpress/issues/volume13/ej52/ej52int/> [07/10/2014]

Ritchel, M. “Introducing the twiller” *The New York Times* 29/08/2008. Disponible en: <http://bits.blogs.nytimes.com/2008/08/29/introducing-the-twiller/comment-page-3/#respond> [07/10/2014]

-- “On Bastille Day, Let Them Read Tweets” *The New York Times* 14/07/2009. Disponible en: http://bits.blogs.nytimes.com/2009/07/14/on-bastille-day-let-them-read-tweets/comment-page-1/?_php=true&_type=blogs&_r=1 [14/10/2014]

Rudin, M. “From Hemingway to Twitterature: The Short and Shorter of It” *The Journal of Electronic Publishing* Michigan: Michigan Publishing Vol.14, núm. 2 Otoño 2011. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.3998/3336451.0014.213> [15/10/2014]

Treisman, D. “This week in Fiction: Jennifer Egan” *The New Yorker* 25/05/2012. Disponible en: <http://www.newyorker.com/books/page-turner/this-week-in-fiction-jennifer-egan> [14/10/2014]

Scott, A.O. “A Novella emerges tweet by tweet” *The New York Times* 01/05/2013. Disponible en: <http://www.nytimes.com/2013/05/02/books/soderbergh-explores-a-new-medium.html?pagewanted=all> [14/10/2014]

Steward, M. “Revolutionary Questions” *Tweeting the Revolution* 14/07/2009. Disponible en: <http://www.thefrenchrev.com/2009/07/test.html> [14/07/2014]

Waldman, K. “Twitter Fictions Done Right” *Slate* 29/11/2012. Disponible en: http://www.slate.com/blogs/browbeat/2012/11/29/writer_elliott_holt_wins_us_over_wit_her_twitter_fiction.html [14/07/2014]