

# Escrituras punto cero: los espacios digitales para la escritura y su difusión en red

Álvaro Llosa Sanz

Universitetet i Oslo

## Espacios de la escritura y red

Los espacios materiales de la escritura y la difusión de esta se han ido transformando según el valor y rol social que adquiría el acto mismo de escribir, la finalidad de lo escrito, sus espacios de lectura y las tecnologías que hacían posible su producción y distribución. En la Antigüedad se dejaban por escrito sobre piedra las grandes leyes de una comunidad y también sus preceptos religiosos con el fin de otorgarles un carácter sagrado y fundacional (como el código de Hammurabi o las bíblicas tablas de la Ley); y los conocimientos derivados de la ciencia y la filosofía se comenzaron a conservar en tinta sobre rollos de papiro y luego pergamino en grandes bibliotecas para su preservación entre los sabios que ostentaban el poder, como la de Alejandría (Cavallo, Chartier y Bonfil, 1997). Lo que hoy denominamos literatura de ficción tradicionalmente confió en otros modos de difusión como la memoria al servicio de la oralidad y la visualización dramatizada para la transmisión de versos, gestas y noticias hechas relato entre generaciones (Ong, 1987; Frenk, 1993). Hasta finales del siglo XV, el nacimiento de las universidades y las bibliotecas privadas, la generalización del papel y el paso del formato códice manuscrito al impreso, el pensamiento y la ficción no llegaron a difundirse en Europa fuera de los centros culturales de cada época (el templo, la biblioteca, el monasterio, la plaza y el mesón). El movimiento humanista, si bien un cuerpo de élite letrado de la Edad Moderna europea, ayudó a consolidar y difundir la escritura masiva y homogéneamente mediante el libro impreso y el circuito editorial que ve nacer al impresor (en realidad editor librero) en las crecientes urbes renacentistas de los embrionarios estados nacionales modernos (Eisenstein 2005, pp. 46-102).

Este periodo impreso, que según Bolter (2001, pp. 2-14) sufre tras de su consolidación una etapa industrial desde el siglo XIX, y vive una era tardía a finales del siglo XX, conforma el libro tal como lo hemos heredado, y su ecosistema tal como ha evolucionado hasta hace poco: un material impreso en papel de diversas calidades y tamaños según género y público al que se destina, bien paginado, diseñado con una tipografía y un formato legible, escrito por un autor reconocido en la portada, editado por una empresa y distribuido por otra al librero contemporáneo, eslabón y

escaparate comercial que enlaza finalmente al autor con su lector. Este sistema de producción económica para la difusión de la escritura ha generado a lo largo de los últimos siglos conceptos como el de autor, volumen, derechos de autor, agente literario, crítica o librería. Pero la escritura sobre papel y su difusión impresa se vio fuertemente modificada y alterada con un incremento en la alfabetización a lo largo del siglo XX, el desarrollo de una cultura del consumo globalizado en su segunda mitad y la popularización de las tecnologías informáticas en la economía y la cultura digital de finales de siglo XX y principios del siglo XXI, generando una *sociedad red* (Castells, 2005). Desde hace ya décadas, todo libro impreso contiene una producción previamente digital, ya que la impresión se produce a partir de archivos informáticos. Al mismo tiempo, la generalización de terminales en forma de ordenadores personales, portátiles y móviles (tabletas y teléfonos inteligentes), que en la última década se han ido conectando a ese espacio virtual permanente global denominado *la nube en la red*, han favorecido la eclosión generalizada y democratizada de espacios de escritura colectivos cuya difusión queda a tan solo un clic de distancia. Pasamos de la página impresa a la pantalla como interfaz para la escritura, al universo de la *pant-página* y la *era postmedia*, donde caben otros medios y usuarios junto a la escritura, y donde esta se remezcla e interactúa con esos medios audiovisuales (Mora, 2012; Brea, 2002). La red de internet ha permitido, con la continuidad en sus contenidos virtuales, con la inmediatez de acceso y su capacidad de conectar a personas deslocalizadas, pero con intereses comunes, y con los nuevos servicios que ofrecen a sus usuarios a coste cero o muy asequibles, que el autor se presente sin necesidad de (casi) ningún intermediario y productor. Del gabinete privado y aislado lleno de materiales y rituales personales, pasamos a un *scriptorium* virtual para el neoescriptor conectado al mundo colectivo del *nosotros* en pantalla: se escribe ahora en aeropuertos consultando la red y chateando al mismo tiempo (Rodríguez de la Flor y Escandell, 2014). Y cualquiera con una alfabetización digital básica puede crear contenidos de escritura en la web, y colaborar en Wikipedia, ayudando así a formar un espacio social de conocimiento en red. El nuevo espacio de creación y difusión ha generado toda una economía a partir de servicios para autores que facilitan la producción, la distribución y la interacción directa del autor con su público. También ha modificado el rol y el alcance del espacio impreso e incluso creado nuevas relaciones entre el papel y la pantalla.

## Autopublicación

Este nuevo espacio ha multiplicado el número de autores independientes con presencia global en busca de un público, por el hecho de que es fácil y barato poner a disposición un texto en la red. De este modo, el fenómeno de la autopublicación ha eclosionado en la llamada revolución *indie* (Celaya, 2014). Veamos algunos ejemplos de este fenómeno relacionados con el mercado español.

La editorial Badosa existe desde 1995 en internet y comenzó su andadura como sitio web que publicaba no solo relatos, poemas y novelas de autores clásicos en formato HTML para leerse en un navegador web, sino especialmente obra de escritores que quisieran darse a conocer y ofrecer además descargas en distintos formatos electrónicos (actualmente el estándar .epub y el popular .mobi). En un universo donde el enlace permite navegar por una base de datos que contiene textos, resúmenes y perfiles de autores, su objetivo ha sido siempre ofrecer gratuitamente contenidos en línea cubriendo los estándares de la red y adaptándose a los sucesivos formatos de libro electrónico, ya que el *software* de lectura de los nuevos dispositivos ha generado distintos formatos para hacer de esos contenidos un uso exclusivo. A esto se sumarán pronto los archivos encriptados con DRM que, a pesar del nacimiento del *copyleft* y las licencias *creative commons*, buscan impedir la libre distribución de copias electrónicas por parte del usuario, en un intento frustrante y aún hoy sin resolver sobre cómo gestionar digitalmente los derechos de autor en la difusión digital de contenidos. Cabe recordar que en este contexto nace en 1999 la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, promovida por algunas instituciones públicas y privadas para ofrecer gratuitamente textos digitalizados de autores clásicos españoles y latinoamericanos libres de derechos de autor. En 2002, cuando ya se da a conocer la web 2.0, esa nueva versión de internet que permite interactuar con las páginas web y sus otros usuarios, aparece en el mercado Lulu.com, fundada por Bob Young y que tiene hoy escritores de 225 países. Este servicio permitió al autor controlar un espacio virtual propio en el que identificarse

y venderse, y crear sin coste alguno el diseño de su propio libro para publicarlo, vendiéndolo en la web de Lulú a los posibles lectores, que piden a través de la plataforma de comercio electrónico un ejemplar impreso mediante el sistema de impresión bajo demanda, o bien, piden descargar una copia digital en el formato .pdf, al precio que el autor decida, más la comisión por el servicio. Así, estas compañías consiguen autores y lectores ofreciendo un pago de derechos de autor mayor al de cualquier editorial tradicional. El libro electrónico va ganando terreno esos años y, con la salida exitosa del lector electrónico Kindle en 2007, la propia Amazon abre un servicio de autopublicación digital para sus propios aparatos, Kindle Direct Publishing. Por primera vez, un autor puede ganar hasta un 80% en ventas. Smashwords aparece también en 2008, con más de medio millón de libros a la venta en la actualidad. Siguiendo los pasos de este nuevo mercado editorial, Bubok nace en España en 2008 de la mano de Daniel Herranz y se internacionaliza con el tiempo: ya ofrece vender los libros en las librerías de Amazon Kindle, Google Books, Apple iBooks, o Barnes&Noble, entre muchas otras. Siguiendo el modelo *freemium*, estos servicios ofertan una difusión gratuita del libro, básica para aquellos escritores que puedan presentar una versión adecuadamente editada. Y si estos necesitan ayuda específica con la revisión y corrección, el diseño y la maquetación o la distribución y difusión, se les ofrecen paquetes de pago con profesionales que les facilitan cualquier fase de este proceso que quieran contratar. Otras webs de difusión se orientan a crear comunidad de lectores y generan nuevos espacios independientes de lectura y difusión de la escritura, especialmente en el campo literario, que ofrecen, por ejemplo, lecturas por episodios. Es el caso de la canadiense Wattpad, que desde 2006, provee ficciones escritas por los usuarios, especialmente jóvenes, seguidas y comentadas por otros, capítulo a capítulo, con 400 millones de historias actualmente. Quizás la versión más reducida serían las novelas de pulgar (*thumb novel*), ficciones japonesas para el móvil con episodios de la longitud de un mensaje SMS, unos 160 caracteres. En 2009 Bubok y Telefónica hicieron el experimento enviando durante un año cada viernes un *articuento* de Juan José Millás. Otros servicios destacados y pioneros que ofrecen lectura por episodios de literatura en general, de unos quince minutos diarios de lectura recibidos por correo electrónico o vía redes sociales, son *DailyLit* (2006) y *Poem-a-day*, que promociona a los poetas de la Academy of American Poets.

Obviamente, este nuevo mercado permite crear una lista alternativa de *más vendidos*, y por lo tanto, los espacios de difusión digitales de la escritura se convierten también en una cantera de nuevos autores que las editoriales tradicionales buscan absorber cuando estos venden mucho. Dado que el mercado del libro impreso mantiene el prestigio social, algunos autores se han incorporado a las editoriales tradicionales comerciales, tras haberse labrado un público en el mundo de la autopublicación, como es el caso de Juan Gómez-Jurado. Tal es así, que ediciones B inaugura en 2012 la colección Topdigital, dedicada a publicar autores independientes extraídos de la autopublicación digital y Grupo Planeta organiza su plataforma de autopublicación Universo de Letras, de la cual escoge nuevos autores.

## Escritura electrónica y web 1.0

Todos los espacios anteriores posibilitan escribir, difundir y debatir colectivamente la escritura trasladada a un espacio virtual, pero en ellos dicha escritura no se ve especialmente enriquecida por ciertas características retóricas inherentes a la comunicación digital. Se remedia o imita la escritura impresa y su disposición de diseño, pero no se usan hipervínculos ni elementos multimedia dentro del texto. Es decir, si bien estos nuevos espacios de escritura se sustentan en una base de datos informacional que organiza un conjunto de textos localizables mediante diferentes categorías y otros datos cruzados (los metadatos) por los que están enlazados (autores, temas, editoriales, etc.), los textos en sí mismos no ofrecen nada nuevo en su experiencia lectora. Son textos que imitan la página impresa y que mejoran la velocidad de búsqueda dentro del texto mismo, el acceso a través de índices vinculados y una paginación que se sustituye por bloques de texto en pantalla o por una lectura vertical que imita al rollo antiguo.

Naturalmente, la interacción hipertextual e hipermedia que permite el espacio digital actual ha ido creando otros modelos del espacio de escritura en la red. Por ejemplo, inspirados por

creaciones literarias anteriores que prefiguraban este tipo de interacciones, en 2002 el Proyecto *Rayuel-o-matic* creó un sitio web que contenía el texto de la novela *Rayuela* (1963) de Julio Cortázar y proponía un juego de enlaces entre los capítulos que permitían una lectura acorde a la propuesta del autor al crear diversos índices o recorridos alternativos, no lineales e incluso aleatorios, por la novela. En esa década, el periodismo transforma los diarios en bases de datos actualizadas con contenidos enlazados entre sí: se integran no solo un texto y una fotografía, sino vídeos, audios, mapas interactivos, documentos descargables, etc. (Díaz Noci, 2002). Estas técnicas de escritura hipertexto favorecerán también las primeras creaciones independientes en español, especialmente innovadoras en el área de la ficción. Una novela hipertexto en web es la que produce Domenico Chiappe en *Tierra de Extracción* (2000-2007) y Belén Gache desarrolla una antología de relatos y poesía interactiva en *Wordtoys* (1996-2006). Todos ellos exploran y a menudo reflexionan sobre las nuevas capacidades del medio digital y sus interacciones. La obsolescencia del lenguaje informático, por su continua evolución, hace que muchos proyectos, al depender del lenguaje de programación de su momento, queden obsoletos o perdidos con el tiempo. No obstante, para apoyar la catalogación, la conservación, la difusión y la investigación digital arqueológica de los proyectos de literatura electrónica más destacados, nace en 1999 la Organización de Literatura Electrónica (ELO, Electronic Literature Organization), en la que puede apreciarse una numerosa producción internacional. En estas obras, la capacidad de interactuar con el contenido se explota para que el lector sea un participante más activo ante diversas elecciones, y así, la lectura se convierte en un artefacto cibertextual, es decir, una máquina lúdica de lectura que el lector debe activar para recorrer de diversos modos, según sus propias decisiones, entre las creadas por y para el sistema (Aarseth, 2004, pp.118-121). Además, el desarrollo de la inteligencia artificial y sus algoritmos desplazan la cocreación hacia la máquina en su interacción con el lector, como demuestra el generador automático de poemas *Sabotaje retroexistencial* (2015) de Belén Gaché. Estas experiencias lectoras se acercan a la noción y funcionamiento participativo de los juegos y es el videojuego el género digital por excelencia del mercado actual. Sin embargo, muchos de estos proyectos iniciales no permiten la creación de comunidades en torno al contenido o la interacción con un grupo de lectores que pudieran dejar su opinión o discutir sobre la pieza.

## Espacios de escritura, interacción lectora y web 2.0: de blogs a redes sociales

Hay usos más extendidos de lo hipertexto que son ya ampliamente asumidos por los *escribientes*. Es el caso de las bitácoras en línea o blogs. Servicios pioneros y ya establecidos como Blogger (1999) o Wordpress (2003) han permitido todo un mercado editorial independiente de escritura sobre los temas más diversos. Fáciles de actualizar en su contenido al imitar a los procesadores de texto ya conocidos, facilitan además incluir o insertar material multimedia como vídeos, audios y *widgets* en cada una de las publicaciones programables por el usuario. Además, la interacción con otros lectores y el propio autor o autores del blog es fácil e inmediata. Probablemente, el blog y su *blogosfera* representan el medio de *escribiente* por excelencia de la esfera digital actual. Este espacio acoge tanto la ficción breve como la extensa episódica, creando por cada publicación fechada un relato independiente o capítulo, hasta conformar antologías y *blogonovelas*. *El diario de una mujer gorda* (2003) de Hernán Casciari fue la primera en español con éxito. Gracias a la periodicidad y a la faceta de diario del espacio blog, la reedición de textos cobra su sentido de escritura original, como en el *Quadern Gris* (1918) de Josep Pla en 2018 o en la colección de la editorial Ganso y Pulpo (fundada en 2010), cuentos salidos en la prensa española en el cambio de siglo XIX-XX. Por otro lado, herederos de la radio, los *podcasts* con lecturas literarias sobre temas de escritura y creación serían otros espacios periódicos, en este caso orales, de difusión de la escritura. En ficción, fue popular *El gran apagón* (2016-2018) producido por Podium Podcast.

La oportunidad de interacción de los *escribientes* no solo con el contenido, sino con otros usuarios, ha facilitado la creación de comunidades de interés en torno a diversos temas y también sobre la escritura, modificando sin duda el papel y el alcance del crítico literario. La tecnología que hace visible la escritura de todos, hace visible la opinión de todos. Nacen también los espacios

blogueros especializados en presentar lecturas críticas (tanto por lectores independientes comunes como por profesionales asociados a medios) y también los clubes de lectura. El blog colectivo *Un libro al día* es un ejemplo de lo primero y la comunidad *Goodreads* (2007) o *Lecturalia*, de lo segundo. YouTube provee también canales de videocrítica. En todos ellos se hace una valoración crítica y colectiva de la escritura y, por tanto, configuran un canon alternativo. Tanto es así que sus críticos más carismáticos, como los *booktubers* Javier Ruescas o MayAyamonte, reciben la atención de las editoriales. Por supuesto, estas crean sus propios blogs y contenidos multimedia, especialmente con *booktrailers* y entrevistas al autor, que pueden ser reutilizados como *marketing* viral por blogueros diversos en la crítica y promoción de un libro.

La expansión de las redes sociales (Facebook desde 2004; Twitter desde 2006; Instagram desde 2010) ha potenciado mucho más la escritura, ya que no solo se enlazan contenidos de páginas webs y blogs, sino que se comparten en comunidad, se debate y opina sobre ellos. Ha multiplicado además la presencia de los diferentes agentes en torno al mundo de la escritura y la lectura tradicionales: autores, agentes literarios, editoriales, librerías y críticos literarios tienen sus propios perfiles y canales en las redes sociales. La interacción con cada uno de ellos es directa para quien quiera. Por otro lado, el hecho de que los perfiles creados no deben ser reales, sino avatares o impersonaciones, también hace que estos espacios sociales ofrezcan nuevas posibilidades creativas: alguien puede crear un personaje y organizar todo un relato de sucesos para ese personaje y ser seguido por una comunidad de lectores que opinan sobre los sucesos sobre la marcha. Destacables son los hilos en Twitter de Manuel Bartual, con historias ficcionales, o el personaje de Pumuky que creó Lucía Etxebarria en Facebook, durante más de un año, y ante cuya muerte muchos de sus lectores se sobrecogieron por creerlo una persona real. También la suplantación de identidad de escritores que fallecieron antes de nacer estas tecnologías sucede frecuentemente, a menudo, sin ninguna o casi ninguna intención de homenajear con sus contenidos al escritor, como es el caso de Miguel de Cervantes, con decenas de perfiles en Twitter y cuyos avatares o ciber cuerpos son interpretados en diverso grado por sus creadores y, prácticamente, ninguno es manejado por un especialista en la materia (Llosa, 2017a). Otros perfiles se crean para difundir contenidos literarios y fragmentos de obras o enlaces a información de esos autores. Como uso especial, destaca la *tuitatura*, término hecho popular por Emmet Rensin y Alexander Aciman en 2009 refiriéndose entonces a la adaptación ultrarreducida de grandes obras literarias, como la versión del *Lazarillo* coordinado en una escuela por Aurelia Molina (Escandell, 2014, p. 45; y Torres). Así, también la microficción, el microrrelato y los aforismos de escritores e intelectuales reconocidos ocupan un lugar de honor en el *nanoblogueo* y *microblogueo*. Por último, en nuestra cultura del *remix* o remezcla, la expansión de los memes crea también un espacio de escritura, en este caso multimodal, por el que una imagen contiene un texto: es frecuente acompañar un microrrelato o un aforismo con el nombre de su autor y la imagen de su rostro u otra imagen alusiva respecto al tema. Los *hashtags* o etiquetas en Instagram y otras redes sociales proveen toda una colección antológica viva y fluida, editada colectivamente sobre literatura.

## Apps y paquetes de escritura hipermedial

Por último, tenemos las *apps*, paquetes informáticos autocontenidos, específicamente diseñados para dispositivos móviles y tabletas. La eclosión de estas últimas con el iPad, desde 2010, ha permitido innovaciones de diseño y uso que marcarán posibles futuros en la escritura digital. Si bien en sus inicios se produjo un aumento en la creación de libros electrónicos estándares que ofrecían como extra su edición enriquecida o expandida, por las que el texto se veía enlazado y anotado con vídeos y audios relativos al autor, al tema o al texto mismo, con el tiempo se han diseñado experiencias más innovadoras. La aparición del *software* iBooks Author de Apple en 2012, basado en el estándar ePub, pero modificado para lograr nuevas interacciones, ha permitido a cualquier usuario crear libros enriquecidos con cierta facilidad, aunque algunos solo pueden leerse bien en dispositivos de la marca. En España, editoriales como Alfaguara o SM han creado algunos títulos infantiles, juveniles y/o educativos y centros universitarios como la UNED han editado algunos títulos enriquecidos. Sin embargo, este tipo de edición aún no se ha generalizado, quizás por el mayor coste de crear

audiovisuales originales y específicos de calidad, y también porque la web y su actual lenguaje HTML5 ofrece similares opciones de interacción multiplataforma. No obstante, las *apps* pueden programarse, al igual que los videojuegos, de forma más compleja y rica. Lo demostró Atomic Antelope en 2010 creando *Alice for the iPad*, una edición de *Alicia en el país de las Maravillas* de Lewis Carroll que contenía coloreadas y animadas las ilustraciones originales. Imitando o remedando al libro impreso, al tocar las imágenes se puede interactuar con ellas, convirtiendo la lectura en juego de exploración. De hecho, las *apps* de contenido infantil se han desarrollado más que ninguna otra. Como ejemplo para lectores adultos se puede destacar la edición en inglés que Touch Presss, especializada en crear *apps* innovadoras, le dedicó al poema *The Waste Land*, de T. S. Elliott, realizada exclusivamente para iOS en iPad. Está editado con calidad filológica y tipográfica respetando el original, además de permitir una lectura oral sincronizada grabada por voces profesionales y una actuación dramatizada. La navegación permite ver y escuchar las opiniones de expertos sobre algunos pasajes y además puede explorarse el manuscrito original. Es un ejemplo digital de combinación de edición anotada, comentada, facsímil y enriquecida simultáneamente. Son también destacables las creadas por la compañía Inkle: su versión de *Frankenstein* (2012) ofrece al lector la posibilidad de elegir varias opciones de desarrollo narrativo, después de leer un fragmento breve de texto, al estilo de aquellos libros impresos de los ochenta llamados «Elige tu propia aventura». Tras esta *app*, desarrollaron un servicio web gratuito para que los usuarios crearan sus propias historias con Inklewriter, un sencillo editor no lineal. Otra propuesta novedosa, que acerca la literatura al videojuego, fue su versión de una novela de Julio Verne, que retitularon *80 Days* (2014), en la que el lector viaja con los protagonistas y explora sus aventuras a partir de un mapa interactivo sobre el que toma decisiones acerca del próximo destino y transporte. El juego está, como indica el título original de la novela, en dar *La vuelta al mundo en 80 días*.

Otras *apps* más sencillas nos permiten explorar diversos espacios de difusión de la escritura en red, como la lectura de libros electrónicos mediante suscripción a servicios de contenido bajo demanda como 24symbols, la compra en librerías en línea, el préstamo en bibliotecas locales, la participación en clubes de lectura o el acceso a librerías para comprar un libro impreso. De este modo, el mundo virtual y sus espacios interactúan también con el físico.

### Hacia un ecosistema transmedia 3.0

De hecho, hoy en día el ecosistema de la escritura tiende a relacionar todos sus espacios de difusión en lo que se conoce como fenómeno transmedia, donde todos los medios cuentan (Scolari, 2013). El término, difundido por Henry Jenkins desde 2003, alude a cómo el mercado de entretenimiento es capaz de congregar tecnológicamente diversos medios y crear narrativas complejas mediante su combinación. Es decir, comenzamos a contar una historia en un medio, por ejemplo, el cine, pero se completa parte de esa historia, o una extensión de ella, en un cómic; se narra la vida anterior de uno de esos personajes en una novela impresa; se crea un videojuego y una experiencia de realidad aumentada basados en una aventura aludida, pero aún no conocida; se elabora una serie de *podcasts* con información y debates sobre los episodios de una serie de tv que sigue a otros dos personajes secundarios de la novela; se produce un juego de mesa sobre este universo, y los *fans* producen una wiki, un blog y redes sociales con *fanfiction* diversa (dibujos, relatos, memes, etc.) sobre todo un universo de ficción por desarrollar. Es el caso reciente, y más exitoso, aunque no único, de la producción del *Ministerio del Tiempo* de RTVE, que acumula todos los espacios narrativos en los formatos y canales de distribución citados antes. Existen también ejemplos en español transmedia con origen literario impreso, como la novela *La muerte me da* de Cristina Rivera Garza (2007); o *Alba Cromm* (2010) de Vicente Luis Mora; pero, sobre todo, destaca el género juvenil, con *El silencio se mueve* (2010) de Fernando Marías, que trae un cómic y enlaces a un blog; la saga *Odio el rosa* (2014-2016), de Ana Alonso y Javier Pelegrín, que cuenta con libros, web, blogs de personajes, varios cómics, redes sociales y realidad aumentada; o la novela *Los nombres del fuego* (2016), de Fernando López, con una web interactiva que contiene vídeos, música, fotos, blogs y fichas informativas de los personajes. La relación entre lo impreso y lo digital genera además espacios simbióticos que

producen *libroides*, es decir, libros que interactúan con máquinas digitales para continuar disfrutando de otros espacios de lectura y creación (Llosa, 2017b). Por ejemplo, Ubimark creó en 2010 una edición impresa de *La vuelta al mundo en 80 días*, en inglés, con diferentes códigos QR en los márgenes. Al leerlos con un dispositivo móvil, estos nos llevan a diferentes webs o materiales *online* acerca del pasaje. En este sentido, hay creación original: la poeta zamorana Tina Escaja usa códigos de barras legibles por máquinas en uno de sus poemarios (*Código de barras*, 2006), en un proyecto interactivo multimedia. Aún más, los espacios de escritura llegan a originar soportes insospechados que terminan modelándose digitalmente, como el hiperpoema *Negro en ovejas* (2011), que está basado en el deambular de un rebaño de ovejas vestidas con unas sílabas, cruzándose entre sí al caminar hasta crear visualmente palabras, y con ellas, la elaboración de un azaroso poema interactivo que puede ahora explorarse en la web. Lo mismo sucede con las patas en movimiento de unos robots que tienen escritos un verso en cada extremidad (*Robopoem@s*, 2016). En definitiva, no podemos olvidar que los espacios de la escritura, sus modos de difusión y, sobre todo, las nuevas relaciones establecidas entre los elementos que forman parte de su narrativa y los que se asocian a ella extratextualmente van a hacerse cada vez más complejos y enriquecidos. El actual internet de las cosas, que se desarrolla junto con la web semántica y hace que cada objeto y espacio físico o virtual esté etiquetado, clasificado y sea identificable digitalmente en su relación significativa con otros, nos va a permitir establecer conexiones más específicas entre ellos y, quizás, podremos pronto disfrutar de un famoso pasaje cervantino al activarse su geolocalización mientras viajamos entre los molinos de La Mancha; se nos sugiera un menú manchego de duelos y quebrantos al parar a comer en la zona; se nos proponga escuchar en el coche la canción *Molinos de viento* (1998) del grupo Mägo de Oz, y por la noche, visionar las escenas filmadas de la batalla quijotesca contra los molinos en sus diferentes adaptaciones cinematográficas, antes de hacer la lectura completa del capítulo en una edición crítica impresa mientras compramos unas entradas para un concierto de música antigua, basado en la época de su universo narrativo.

## Aplicación en el aula

Buscar y seguir una narración por episodios en Smashwords durante algunas semanas para observar y participar en la interacción con el autor y otros lectores. Se recomienda combinarlo con la creación de una novela o relatos entre el grupo de la clase.

## Referencias

- Aarseth, E. (2004). La literatura ergódica. En Sánchez-Mesa, D. (Ed.), *Literatura y cibercultura* (pp. 117-145). Madrid, España: Arco-Libros.
- Bolter, J. (2001). *Writing Space: Computers, Hypertext, and the Remediation of Print*. Mahwah, EE. UU.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Brea, J. L. (2002). *La era postmedia: acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*. Salamanca, España: CASA.
- Casciari, H. (2003). *El diario de una mujer gorda*. Recuperado de <http://mujergorda.bitacoras.com>.
- Castells, M. (2005) *La sociedad red*. Madrid, España: Alianza.
- Cavallo, G., Chartier, R., y Bonfil, R. (Eds). (1997). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid, España: Taurus.
- Celaya, J. (2014). *Autores independientes: La llegada de la revolución indie*. Madrid, España: Dosdoce.
- Chiappe, D. (2000-2007). *Tierra de extracción*. Recuperado de <https://www.domenicochiappe.com/tierra-de-extraccion/>.
- Díaz, J. (2002). *La escritura digital: hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Leioa, España: UPV.
- Eisenstein, E. (2005) *The Printing Revolution in Early Modern Europe*. Cambridge, UK: Cambridge UP.
- Escandell, D. (2014). Tuitertura: la frontera de la microliteratura en el espacio digital. *Iberical. Revue d'études ibériques et ibéro-américaines*, 5, 37-48.

- Frenk, M. (1997). *Entre la voz y el silencio*. Alcalá de Henares, España: Centro de Estudios Cervantinos.
- Gache, B. (1996-2006). *Word Toys*. Recuperado de <http://www.findelmundo.com.ar/wordtoys/>.
- Gache, B. (2015). *Sabotaje retroexistencial*. Recuperado de <http://belengache.net/kublaimoon/AIHalim/index.html>.
- Llosa, A. (2017a). @Cervantes & Cía. 2.0: El tecnocuerpo cervantino en la red social. Apropiaciones, rescrituras, usurpaciones, imposturas, simulaciones varias y el editor cyborg. En Bocanegra, L., y García, A. (Eds.), *Con la red/en la red: Creación, investigación y comunicación cultural y artística en la rea internet* (pp. 11-42). Granada, España: Universidad de Granada.
- Llosa, A. (2017b). Libroides: el libro que quería ser máquina digital. Remediación y fisicidad en el cuerpo del libro. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital* 6(2), 12-36.
- Mora, V. L. (2012). *El lectoespectador. Deslizamientos entre literatura e imagen*. Barcelona, España: Seix Barral.
- Ong, W. J. (1987). *Oralidad y escritura: Tecnologías de la palabra*. México DF, México: Fondo de Cultura Económica.
- Pla, J. y Xarxa de Mots (1918-2018). *El quadern gris... al cap de 90 anys*. Recuperado de <http://www.lletres.net/pla/QG/>.
- Podium Podcast (2016-2018). *El gran apagón*. Recuperado de <https://www.podiumpodcast.com/el-gran-apagon/>.
- Rodríguez de la Flor, F. y Escandell, D. (2014). *El gabinete de Fausto. «Teatros» de la lectura y la escritura a un lado y otro de la frontera digital*. Madrid, España: CSIC.
- Scolari, C. (2013) *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona, España: Deusto.
- Torres, C. (2015). En un lugar de Twitter: las andanzas del caballero don Quijote por la red del pajarito. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 4(1), 34-49.