



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO**

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

# **Comunicación digital y nuevas formas narrativas.**

La narración de relatos ficcionales  
en la red social Twitter

Estudiante: Bernardo Valentín López.

Legajo: L-1259/9

Directora: Irene Gindin

Octubre, 2019



## Abstract

De la mano de las redes sociales, los usuarios han comenzado a experimentar con diversos tipos de producciones narrativas donde no sólo trabajan con la palabra escrita, sino también con fotografías, videos, y muchos de ellos, juegan con la instantaneidad que permiten este tipo de plataformas.

Esto está relacionado con el fenómeno de la convergencia mediática en la que tanto los modos de producción como de consumo, contenido y función de un medio en particular, se van desplazando a otro. En este caso, cómo la producción de un relato más ligado al libro, puede aparecer dentro de las redes sociales. En el caso de este trabajo, se analizaron cuatro relatos de ficción realizados dentro de la red social

Twitter

# Índice

<b>Agradecimientos.....</b>	<b>4</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>6</b>
<b>Estado del arte.....</b>	<b>9</b>
<b>Marco Teórico.....</b>	<b>16</b>
<b>Redes sociales.....</b>	<b>28</b>
<b>Twitter.....</b>	<b>32</b>
<b>Twitteratura ¿Qué es?.....</b>	<b>36</b>
<b>Metodología .....</b>	<b>42</b>
<b>La ficción en hilos de</b>	
<b>Twitter.....</b>	<b>46</b>
<b>#ManuelBartual.....</b>	<b>46</b>
<b>#OperaciónDescuento.....</b>	<b>60</b>
<b>#RedMonkey.....</b>	<b>66</b>
<b>#DescubríUnAsesinatoEnTwitter.....</b>	<b>81</b>
<b>Reflexiones Finales.....</b>	<b>90</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>96</b>

# Agradecimientos

Dedico este trabajo a mi familia. A mis padres y abuelos, que siempre me ayudaron y siempre me dieron su apoyo para superar todos los obstáculos de mi vida, y sobre todo en esta etapa. Y que, además, me enseñaron a valorar y defender desde muy chico la educación pública.

Agradezco muchísimo a todos mis amigos y amigas. Los que me acompañaron desde la primaria y la secundaria. Y todos mis amigos que me crucé en los pasillos de la facultad, que con un mate, una tarde de estudio o charlas hasta la madrugada, hicieron de mi recorrido por la facultad una parte imborrable en mi corazón. A todos ellos, que saben quienes son, muchas gracias.

Y un párrafo aparte, a Irene, mi directora de tesina, que me acompañó durante todo este camino y me ayudó a plasmar en estas páginas que estoy presentando todo lo aprendido y transitado en la carrera.

A todos y todas ustedes, muchas gracias.



## **Introducción**

En el presente trabajo planteamos el análisis de relatos de ficción producidos en formato de hilo dentro de la red social Twitter y enmarcados en lo que se define como Twitteratura, concepto del que nos ocuparemos a lo largo de esta investigación. Dentro de este análisis buscamos detectar las diferentes huellas narrativas dentro de los discursos que producen los usuarios al contar sus historias, así como las diferentes herramientas (como el video o la fotografía) que utilizan para producir este tipo de narraciones.

Es importante estudiar los cambios en las prácticas de producción y consumo que se generan a partir de la aparición de las redes sociales y la denominada web 2.0, ya que los consumidores son usuarios que se encuentran en un entorno digital caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes, que les permiten no solo consumir, si no también producir e intercambiar con otros usuarios de esa misma red social, así como también pasar a otras redes sociales en cuestión de instantes (Scolari, 2008, p.113).

Es pertinente que el estudio se realice en Twitter ya que, a partir de la incorporación de la modalidad de “Hilo de tweets”, muchos usuarios comenzaron a crear relatos de ficción, utilizando no sólo texto, sino también imágenes, fotografías, videos e hipervínculos. La misma red permite, además de compartir a través de los “Retweets” o “Me gusta”, responder a los tweets, generando que en muchas historias se produzcan conversaciones sobre la misma, o generando debates sobre la trama, o también acerca de la veracidad de la historia (ya que los autores no especifican al inicio del hilo que se trata de una historia ficcional).

Para realizar este análisis se seleccionaron cuatro relatos de ficción, en los que se tuvo en cuenta que estuvieran armados dentro de hilos de Twitter, que presentaran producciones multimediales como videos o fotografías, y que las cuatro historias se puedan enmarcar dentro del género de misterio o *thriller*.

Primero, se realizó un recorrido entre sobre los diferentes estudios que se hicieron sobre la producción de relatos mediáticos, sobre todo por los folletines y telenovelas, que comparten algunos rasgos con la ficción en Twitter, así como se trabajó sobre la serialización y elementos narrativos que utilizan este tipo de historias. Nos ocupamos, además, de los microrelatos y la escritura en los blogs.

También se seleccionaron diversos referentes teóricos los cuales guían la producción de esta tesina, como la conceptualización de los relatos y la mediatización, la ecología de medios, la convergencia mediática y la propagación de contenido dentro de las redes sociales. A su vez, se profundizó el estudio al trabajar con los conceptos de redes sociales, Twitter y en especial sobre la Twitteratura.

Luego se realizó una descripción de los cuatros relatos, donde detallamos los diferentes elementos y herramientas que utilizaron los autores para contar sus historias, así como los recursos narrativos que usaron, la propagación y repercusión de sus historias y un pequeño acercamiento a los debates o respuestas que otros usuarios hicieron de sus relatos.

Al finalizar este trabajo, planteamos una comparativa a partir de los elementos y análisis realizados en el apartado anterior, trayendo a colación varios conceptos planteados en el marco teórico.



## **Estado del arte**

Para comenzar a introducirnos en el ámbito de la Twitteratura, es pertinente hacer un breve recorrido sobre los diferentes estudios que se han realizado sobre la escritura y producción de relatos de ficción.

En primer lugar, creo menester realizar una historización sobre los diferentes tipos de relatos mediáticos, comenzando por la imprenta y pasando por el folletín, la serialización, la telenovela, los videojuegos y los microrrelatos.

En su texto “La imprenta” (1992), Martín refiere en un principio a los comienzos de la impresión y la revalorización que tuvo la escritura a partir del S. XIII, aunque sólo era accesible a unas pocas personas. Luego cuenta cómo Gutenberg abre su imprenta y cómo fue la evolución del libro desde el primero que se realizó en 1457 en aquel lugar hasta el significado que se le da al mismo en la actualidad. También explica el impacto que tuvo la imprenta en la sociedad, y cómo este invento permitió la creación, en un principio, de publicaciones periódicas como almanaques y calendarios, luego de novelas por entregas, la prensa popular y masificada, y las revistas.

La autora López Suarez en su texto “Del folletín a la telenovela: escritura e imagen” (2009) cuenta que con los “Papeles del círculo Picwick” de Charles Dickens

Comienza la forma de difusión del relato por entregas, es decir, la serie, o mejor dicho, la relación entre “serialidad” y desarrollo de la civilización industrial. La construcción de una historia fabulada parcelada en pequeños fragmentos o relatos segmentados cuyo interés en el receptor se mantiene permanentemente al mismo tiempo que determina el consumo del soporte que lo contiene. (López Suarez, 2009, p. 53)

En dicha publicación, la autora también compara y realiza un análisis de las similitudes que encuentra entre la forma de publicar el folletín, la serialización, las telenovelas latinoamericanas, el cómic y el cine. Resulta primordial su texto para entender el papel que tuvo el folletín y las novelas por entregas en la serialización de los relatos, y cómo esta serialización termina convergiendo en formatos más contemporáneos como lo es la telenovela.

Siguiendo con esta línea de trabajo, también podemos encontrar el trabajo de la autora Escudero Chauvel que en su texto “El secreto como motor narrativo” (1997) también analiza las telenovelas, donde hace hincapié en “la construcción de un contrato mediático que se produce entre el medio y sus consumidores”, y el lugar que ocupa el secreto dentro de la novela televisiva, realizando lo que ella llama una “tipología del secreto”, siendo este uno de los elementos más importantes dentro de la estructuración de la telenovela, y que dentro de la serialización lleva al espectador a preguntarse “¿Qué pasará mañana?” (Escudero Chauvel, 1997).

Estos textos mencionados anteriormente se relacionan con el tema a analizar ya que, además de explicar el nacimiento de formatos como el calendario, almanaques, periódicos de masas, también hacen referencia a la serialidad con la que contaban muchas de estas publicaciones. En el caso de la Twitteratura, esta serialización se produce un poco de manera espontánea ya

que las personas tienen que esperar unos minutos entre tweet y tweet para poder leerlos recién publicados; o pueden formar parte del relato, ya que dentro de estas ficciones para dar un tono de veracidad, los autores esperan unos días para continuar escribiendo su historia, como sucedería en la vida cotidiana de muchos de nosotros (algunos hasta alternan tweets que nada tienen que ver con la historia para reflejar esa cotidianidad ajena al relato ficcional). También está relacionada la temática del secreto, que aparece en muchas de las ficciones dentro de esta red social, y que a la vez el autor pide al público “ayuda” para revelar estos misterios (a través de juegos o en los mismos debates que se generan dentro del tweet).

También me parece interesante aludir al estudio que realiza Mirta Varela en su texto “Él mira televisión, You tube. La dinámica del cambio de los medios” (2009) donde hace un recorrido explicando cómo los cambios culturales y técnicos, aunque a diferente ritmo, van modificando los contenidos de un medio o convergiendo en otros, y cómo también hace hincapié en la ruptura que produce YouTube y su “Broadcast Yourself”, plataforma en la cual se produce una “centralización de la circulación” de los contenidos (Varela, 2009).

El autor Cuadrado Alfonso analiza el fenómeno de la serialidad en “Series de TV y videojuegos: la poética de la serialidad en la forma lúdica” (2016), donde hace énfasis en los diferentes tipos de serialidad que se encuentran en los videojuegos, tanto en las sagas que producen o por cómo se divide internamente un juego en niveles o capítulos, así como los juegos pueden estar incluidos en un mundo transmedial (Cuadrado Alfonso, 2016).

Pardo Kuklinski establece en “El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en internet” (2009) que muchos usuarios que pertenecían a la blogosfera fueron convergiendo a otras plataformas o a las llamadas *killer apps*<sup>1</sup>. Esta migración también se

---

<sup>1</sup>Este concepto, que proviene del marketing, define una aplicación que da sentido a otro programa, tecnología o incluso a un hardware específico (Downes y Mui, 1998).

produjo hacia las redes sociales como Twitter, en donde la información circula mucho más rápido que en esta blogosfera, pero la misma se consume de una forma “*Snack*”, como explica el autor: “Aunque 140 caracteres parecen ser una gran limitación a la hora de autoexpresarse con solvencia, el *snack o-tainment* tiene una gran influencia en este retroceso, ya que los usuarios disfrutaban más del consumo de pequeña dosis de información.”. (Pardo Kuklinski, 2009, p.258)

Tanto el texto de Varela como el de Pardo Kuklinski sirven para reflexionar sobre las convergencias mediáticas que se dan, no solo a nivel narrativo sino también técnico, por ejemplo, cómo se produce una centralización de la circulación a partir del fenómeno de YouTube con los contenidos audiovisuales. También cómo muchos bloggers convergieron a otras plataformas, y que a su vez tuvieron que adaptarse a la especificidad de las mismas, como por ejemplo, la restricción de 280 caracteres que permite la escritura en Twitter.

En su texto “Burbujas de ocio”, Roberto Igarza(2009) explica que:

Los microgéneros son construcciones literarias narrativas que se distinguen principalmente por la brevedad de su contenido. La literatura siempre tuvo miniaturas. Pequeñas piezas orales o escritas de corta duración que atravesaron toda la historia de la literatura demostrando que la capacidad de contar, entretener, relatar, en definitiva, de provocar un gozoso rendimiento imaginativo en el lector, no está suspendido a la longitud de la obra. (Igarza, 2009, p. 161)

Este tipo de relatos están presentes en las redes sociales, donde muchas veces por la misma longitud de los posts que permiten las mismas, hacen que las personas resuman sus ideas en 280<sup>2</sup> caracteres, acortando palabras, o buscando de qué forma sus textos no queden perdidos en el mar de bits que se produce a cada instante.

---

<sup>2</sup> A partir del 2017, Twitter aumentó la cantidad de caracteres de 140 a 280 para que los usuarios se puedan expresar con mayor cantidad de palabras.

Tal como afirma Igarza (2009): “los microrelatos se asocian bien con sus tiempos verbales a la velocidad con la que discurre el presente. Su propia velocidad, la rapidez del relato, lo súbito y vertiginoso de la historia anulan la expectativa” (p. 169).

Es interesante traer a colación este texto, ya que caracteriza lo que son los microrelatos, que hay diferentes tipos dentro de la literatura, y en el caso de la Twitteratura, cómo convergieron a las plataformas virtuales y redes sociales, donde por la misma especificidad técnica (en este caso de Twitter), los autores tienen que formular las frases para que tengan sentido en los 280 caracteres permitidos.

Siguiendo en la línea de los microrelatos, en su artículo “Twitteratura: la frontera de la microliteratura en el espacio digital” (2014) Escandell Montiel explica cuáles fueron los comienzos de la Twitteratura y cómo este fenómeno se originó pocos años después de la creación de la red social. A su vez, el autor se detiene a mostrar cómo la brevedad que otorgaba la red social en esos comienzos eran tanto su punto fuerte como su punto más en contra ya que: “son limitaciones que polarizan y extreman los resultados, tanto literarios como los del proceso de recepción en los lectores” (p.41), a lo que agrega:

Una escritura en Twitter, más incluso con vocación literaria, debe ser directa y eficaz, pero eso ha generado también una fuerte corriente de tintes ramonianos, donde ingenio y juego tropológico se unen en batalla contra la concreción. (Escandell Montiel, 2014, p: 41)

También caracteriza diferentes tipos de relatos que pueden encontrarse en la red social, como “cuentuitos”, adivinanzas, *haikus*, o hasta composiciones más prolongadas en el tiempo como “Serial chicken” de Jordi Cervera.

También en su artículo “Novelas en twitter: el fenómeno de la narrativa en 140 caracteres” (2015) Concepción Torres caracteriza diferentes tipos de relatos en la red social, cuenta cómo fue el comienzo de este fenómeno, y hace una tipología de estos relatos como obras que

surgen de recopilación de tweets, obras literarias clásicas convertidas en tweets u obras que surgen en la misma red social, caracterizando cada tipo de relato y dando varios ejemplos de los mismos; y finaliza haciendo referencia también a la historia de Jordi Cervera.

Siguiendo esta línea sobre la construcción de los relatos, pero trabajado desde una perspectiva del discurso político dentro de las redes sociales, Castro Rojas y Baggiolini en el artículo “Las redes de la política: Universo narrativo, campañas y microrrelato en Twitter” (2016) trabajan la construcción de la imagen de los candidatos en el espacio digital. Comienzan comentando y conceptualizando la complejización de la mediatización a partir de las redes sociales, y luego hacen un recorrido donde muestran a los diferentes candidatos de las elecciones del 2011 y 2015, la cantidad de tweet que producían, los recursos hipermediales que utilizaban y cómo estos anclaban el sentido que quería mostrar cada candidato, y funciona como eje narrativo articulando los discursos realizados en distintas plataformas:

Cada uno de estos pequeños relatos enlazados contienen una pequeña historia, muchas veces contada desde un personaje, otras a través de un acontecimiento, que siempre “anclan” y le dan un marco o una entrada a los videos, las fotos y las notiwebs que incluyen esta secuencia de tweets. (Castro Rojas y Baggiolini, 2016 p.171)

Finalizan expresando que los candidatos utilizaron sus cuentas más en forma de bitácoras de lugares que recorrieron, reuniones o actos, y que pocos lo utilizaron a modo de microrelatos (a excepción de Cristina Fernández de Kirchner o Sergio Massa), y además, cómo estos relatos eran apropiados y expandidos por los usuarios al retuitear el tweet de un candidato comentando, debatiendo o confrontando.

Por último, Lowman y Correa-Díaz en su texto “La tuit(er)-ficción en el (ciber)espacio literario hispano-americano” (2015) citan a Bronwen explicando que: “La ‘twitter ficción’ desafía los modelos y conceptos clásicos de la narración, no sólo por el límite de 140 caracteres, sino también por las diferencias en su estructura y la manera de llegar al lector.”

(Bronwen, 2014, citado en Lowman y Correa-Díaz, 2015, p.299). También rescatan el aspecto de la auto-publicación que permite la Twitteratura, donde bajo algunas condiciones que propone el uso de la red social, pueden publicar sus relatos sin restricciones del tipo económicas o jerárquicas.

Esta idea de la auto-publicación que nombran Lowman y Correa-Díaz también es una de las razones por las que según Kuklinski se formulaban estas blogósferas. Las personas pueden publicar textos, opiniones y ensayos sin ningún tipo de censura (salvo las que se encuentran en las condiciones de uso del sitio web o aplicación), y sin necesidad de abonar una membresía para utilizar la plataforma.

La investigación realizada por Castro Rojas y Baggiolini sirve para poder analizar la forma en que son construidos los relatos dentro de Twitter, así como la complejización que se da también en la producción y lectura de estas narraciones, tanto en el ámbito político como en el ficcional.

Los artículos de Escandell Montiel y Concepción Torres son pertinentes para analizar este fenómeno, porque en ambos textos aparecen diversos tipos de relatos en diferentes formatos (como reseñas literarias, perfiles de personajes literarios, adaptaciones de géneros como el haiku, y otra gran variedad de historias producidas dentro de la plataforma) y ambas autoras trabajan el fenómeno de la literatura años antes que apareciera la variante del “Hilo de Twitter”, que cambió mucho no sólo la organización de la producción (de los tweets), sino también la forma de lectura.

## Marco Teórico

Para dar cuenta del objeto de la investigación, la corriente teórica con la que se trabajará será la de la ecología de medios y la convergencia cultural, junto a conceptualizaciones sobre el relato y la narración. Los conceptos que principalmente se utilizarán en este trabajo son: ecología de medios, convergencia cultural, propagabilidad, webactores y relato.

Metz (1972) define al **relato** como “un discurso cerrado que irrealiza una secuencia temporal de acontecimientos.” (p.53), agregando que lo narrativo tiene en común con las categorías afectivo-estéticas el hecho de representar una de las grandes formas antropológicas de la percepción (caso de los consumidores de relatos) y de la operación (caso de los inventores de relatos).

Por su parte, Barthes en su texto “Introducción al análisis estructural de los relatos” (1970) argumenta que:

El relato está presente en todos los tiempos, en todos los lugares, en todas las sociedades; el relato comienza con la historia misma de la humanidad; no hay ni ha habido jamás en parte alguna un pueblo sin relatos; todas las clases, todos los grupos humanos, tienen sus relatos y muy a menudo estos relatos son saboreados en común por hombres de cultura diversa e incluso opuesta. (Barthes, 1970, p.2).

Además, lo podemos relacionar con Twitter y la Twitteratura, ya que el autor explica que los relatos pueden ser tanto orales como escritos, soportado por imágenes, gestos o una combinación de las anteriores, que en el caso del objeto de estudio, suele aparecer en todas estas variantes que plantea el autor, por incluir, además de la palabra, videos, fotografías o audios.

En ese sentido, el estilo de lo que se cuenta en los relatos depende de a quién está destinado ese enunciado, y cómo el escritor (en este caso) imagina a las personas que lo van a leer, que en Twitter muchas veces es difícil realizar esta acción ya que todas las personas que se encuentran en la red social tienen acceso a estos relatos. También hay que tener en cuenta que dentro de los relatos, como en todo enunciado, se encuentran una serie de discursos ajenos e implícitos. Es decir, el objeto de un relato ya se encuentra hablado, y en él convergen otros puntos de vista. Bajtin (1989), un crítico literario ruso, explica esto en el sentido de que el hablante no es un Adán bíblico del lenguaje, sino que los enunciados contestan de una u otra manera a enunciados ajenos que les preceden. También el autor desarrolla que estos enunciados no sólo se relacionan con los anteriores, sino también con enunciados posteriores, es decir, los enunciados se construyen teniendo en cuenta muchas posibles reacciones o respuestas. En el caso de este trabajo, es muy importante esto para el análisis ya que en las historias escritas en Twitter, los autores buscan que haya una respuesta del público, y que muchas veces no sólo comenten su parecer sobre el relato, sino que interactúen o sumen diversos elementos al mismo.

Para analizar esta idea de los relatos y la mediatización, Verón en su libro “El cuerpo de las imágenes” (2001) explica que: “Soportes tecnológicos cada vez más complejos se han vuelto socialmente disponibles y han dado nacimiento a nuevas formas de discursividad” (p.13) y

que en las sociedades mediáticas los medios ya están instalados y funcionan como un espejo donde la sociedad se refleja y por la cual se comunica. Lo que hace la mediatización es estallar la frontera entre lo real y sus representaciones, y los medios aparecen, no como una reproducción de lo “real”, si no como dispositivos de *producción* de sentido.

Para el autor, el concepto de *medio* “debe tener en cuenta, a la vez, las condiciones de producción (entre las que se encuentra el dispositivo tecnológico) y las condiciones de recepción.” (p.20) y da el ejemplo de la televisión, que la nombra como “el medio del contacto” (p.19). Gracias a este medio, el proceso de mediatización de la sociedad se completa con el establecimiento de nuevos espacios imaginarios, que formulan reglas que le son propias, transforman lugares de producción de los eventos de lo “real social” y negocian entre diferentes juegos de discursos.

También Verón expresa en su libro “La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes” (2013) que se debe distinguir entre la mediación y los fenómenos mediáticos. Para el escritor, la mediación es un aspecto determinante dentro de la comunicación y es resultado de la materialidad sensorial, inevitable, del soporte. En cambio, el fenómeno mediático, sólo se obtiene a partir del momento en que los signos poseen, en algún grado, las propiedades de autonomía tanto respecto de la fuente como del destino, y de persistencia en el tiempo. Esta materialidad necesita de la intervención de operaciones técnicas más o menos complejas, y la fabricación de un soporte (p.145).

Y es a partir del fenómeno mediático que el teórico explica que:

La mediatización es, en el contexto de la evolución de la especie, la secuencia de fenómenos mediáticos históricos que resultan de determinadas materializaciones de la semiosis, obtenidas por procedimientos técnicos. Hay que tener en cuenta que, por un lado, la emergencia de una nueva tecnología de comunicación produce siempre efectos retroactivos. La comunicación oral se transforma definitivamente a partir de la escritura. (Verón, 2013, p.147)

El profesor argentino Biselli (2014) agregó a esta idea de relato y mediatización la particularidad de su complejidad e inestabilidad:

Compleja porque lo que permite percibir al relato mediático como tal –sea cual fuere la narración mediática en cuestión– es que el mismo solo va a existir en el cruce ineludible y simultáneo de un conjunto específico de factores, a saber: determinaciones formales y/o genéricas; imperativos tecnológicos; constricciones económicas; despliegue de un campo pulsional y de imaginarios antropológicos y sociales; condiciones y prácticas inéditas de recepción. Inestable, porque si estos factores siempre van a estar operando, su importancia relativa es dispar: en algunos tipos de relatos mediáticos ciertos factores son decisivos y subordinan a los demás; en otros, la jerarquía que opera difiere totalmente”. (Biselli, 2014, p.1)

Es decir, leer o escuchar un relato no es sólo pasar de una palabra a otra, es también pasar de un nivel a otro (Barthes, 1970, p.11). También, ésta idea aparece en el libro “La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes” de Verón (2013), donde explica que la creación de la imprenta fue una revolución debido a su complejidad y su carácter multidimensional, y que todos los momentos claves en la historia de los medios presentan estas características en el sentido de que: “Son complejos, es decir, no admiten interpretaciones en términos de secuencia lineales causa-efecto y son multidimensionales, es decir, alteran los mundos sociales y sus relaciones” (p.211).

Relacionándolo a las redes sociales, es importante tener en cuenta la potencialidad semiotecnológica que permite no sólo crear distintas formas de relato, o adaptar historias ya contadas a nuevos medios, sino también crear una conversación *in situ* entre el escritor y las personas que leen la historia. Las diferentes conceptualizaciones y teorías sobre los relatos van a aportar a la investigación un enfoque de análisis en las narraciones que producen los usuarios, y a su vez las formas de lectura y consumo que se hacen del mismo.

La **ecología de medios** es definida por Scolari (2015) como las tecnologías que generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan. “La palabra ecología implica el estudio de los ambientes: su estructura, contenido e impacto sobre la gente’ (Postman, 1970) (...) En esta interpretación, los medios crean un ambiente que rodea al sujeto y modela su percepción y cognición” (Scolari, 2015, p.29).

En *Understanding Media*, McLuhan sostenía que los efectos de la tecnología “no se producen a nivel de las opiniones o conceptos, sino que alteran los *ratios* del sentido y los patrones de percepción de manera constante y sin ningún tipo de resistencia”. Por ejemplo, la televisión “ha cambiado nuestra vida sensitiva y nuestros procesos mentales”. (Scolari, 2015, p.29)

La ecología de los medios busca entender cómo las tecnologías de la comunicación controlan la información, y cómo esta afecta a las percepciones, ideas, pensamientos y actividades de las personas (Postman, 2015).

En su artículo “El humanismo de la ecología de los medios”, (2015) Postman explica que los medios son tecnologías donde crece una cultura, una forma de pensar y una organización social:

Colocamos la palabra “medios” al lado de la palabra “ecología” para dar a entender que no sólo nos interesan los medios, sino también las formas de interacción entre los medios y los seres humanos que le dan a una cultura su carácter y que, podría decirse, la ayudan a preservar un equilibrio simbólico. (Postman, 2015, p.98)

Para ahondar en esta conceptualización de la ecología de los medios, el autor Porto Reno (2015) explica que:

La nueva ecología mediática encuentra una sociedad organizada no en una aldea, sino en varias. Cada individuo forma parte de varias aldeas, y de manera líquida cambia de aldea a cada momento de la forma que más le conviene. Además, no asume solamente el papel de receptor sino también de emisor. Sin embargo, conviene mantener todavía la existencia de un receptor tradicional, pues ahora los que reciben

mensajes pueden reconstruirlos y hacerlos circular por sus redes de contacto”. (Porto Reno, 2015, p.249)

En el marco de esta investigación, este concepto va a servir para analizar la manera en que los usuarios de Twitter toman de la llamada literatura clásica, fragmentos de ella para luego subirlos a la red social y generar un debate o una conversación en torno al mismo, o creando perfiles de personajes clásicos para “reactualizarlos” y hacerlos hablar sobre temas de la actualidad.

Para McLuhan (2015) los medios ejercen una influencia persuasiva en los hombres y las tecnologías funcionan como una extensión de las personas y de sus sentidos que los amplía y a su vez anestesia para que no se den cuenta de lo que les está sucediendo, y estas tecnologías a su vez remodelan inexorablemente la sociedad que las creó. Por eso, es pertinente estudiar no solo el contenido de los medios, sino también los medios mismos y su entorno cultural. Retomando el texto de Biselli (2014), es importante tener en cuenta las tecnologías y el entorno que crean para estudiar las narraciones que allí se crean, y este entorno de medios está formado por diversos lenguajes, palabras, imágenes, sonido, símbolos y técnicas.

También es pertinente para analizar nuestro objeto de estudio el concepto de **convergencia** que Jenkins trabaja en su libro “Cultura de la convergencia” (2006) y lo define como:

El flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. (Jenkins, 2006, p.14)

Esta convergencia se produce en el cerebro de los consumidores y en las interacciones con otras personas, por eso se puede decir que el consumo se convirtió en un proceso colectivo

(una inteligencia colectiva), y cada consumidor produce su propia mitología a partir de fragmentos del flujo mediático que, luego, aplica a su cotidianidad.

A su vez, el autor agrega que en realidad los viejos medios nunca mueren ni se desvanecen, sino que son las herramientas que utilizamos para acceder al contenido las que pueden llegar a morir. Para eso, conceptualiza lo que es un **medio**, y recurriendo a la historiadora Lisa Gitelman (citada en Jenkins, 2006), explica que los medios son tecnologías que permiten la comunicación y prácticas culturales y sociales que se desarrollan alrededor de dicha tecnología. Por eso, los medios son también sistemas culturales.

En consonancia con esta idea de la convergencia y de los medios, en su texto “Él mira televisión, Youtube. La dinámica del cambio en los medios”, Varela (2009) explica que:

El contenido y la función de un medio puede cambiar o desplazarse de uno a otro (de contar historias en el radioteatro a la telenovela), su audiencia puede cambiar (la historieta tuvo lectores masivos en los años cuarenta y lectores vanguardistas a fines de los sesenta) y su status social puede ascender o descender (el teatro pasó de ser una forma popular a una de elite), pero una vez que un medio se establece, continúa funcionando dentro de un extenso sistema de opciones comunicativas. (Varela, 2009, p.213)

Por eso es importante para este trabajo el concepto de convergencia. Este concepto, así como el de ecología de medios, ayudan a conceptualizar y explicar que los medios no mueren, sino que confluyen y muchas veces se adaptan a las nuevas tecnologías, como pasó con el cine y el teatro, o la palabra hablada, o la misma palabra escrita. Del mismo modo la literatura pudo ser adaptada al formato de microblog como lo es Twitter, no solo llevando a los clásicos a esa plataforma, si no también permitiendo a los usuarios poder plasmar sus propias creaciones allí.

Retomando el texto de Jenkins (2006), él explica que la convergencia mediática va más allá de los cambios tecnológicos, porque esta altera la relación entre las industrias, los géneros, los públicos, las tecnologías y los mercados. Altera la lógica en la forma que consumen las personas estos relatos o información, así como la lógica que poseían las industrias mediáticas. “La convergencia implica un cambio tanto en el modo de producción como en el modo de consumo de los medios”. (p.27)

Más adelante, en el capítulo “En busca del unicornio de papel”, el autor explica que los relatos son básicos en todas las culturas y que nos sirven para comprender y estructurar experiencias comunes. También señala (el capítulo está centrado en las narraciones transmedias y el cine) que pueden existir tres tipos diferentes de consumidores, un espectador activo y comprometido con la trama, que busca una satisfacción en cada episodio; un espectador y público a largo plazo, que busca un análisis más profundo y reflexivo en la obra (y en la historia como un todo, en el caso de las narraciones transmedias); y un espectador navegante, que disfruta seguir las relaciones entre las partes de la historia.

Para profundizar en este recorrido sobre la Ecología de medios y las redes sociales, es indicado retomar a Pisani y Piotet que en “La alquimia de las multitudes” (2008) conceptualizan el término **webactores**, como “los usuarios actuales de la web, que proponen servicios, intercambian información, hacen comentarios, se implican, participan. Ellos y ellas generan la mayor parte del contenido de la web” (p.14). Además agregan que: “los webactores son heterogéneos y diversos, en función de su implicación, de su participación. Lo único cierto es su gran número, lo que los define como lo que forma, multitudes” (p.22). A partir de esta definición explican que, para ellos, la alquimia de las multitudes es la participación de los webactores:

Esta participación está en el núcleo de nuestra visión de lo que está en juego hoy, tanto en la web como en las relaciones entre ésta y el mundo real, tanto en la dimensión digital de nuestras vidas como en su dimensión física. (Pisani y Piotet, 2008, p.22).

Para este trabajo, el concepto de webactores sirve para analizar las diferentes formas en que los usuarios de twitter producen relatos de ficción y cómo se generan las conversaciones y debates de los usuarios en torno a estas historias.

Los autores desarrollan que la web que utilizamos actualmente tiene sus raíces en la web del pasado, pero que fueron cambiando los usos de la misma, los desarrollos de ciertas funcionalidades y los modelos de negocios. En este sentido, se puede visualizar al momento de entender Twitter como una red social de microblog, teniendo en una de sus muchas raíces la utilización de los blogs que permiten a los usuarios producir textos acompañados por imágenes o links y expresarse, o compartir información. Por eso, uno de los cambios más importantes en la web actual es lo que se produce cuando muchos usuarios interactúan en la producción, y hay una apropiación de la web por parte de estos webactores. También entienden a las plataformas como los lugares donde se publica y se va a buscar contenido, por eso las caracterizan como dinámicas, porque también pueden modificarse en cualquier momento, muchas veces provocando un cambio en la lógica de la misma (ejemplo de ello, en el caso de Twitter, es la incorporación de la función de recopilar tweets en hilos o momentos, o aumentar la cantidad de caracteres).

También, refiriéndose a las redes sociales, los autores dicen que lo que normalmente se buscan de estas (específicamente por parte de los jóvenes) es que funcionen como un instrumento de socialización. Por eso los usuarios crean un perfil en la red social y permiten “ajustar su identidad en relación con los demás con pequeños retoques” (Pisani y Piotet, p.43). Además, agregan que con tecnologías anteriores -como el teléfono- la comunicación se

producía con un destinatario específico, en cambio; con la web y las redes sociales, salvo que se tenga un perfil privado y muy selectivo, los posteos que se realizan y la información que se sube está de alguna forma expuesta a que las personas que entren tengan la posibilidad de responder o compartirla con las personas que quieran.

Se ha pasado de una comunicación pre-activa e institucionalizada a una comunicación flexible y no controlada. *Twitter*, la herramienta que permite que todos los miembros de una comunidad sepan permanentemente lo que están haciendo los demás miembros, gracias a unos mensajes muy cortos e instantáneos, es el arquetipo de este uso creciente. (Pisiani y Piotet, 2008,p.43)

La web actual es una web de participación, donde las plataformas son flexibles, donde se tienen en cuenta los usos y los hábitos de los usuarios, que permite compartir las cosas a mayor cantidad de personas y que estas puedan interactuar o compartir, son plataformas que se pueden utilizar con facilidad que funcionan como espacios sociales donde todos pueden “tomar la palabra” (o postear videos o imágenes en algunas redes sociales).

Para relacionar con este término de webactores, que son usuarios que dan forma a la web de hoy en día, Scolari en su libro “Hipermediaciones” (2008) explica que este nuevo ecosistema comunicacional re-configura en muchos aspectos los procesos de intercambio simbólico, y define a la hipermediación como “el proceso de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrolla en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados entre sí” (p.113) y que hace referencia a “la trama de reenvíos, hibridaciones, y contaminaciones que la tecnología digital, al reducir todas las textualidades a una masa de bits, permite articular dentro del ecosistema mediático.”. (p.114).

En este sentido, con la hipermediación y las características que se mencionaron anteriormente sobre la web en la actualidad, se puede notar que hay una confluencia de diversos lenguajes, formas de consumir y producir, y una reconfiguración de los géneros, como en el caso de la

Twitteratura, cuando se realizan re-adaptaciones de obras clásicas de la literatura al formato de tweet.

También, para agregar a esta idea en la que los usuarios actúan, intervienen, modifican y adaptan sus hábitos en las plataformas, el autor Rheingold (2004) utiliza el término de multitudes inteligentes para hacer referencias a las personas capaces de actuar conjuntamente aunque no se conozcan dentro de las redes sociales, utilizando la tecnología para cooperar de una forma que no hubiera sido posible anteriormente en la historia. Explica que las redes sociales son actividades humanas que dependen de la tecnología, son “prácticas sociales que permiten la utilización individual o colectiva de las tecnologías” (p.24). En muchas plataformas se generan sistemas de reputación como los “likes”, “Retweets”, “compartir”. Por eso, funcionan como las antiguas prácticas de cooperación pero con el factor tecnológico de por medio. También esto puede significar algún tipo de pérdida de privacidad, porque para que se genere esta cooperación, es necesario conocer más a las otras personas, pero ellas querrán conocer a uno más también. Además, normalmente lo que muchos publican en redes sociales lo pueden ver muchas personas. La razón por la cual los usuarios comparten contenido e información (muchas veces personal), es para obtener capital de conocimiento y social, dentro de esas comunidades virtuales, donde se produce un intercambio de información, conocimiento e interacción social.

Otro concepto que nos ayudará al análisis de nuestro objeto de estudio, y que se relaciona fuertemente con lo mencionado anteriormente, es el de **propagabilidad** que es explicado en el texto de “Cultura Transmedia” (2013) de Jenkins, donde comenta que: “A medida que exploramos la circulación podemos ver cómo se crean valor y significado en las múltiples

economías que constituyen el paisaje de los medios emergentes. El mensaje que queremos transmitir es simple: *si no se propaga, está muerto*<sup>3</sup>.” (p.23) y agrega que:

La *propagabilidad* se refiere a los recursos técnicos que permiten la circulación más cómoda de cierto tipo de contenido en vez de otro, las estructuras económicas que apoyan o limitan esa circulación, los atributos de un texto mediático que podrían captar la atención de una comunidad y las redes sociales que vinculan a las personas a través del intercambio de bytes significativos”. (Jenkins, 2013, p.26)

Este concepto se relaciona con la investigación en lo que respecta a la forma en que se propagan las historias dentro de la red social mediante herramientas como el *hashtag* que ayuda a ordenar las conversaciones, o los *retweets* o “me gusta” que produce que un tweet aparezca en el inicio de otros usuarios, aunque ellos no sigan a la persona que realizó el tweet.

En su texto, Jenkins (2013) explica que lo que busca con el libro es analizar un modelo híbrido de circulación donde una mezcla de fuerzas verticales permite que se comparta y produzca información y material a través y entre las culturas de forma mucho más participativas. Este modelo considera a los usuarios no sólo como consumidores, sino como personas que comparten, mezclan, producen y dan forma al contenido. También permite construir comunidades cooperativas y participativas, donde se pueda propagar el contenido. Según el autor, las comunidades de fans fueron las primeras que surgieron como una forma de propagar el contenido, y gracias a las redes sociales, la propagación no se genera sólo en torno al entretenimiento sino también en diversos mensajes políticos, publicitarios, religiosos. También diferencia el concepto de propagabilidad del de viralización, ya que en el primero el o los usuarios toman una posición activa frente al contenido, muchas veces reconfigurándolo,

---

<sup>3</sup> El resaltado es nuestro.

en cambio, con la viralización, el usuario “permanece como portador pasivo del contenido viral” (Jenkins, 2013, p.42).

## **Redes sociales**

Para ahondar en la conceptualización de las redes y medios sociales, es pertinente retomar a la autora Van Dijk que en su libro “La cultura de la conectividad” (2016) explica que:

Los medios sociales, definidos en términos generales como ‘un grupo de aplicaciones de internet construidas sobre los cimientos ideológicos y tecnológicos de la web 2.0 para permitir la creación e intercambio de contenido generado por los usuarios, conforman un nuevo estrato de organización de la vida cotidiana en internet’. (Van Dijk, 2016, p.18)

Por eso, con los medios sociales, las comunidades y la búsqueda de los usuarios de compartir material, muchas plataformas buscaron hacer sus redes “más sociales”, y con la conectividad se buscó codificar toda esa información compartida por los usuarios en algoritmos que “contribuyeron a moldear una forma particular de socialidad online” (p.19) que a su vez ayudó y ayuda a las marcas para generar contenido y publicidad para esos usuarios. Además, muchas de estas redes sociales comenzaron como plataformas para compartir contenido creativo entre amigos o información comunicacional, que luego se fueron adoptando a nichos específicos de interacción dentro de la web, y se suele decir que estas plataformas se vuelven

exitosas cuando sus nombres se convierten en verbo, como en el caso de Twitter y “Tuitear” o “Twittear”.

La autora plantea que estos medios sociales son objetos dinámicos que se transforman y adaptan según las necesidades (o algunas veces exigencias) de los usuarios, así también como por cambios que se realizan en otras plataformas con las que compiten o se complementan. Además, caracteriza a las redes sociales como: “Sitios que priorizan el contacto interpersonal, sea entre individuos o grupos; forjan conexiones personales, profesionales o geográficas y alientan la formación de lazos débiles” (p.24), y da el ejemplo de algunas redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter o LinkedIn. Dentro de estas redes sociales, que utilizan sus propias denominaciones, una palabra como “amigo” puede simbolizar tanto vínculos fuertes como débiles, porque pueden ser desconocidos o contactos cercanos como familia o amigos (en el sentido *offline*).

Para complementar a la conceptualización que brinda Van Dijck sobre las redes sociales, retomamos a las autoras López y Ciuffoli que en su libro “Facebook es el mensaje” (2012) trabajan con las descripciones que realiza Lev Manovich y describen a los medios digitales, como Facebook, a través de cinco principios esenciales (p.37):

La *representación numérica*, que explica que estos medios, al ser digitales, pueden ser descritos en términos matemáticos y que esto permite que sean programables. Por eso, las redes sociales se encuentran en un proceso de desarrollo y cambio constante. Esto se relaciona con lo que mencionaba Van Dijck (2016) sobre la idea de que las redes sociales se adaptan a las exigencias de los usuarios o mejoran al compararse con otros medios sociales.

Luego, la *modularidad* de los medios digitales que consiste en que los elementos mediáticos como imágenes o videos, “son representados como ‘colecciones’ que se agrupan en objetos a mayor escala, pero que mantienen sus identidades por separado” ((López y Ciuffoli, 2012,

p.37). Normalmente, esto se traduce a los perfiles de los usuarios dentro de las redes sociales, donde se pueden subir este tipo de elementos, o los muros donde encontramos las publicaciones, las interacciones y los mensajes privados, que se pueden agrupar en módulos.

Otro de los principios que trabaja Manovich es el de *automatización*, que permite la alimentación y retroalimentación del flujo de la web, donde aparece el registro permanente de cada acción que realizan los usuarios y la integración entre diferentes redes sociales (como Facebook con Twitter o Foursquare) en donde los usuarios pueden publicar de manera automática y simultánea sus actualizaciones de estado. Este principio tiene dos consecuencias importantes, ya que elimina la intencionalidad humana dentro del proceso creativo, y restringe el control de los usuarios sobre los procesos que tienen lugar en la plataforma.

(p.38)

El siguiente principio es el de *variabilidad* que refiere a “la posibilidad de realizar cambios de manera constante , y múltiples versiones de estos medios, por ello es que se los asocia a la idea de ‘beta permanente’” (Lopez y Ciuffoli, 2012, p.39) y por último, el principio de *transcodificación cultural* que da cuenta del proceso mediante el que la capa cultural de las redes sociales se traduce a la capa informática. Por un lado, hay una capa conformada por categorías del lenguaje, por los usuarios y que hace posible las interacciones, y una capa que está formada por base de datos, códigos y variables. Esto se traduce, dentro de las interfaces, como los perfiles, los “amigos” o “seguidores”, los “me gusta”, los “retweets”, que son formas más simples para nombrar procesos complejos informáticos.

Desde una perspectiva más cercana a la pragmática, Yus Ramos también trabaja la conceptualización de las redes sociales en su libro “Ciberpragmatica 2.0” (2010) donde detalla que sitios como Facebook, MySpace o Twitter son ejemplos de una nueva forma de entender Internet y a la Web 2.0, donde se crea una comunidad participativa de usuarios, que

comparten información, se relacionan y profundizan en el conocimiento de sus amigos y contactos. Allí detalla, a partir de varios autores, definiciones de lo que es una red social. Explica que las redes sociales son servicios basados en la web que permiten a los usuarios construir un perfil público dentro de las mismas, que se articulen con un listado de otros usuarios (amigos en Facebook, o seguidores en Twitter, por ejemplo), y les permiten relacionarse, compartir información o coordinar acciones. Son el modo en que se construye nuestra identidad online y la forma en que se comparte nuestra actividad online. Estos perfiles suelen poseer información personal del usuario, como una foto de perfil, su nombre o apodo, una breve descripción de la persona y su listado de contactos (p.139).

Boyd<sup>4</sup> (2007) sugiere que los SRS<sup>5</sup> se caracterizan por las siguientes cualidades a) *son persistentes*, ya que la comunicación entre usuarios puede ser almacenada indefinidamente; b) *son localizables*, ya que con un formulario de búsqueda se puede encontrar fácilmente la información que contienen; c) poseen una *cualidad digital*, por lo que su información puede ser copiada o distribuida con facilidad, y d) suelen dirigirse a una audiencia desconocida que puede ver la información a pesar de que a menudo los usuarios tienen en mente otras personas en concretas con las que desean comunicarse y, en algunos casos, el SRS está mediado por una contraseña. (Yus Ramos, 2010, p.140)

En este sentido, y para retomar la conceptualización que trabaja Van Dijck (2016) dentro de su texto sobre lo que ella llama “medios de conectividad”, podemos vislumbrar que éstas plataformas, por más que pertenezcan a diferentes compañías, poseen características en común, y es por eso que la autora propone considerar a las distintas plataformas como **microsistemas**. “La totalidad de las plataformas constituyen lo que denomino ‘ecosistema de medios conectivos’, que nutren y a su vez se nutre de normas sociales y culturales” (p.43) y explica que es por eso que muchas veces estos microsistemas suelen ser sensibles a los

---

<sup>4</sup> Danah Boyd es una académica de la tecnología y los medios sociales. Es una de las principales investigadoras de Microsoft Research, fundadora y presidenta del Data & Society Research Institute (última revisión: julio del 2019)

<sup>5</sup> El autor utiliza la sigla “SRS” para referirse a *Sitios de Redes Sociales* (Yus Ramos, 2010, p.138).

cambios que se realizan en otros, por ejemplo, que muchas redes sociales, como Facebook y Twitter, posean botones que indiquen que algo “Me gusta”.

Estos cambios dentro de las plataformas no son un dato menor, ya que suponen la participación de miles de usuarios, muchas veces cambian en mayor o menor medida los modos de producción o recepción del contenido, y afectan a normativas y leyes a nivel tanto locales como globales.

## **Twitter**

En su libro “La cultura de la conectividad” (2016) Van Dijck cuenta que Twitter apareció en 2006, y que para el momento en que ella escribió el libro, ya contaba con millones de usuarios registrados y activos, y el término tuitear ya poseía diversos significados, desde realizar un tuit espontáneo hasta participar o crear un flujo de opinión en vivo (p.74).

El autor Yus Ramos (2010) explica que es una aplicación de *microbloggin*, y retomando al creador de la red social, define a Twitter como:

Un servicio que te conecta con tu gente, que responde a preguntas de lo que estás haciendo en ese momento mediante el teléfono móvil, la web, la mensajería instantánea y a través del correo electrónico. Te permite estar en contacto con tu gente en tiempo real. (Jack Dorsey, citado de Yus Ramos, 2010, p.158)

Además, los mensajes que se publican en Twitter deben ser cortos, respetando los 280 caracteres (140 en el momento en que escribía el autor), se puede aportar información en tiempo real, y se pueden utilizar desde diferentes aparatos tecnológicos, como la computadora, smartphone o tablet.

Retomando las ideas de Van Dijck (2016) la autora discute la idea que plantea desde un principio el creador de Twitter, Jack Dorsey, ya que a pesar de que la red social se presente como una plataforma donde se generan conversaciones aleatorias, donde nacen y mueren tendencias y se producen y formulan opiniones masivas (Van Dijck, 2016), la autora plantea que ni la plataforma ni sus usuarios son meros portadores de información: “Por el contrario, en ellas se generan flujos de datos con el objetivo de promover ciertos usos y usuarios por encima de otros” (p.74). Esto es lo que explica que, desde su creación, Twitter como microsistema tuvo que realizar cambios, muchas veces contradictorios o divergentes con su propósito inicial, y hasta mecanismos como el de “Seguir”, que al principio aparecía como “neutral”, ahora funciona como una forma de filtración para que aparezcan ciertos usuarios o contenidos. “Twitter se vio obligado a caminar en la cuerda floja entre su ambición de convertirse en una red de comunicación autónoma y la presión comercial por lograr un prolijo servicio de colocación publicitaria” (p.75)

De todas formas, la autora plantea que una de las grandes fortalezas de esta red social fue la de poder adaptarse a diversos entornos online. Por ejemplo, lo que una persona tuitea, puede aparecer como un post en Facebook. También permite formular un enlace para poder publicarlo dentro de otras páginas web, y este es un formato muy utilizado dentro de diarios online.

En 2008, Twitter implementó los **Trending topics** (en español, “Temas en tendencia”), una herramienta que permite a los usuarios agrupar sus tuits en temas o ciertas palabras, precedidas por un *Hashtag* ( # ) que funciona como una etiqueta (este formato de *hashtag* fue, más adelante, utilizado por otras plataformas como Facebook o Instagram). Esta etiqueta permite participar dentro de las conversaciones o seguirlas en forma pasiva, aunque estos

temas suelen ser filtrados antes de aparecer en la barra de tendencias. También, dentro de estas tendencias existen modalidades pagas y son explicadas por la red social como:

Las Tendencias Promocionadas les muestran a los usuarios tendencias delimitadas por el tiempo, el contexto y el evento, promocionadas por nuestros socios de publicidad. Estas Tendencias Promocionadas de pago aparecen en la parte superior de la lista de Tendencias de Twitter y están claramente marcadas como “Promocionadas”. También pueden aparecer en la Cronología de los usuarios.<sup>6</sup>

Ya en 2009 Twitter agregó la función de retweet, donde los usuarios pueden “resubir” los tuits de otros usuarios en su perfil, que en un primer momento los usuarios empleaban las letras RT seguidas por el @ para etiquetar al otro usuario (Van Dijck, 2016 p.76). En la actualidad, los retuits funcionan apretando un botón que se simboliza con dos flechas, una para arriba y otra para abajo, y a su vez da la opción de “Mencionar”, que funciona como un retweet pero en el que el nuevo usuario puede comentar el tuit que acaba de retuitear.

Para Van Dijck (2016), lo que llevó a Twitter a integrarse dentro del ecosistema de medios conectivos fue la “promoción de la microsintaxis” (p.77) como un nuevo tipo de código. El resto de las redes sociales como Facebook no tardaron en absorber los diferentes símbolos que utilizaba Twitter, como el arroba para etiquetar personas dentro de un posteo.

Llegando al 2010, la plataforma incorporó la geolocalización que permite seguir la conversación en determinada ubicación. Por ejemplo, se pueden obtener las tendencias globales, a nivel nacional, como Argentina, o niveles más locales, como Buenos Aires, Rosario o Córdoba.

En 2011, la red social realizó un gran cambio a nivel interface (mayormente por cambios que realizó Facebook anteriormente), donde incluyó un botón de “Home” que permitía ver al usuario ver lo que tuiteaban otros usuarios que él seguía; un botón de “Explorar” donde el

---

<sup>6</sup> Ver <https://business.twitter.com/es/help/overview/what-are-promoted-trends.html> (última revisión: julio del 2019)

usuario puede ver las tendencias y temas relevantes del día; y un botón que lleva al propio perfil, y donde se puede ver los propios “me gustas”, las conversaciones donde participó el usuario y los archivos multimedia que subió.

Por 2017 también hubo dos cambios muy importantes para analizar nuestro objeto de estudio, que fueron el aumento del número de caracteres de 140 a 280, y la creación de la opción “Hilo de twitter”. El primer cambio otorgó un poco más de libertad al momento de que los usuarios de las redes sociales redactaran un tuit, aunque sigue la necesidad de ser creativos para que lo que el usuario escriba tenga sentido dentro de esa cantidad de caracteres. El segundo cambio fue una alteración muy grande, porque permitió no solo una organización distinta de los *tweets* (ya que previamente los usuarios debían responder a su tuit previo), sino que la lectura de los *tweets* cambió, ya que anteriormente los demás usuarios para comenzar a leer debía empezar desde abajo, y leer hacia arriba. Con los hilos, esto se transformó y produjo que al *clickear* sobre el tweet, se desplegaran el resto de los tuits abajo del primero, provocando una lectura similar a la de los libros (de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo en la cultura occidental).

A veces, necesitamos más de un Tweet para expresar lo que queremos. Un hilo en Twitter es una serie de Tweets conectados de una misma persona. Los hilos te permiten conectar varios Tweets entre sí para proporcionar más contexto, una actualización o para ampliar una opinión.<sup>7</sup>

Para finalizar esta aproximación a lo que es Twitter como red social y microsistema, reanudamos las ideas de Van Dijck (2016) que expone que el avance de Twitter como red social es un proceso complejo donde intervienen no solo los ajustes tecnológicos de la plataforma, sino también las modificaciones en el uso que le dieron las personas y la difusión de contenido, las alteraciones en los modelos de negocios y cambios en las políticas de uso.

---

<sup>7</sup> Ver <https://help.twitter.com/es/using-twitter/create-a-thread> (última revisión: Julio del 2019)

Por eso “Tuitear se convirtió virtualmente en sinónimo de *microblogging*” (p.89), y el vocabulario propio de Twitter pasó a ser parte de nuestra cotidianeidad, siendo usado hasta en los noticieros. Además, resaltamos que su activo más fuerte es el de generar grandes cantidades de tráfico efímero en vivo de forma online.

## **Twitteratura, ¿Qué es?**

En este apartado trabajaremos el fenómeno de la Twitteratura, pero para empezar a profundizar en esta idea primero nos debemos preguntar: ¿qué es la Twitteratura?

La Twitteratura (o Tuitertura, como se refieren muchos autores de habla hispana) es un neologismo donde se mezclan dos vocablos, Twitter y literatura, y es utilizado para designar al tipo de narraciones o relatos ficcionales que se publican en esta red social.

En el texto “Novelas en Twitter: el fenómeno de la narrativa en 140 caracteres” (2015), la autora Torres Begines relata que en 2009 apareció por primera vez el concepto de Tuitertura y fue el más próspero para designar este tipo de relatos ficcionales que se crean dentro de Twitter. Otras denominaciones como Twiller (Tweet - *thriller*) o Twovel (tweet - *novel*) también aparecieron para designar este tipo de fenómenos, pero decidimos que Twitteratura resulta más funcional por el hecho de abarcar más en su totalidad a los relatos que se crean.

La autora explica que los primeros modelos de Twitteratura (o por lo menos de los cuales se empezó a desprender este término), surgieron por la iniciativa de dos estudiantes de la

Universidad de Chicago que se dedicaban a resumir clásicos de la literatura como Hamlet en un máximo de 20 tuits. A raíz del *boom* que tuvieron sus publicaciones, se comenzaron a convocar congresos sobre el tema, a realizar festivales de Twitteratura (como el de Quebec en 2012) o concursos para crear este tipo de ficción tan particular dentro de la red social.

El autor Escandell Montiel en su artículo “Tuitera: la frontera de la microliteratura en el espacio digital” (2014) explica que la producción de literatura dentro de esta red social se ve beneficiada en el sentido de que cada usuario puede inventarse, dentro de sus límites, el modo de utilizar la plataforma, ya que no existe una predeterminación acerca de los contenidos (p.41). Además agrega que es muy común que, por su carácter breve, las varias expresiones literarias que pueden aparecer en la red social giran en torno a géneros ya establecidos dentro de la literatura, como los acertijos, lo *haikus*, los aforismos o los albures, y que es muy común que este tipo de producciones utilicen el *hashtag* para poder agruparse y destacarse en la multitud.

La autora Torres Begines (2015) retoma las ideas de Raguseo donde explicita algunas características que posee la twitteratura, entre las que se encuentran: una naturaleza comprimida por la cantidad de caracteres que permite cada tweet; la ausencia de un título (aunque no siempre ocurre esto); un orden inverso de la lectura<sup>8</sup>, ya que hay que comenzar a leer por los tuits más antiguos; una marca temporal, porque los tuits se publican con día y horario; y la posibilidad de interacción entre usuarios y de poder guardar los tweets como favoritos. Además, también comparte características con la microficción ya que son relatos fragmentarios, intertextuales y breves (p.210).

---

<sup>8</sup> Como mencionamos anteriormente, esta modalidad de lectura cambió con la implementación de los Hilos de Twitter por parte de la red social.

Los autores Lowman y Correa-Díaz en su artículo “La tuit(er)-ficción en el (ciber)espacio literario hispano-americano” (2015) explican que en esta plataforma el autor publica y comparte sus relatos sin necesidad de preocuparse de asuntos referidos al lado literario, político o económico relacionados a una obra literaria. “Una vez que el texto esté publicado en Twitter, son los lectores los que deciden su destino, no sólo al escoger a quién suscribirse, a quien seguir, sino también con quién interactuar” (p.301). Es por esto que los autores plantean que la plataforma permite un nivel de co-producción e interacción nunca antes visto entre los autores y sus lectores.

En lo que se refiere al análisis de los textos publicados en Twitter, los autores explican que hay que tener en cuenta lo que ellos llaman el Tweetspeak, es decir, el lenguaje abreviado y coloquial que se desarrolla en el mundo digital y que se traslada al habla cotidiano de las personas fuera de esta red social (p.303). Además, se debe poner atención a las diferentes referencias a la cultura popular, que muchas veces tiene que ver con tópicos recientes o efímeros, pero este tipo de referencias intertextuales son las que suelen revelar el tipo de lector al que se dirigen los autores.

Ahora bien, en lo que refiere al término Twitteratura, como mencionamos antes, es un fenómeno muy amplio que abarca diferentes géneros o formas de escritura. En lo que respecta a los diversos tipos de producción que pueden llegar a generar los usuarios de la red social, la autora Concepción Torres (2015) en su artículo sobre novelas en Twitter plantea 3 tipos de caracterizaciones:

- “Obras que han surgido de la recopilación de tweets a lo largo del tiempo
- Obras que se han transformado en tweets
- Obras que se han escrito directamente en twitter” (Torres, 2015, p.210)

En esta primera tipología, la autora se refiere a obras literarias físicas que se produjeron a partir de recopilaciones de tuits, y que, en sentido inverso a la lógica que planteábamos anteriormente, estas obras sí pasaron por filtros editoriales o de publicación previos. Da como ejemplo el libro “83 novelas” (2011) de Alberto Chimal donde se publicaron 83 micronevelas subidas a la red social y citando al autor cuenta que:

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. (Chimal, 2011 citado en Torres, 2015, p.211)

En este sentido, y de forma inversa, podemos encontrar la segunda tipología de la que habla la autora, en las que obras literarias clásicas pasan a formar parte de proyectos online, donde diferentes usuarios publican fragmentos de las mismas, o realizan re-interpretaciones otorgándoles expresiones o sentidos más actuales. Aquí la autora da como ejemplo cuentas como @QuijoteEn17000tuits, dedicada a Cervantes y la obra “El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha”, u otros proyectos como @libros140, donde se resumen libros en la medida de caracteres permitidos por Twitter.

Para traer a colación otro ejemplo, a comienzos del 2019, un grupo de usuarios de la red social empezaron a twittear bajo el hashtag “#homero2019” fragmentos de las obras de dicho autor, como son “La Ilíada” y “La odisea”, participando de esta forma en una especie de lectura colectiva de la obra, y es algo que se empezó a implementar ya con otras obras, como con “La divina comedia” de Dante Alighieri.

Por último, dentro de esta tipología realizada por la autora encontramos los relatos que conciernen a este trabajo, que son las obras que se han escrito directamente para Twitter.

Aquí podemos hablar de obras colectivas, que suelen tener una autoría múltiple, donde los seguidores de una cuenta en particular se convierten en autores. Normalmente, esta historia la comienza el perfil, quien plantea una frase inicial y a partir de esta, sus seguidores contribuyen en la creación del relato. Y por otro lado, tenemos obras escritas íntegramente por un solo autor en su perfil. Muchas veces, los autores prefieren crear perfiles nuevos donde únicamente publican su obra, mientras que otros utilizan su perfil personal para publicarlas. Aunque no posean una escritura colectiva, los autores suelen dirigirse a los demás usuarios para generar debates de posibles resoluciones dentro de la trama, o utilizar elementos más lúdicos donde deben resolver acertijos para continuar la historia, permitiendo una participación por parte de la audiencia.

Para concluir con esta conceptualización sobre la Twitteratura, retomamos al autor Escandell Montiel (2014) que explica que para que una obra pueda ser considerada dentro de la Twitteratura debe integrar los recursos principales de la red social, es decir, la clasificación o utilización de *hashtags*, la restricción de caracteres, la utilización de recursos multimediales o, tal como lo entendemos en esta tesina, la utilización de vocabulario propio de la red social, porque si no estaríamos ante un caso en que esta simbiosis entre la literatura o la escritura y la red social no se produciría.



## **Metodología**

El presente trabajo se encuadra dentro de las investigaciones de carácter exploratorio.

El autor Padua en su libro “Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales” (1979) describe los diferentes tipos de investigaciones y, entre ellos, afirma que los estudios exploratorios son preponderantes en áreas o disciplinas en donde las problemáticas no están suficientemente desarrolladas, de manera que el investigador tiene como propósito “ganar familiaridad” con la situación antes de formular su problema de manera específica.

Por ello, antes que concentrarse en objetivos particulares, la estrategia de investigación consiste en buscar una mayor dispersión posible en las observaciones. En las ciencias sociales, donde las teorías no están formuladas en forma precisa, los estudios exploratorios son necesarios ya sea para la precisión o examen en profundidad de alguno de los supuestos de la teoría. (Padua, 1979, p.31)

Esta tesina se centra dentro del paradigma de investigación cualitativo, siendo las técnicas elegidas para trabajar el corpus el análisis de discurso y la etnografía virtual.

Las investigaciones cualitativas ponen un mayor énfasis en aspectos epistemológicos que guían el diseño de toda la investigación, definición de términos teóricos abstractos, un acento

en las prácticas sociales cotidianas y un marco teórico compuesto por conceptos sensibilizadores (Sautu, 2005 p.46).

En su texto “Etnografía virtual” (2000), Hine propone a la etnografía como una metodología propicia para estudiar los fenómenos en Internet, ya que puede servir para explorar las complejas interrelaciones existentes sobre las tecnologías en diferentes contextos, como el hogar, el trabajo, entre otras. “Una etnografía de Internet puede observar con detalle las formas en que se experimenta el uso de la tecnología” (p.13).

En lo que respecta al análisis de discurso, éste va a realizarse en un nivel micro, donde se van a tener en cuenta las particularidades del discurso (Gindin y Busso, 2018, p.32). Verón, en su libro “La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad.” (1993), explica que: “El análisis de los discursos no es otra cosa que la descripción de las huellas de las condiciones productivas en los discursos, ya sean las de su generación o las que dan cuenta de sus ‘efectos’” (p.127). Además, agrega que:

Los objetos que interesan al análisis de los discursos no están dentro ni fuera de los discursos, sino que son sistemas de relaciones que todo producto significativo mantiene con sus condiciones de generación por una parte, y con sus efectos por la otra (p.128)

En lo que respecta a la búsqueda y análisis del corpus, es pertinente tener en cuenta que: “la construcción de los corpus generalmente supone la recuperación de materiales publicados ya con cierta distancia temporal” (Gindin y Busso, 2018, p. 28) y que esto puede resultar una tarea que involucra tanto las destrezas del investigador como los límites y potencialidades de la web. Este tipo de destrezas están muy relacionadas con la big data o minería de datos, lo que llevaría dentro de la investigación social cualitativa un esfuerzo casi artesanal. Además, aunque es más fácil acceder a diferentes tipos de material dentro de la red, a la hora de encarar la investigación esto supone la necesidad de no perder de vista sus riesgos y límites, muchas veces teniéndolos en cuenta desde un principio y a partir de otros supuestos

epistemológicos y teóricos. En lo que respecta a la representatividad del material, hay que tener en cuenta que:

esta fácil disponibilidad no es tal, no solo por lo inmanejable de los grandes volúmenes de información en base a métodos cualitativos, sino también porque se trata de un universo de datos en permanente expansión y del cual no conocemos fronteras. (Gindin y Busso, 2018, p.32)

Además, las autoras concuerdan en que muchas veces el sentido que se le dé a los discursos de Internet será parcial y fragmentario, debido a que es imposible abarcar completamente todo lo que se produce en los espacios virtuales, pero sin tratar de minimizar la relevancia de los mismos (p.40).

Las autoras Gindin y Busso explican en su artículo “Investigaciones en comunicación en tiempos de big data: sobre metodologías y temporalidades en el abordaje de redes sociales” (2018) que:

Entendemos aquí al corpus como una construcción ligada a los posicionamientos teóricos del investigador, vinculados a su vez a su problemática de análisis (es decir, ese conjunto coherente de proposiciones hipotéticas o de postulados) que determina un objeto y un punto de vista analítico.

El corpus a trabajar en esta tesina se determinó de la siguiente forma:

- Dentro de las diferentes formas de producir ficción en Twitter, se seleccionó en particular ficciones en formato de “Hilo de Twitter” debido a que es un formato que Twitter implementó relativamente hace poco (2017) que permite organizar los tweets para que estos aparezcan como respuesta al primero cuando se abre, y genera una lectura de arriba hacia abajo, contraria a como trabajaba anteriormente Twitter, donde se debía entrar al perfil para leer varios tweets;
- Estas ficciones seleccionadas debían contener producciones multimediales como fotografías, imágenes o videos, ya que es propio de las redes sociales, y sobre todo de twitter que sólo se puede escribir una cierta cantidad de caracteres, muchas veces la

información se vea complementada con este tipo de herramientas para aportar más sentido a las historias (en el caso de la *twitteratura*);

- Las cuatro ficciones seleccionadas se encuadran dentro del género *thriller* o misterio. Se seleccionó este género en particular ya que se buscó un punto en común entre las ficciones que se utilizarían para el corpus, y que esto permitiría encontrar coincidencias y diferencias no solo en la forma de producción sino también de los recursos utilizados para escribirlas.

Las cuatro hilos que se trabajarán en esta tesina son: “El otro Manuel”<sup>9</sup> escrito por @ManuelBartual que trata sobre las vacaciones del usuario y cómo en estas se encuentra con un doble suyo que le va dejando diferentes mensajes, mientras intenta descubrir qué está pasando. Otro hilo a analizar es el del usuario @sebasgmouret<sup>10</sup> que una noche a última hora va a comprar leche para el desayuno del otro día y queda encerrado en un supermercado Carrefour, donde le van dejando diferentes pruebas para poder escapar de allí. Además, también seleccionamos el hilo de @modesto\_garcia publicado en la cuenta @plot\_tuit<sup>11</sup> donde advierte a la policía que resolvió el asesinato de una persona a partir del análisis que realiza de una fotografía sacada la noche de su muerte. El último hilo creado por @ManuelBartual y @modesto\_garcia y publicado en la cuenta @nelagarnela es llamado “#RedMonkey”<sup>12</sup>, donde la usuaria explica que encontró un celular en la calle y descubre que la persona dueña del mismo murió hace varios años y, a partir de eso, comienza a seguir diferentes pistas hasta descubrir que una secta llamada Red Monkey la estaba siguiendo.

---

<sup>9</sup> <https://twitter.com/ManuelBartual/status/899719483752935426> (última revisión: julio del 2019)

<sup>10</sup> <https://twitter.com/sebasgmouret/status/1051929549783601152?lang=es> (última revisión: julio del 2019)

<sup>11</sup> [https://twitter.com/plot\\_tuit/status/1002904687891410944](https://twitter.com/plot_tuit/status/1002904687891410944) (última revisión: julio del 2019)

<sup>12</sup> <https://twitter.com/nelagarnela/status/1031480480401686528> (última revisión: julio del 2019)

## La ficción en hilos de Twitter

En este punto analizaré los cuatro hilos de Twitter seleccionados y comentados anteriormente en el apartado metodológico, sus similitudes y diferencias, los recursos multimediáticos que se utilizaron, así como un acercamiento a los comentarios que dejan los usuarios en esos mismos hilos.

### **#ManuelBartual**

La obra de Manuel Bartual, un guionista español, comienza en un hilo de tweets el 21 de agosto de 2017 y prosigue a lo largo de varios días recogiendo más de 59.000 *retweets*, 111000 “me gusta” y 45000 respuestas de diversos usuarios de Twitter. A partir de su primer tweet: “Ando de vacaciones desde hace un par de días, en un hotel cerca de la playa. Iba todo bien hasta que han comenzado a suceder cosas rara.” desarrolla una historia que cuenta cómo el usuario al irse de vacaciones, se encuentra en el hotel con una persona idéntica a él que le quiere hacer daño, corriendo peligro su vida.



En este primer tweet se puede vislumbrar cómo desde un primer momento, el autor utiliza la fotografía como un recurso para añadir veracidad a su relato y establecer que él se encuentra allí mismo, donde está sucediendo la historia.

A partir de este primer tweet, Manuel Bartual comienza a contar lo que le sucedió esa tarde, utilizando por momentos un tono más humorístico y exagerado, que suele ser común en la red social, como cuando explica que al abrir su habitación y escuchar ruidos pensó que era alguien del servicio de habitaciones y sería la primera vez que “me iban a pillar con los pantalones puestos”. A su vez, comienza a tejer los primeros hilos de misterio que van a envolver su historia al explicar que alguien desconocido y desorientado estaba en su habitación, y que al hablar con él utilizaba palabras en español, pero sin ninguna relación entre ellas, “como un Yoda a mil por hora”. Ya al finalizar esta primera parte de la historia, que se podría considerar como su primer capítulo, vuelve a subir otra fotografía que será relevante para la trama más adelante, donde explica que se le ha extraviado una remera.



El primer tweet del 22 de agosto, fue publicado a las 9:02 de la mañana (hora local), y cuenta que bajó a desayunar al buffet del hotel y allí se encontró con la persona que anteriormente estuvo en su habitación. Aquí vuelve a utilizar la fotografía para mostrar cómo era la persona que había entrado en su habitación. Lo que se puede destacar de la utilización de este recurso, es que la fotografía fue tomada como si el autor hubiera escondido la cámara del celular para que las personas que allí se encontraban no se dieran cuenta que la estaba sacando. Esto funciona para agregar veracidad a su relato, ya que en vez de mostrar una foto profesional y bien encuadrada, se muestra una fotografía simple y casera.



A partir de esto, continúa su día, comentando que encontró un lápiz en el piso de su habitación, y que luego se fue a recorrer la playa donde, a través de dos fotografías que saca (que, como las anteriores, suponen una pseudo producción casera ya que están sacadas a contraluz y no se pueden distinguir muy bien las cosas), muestra que dos hombres lo estaban observando desde un muelle, y que uno de esos hombres llevaba la remera que había perdido el día anterior. De esta manera concluye la narración de ese día.

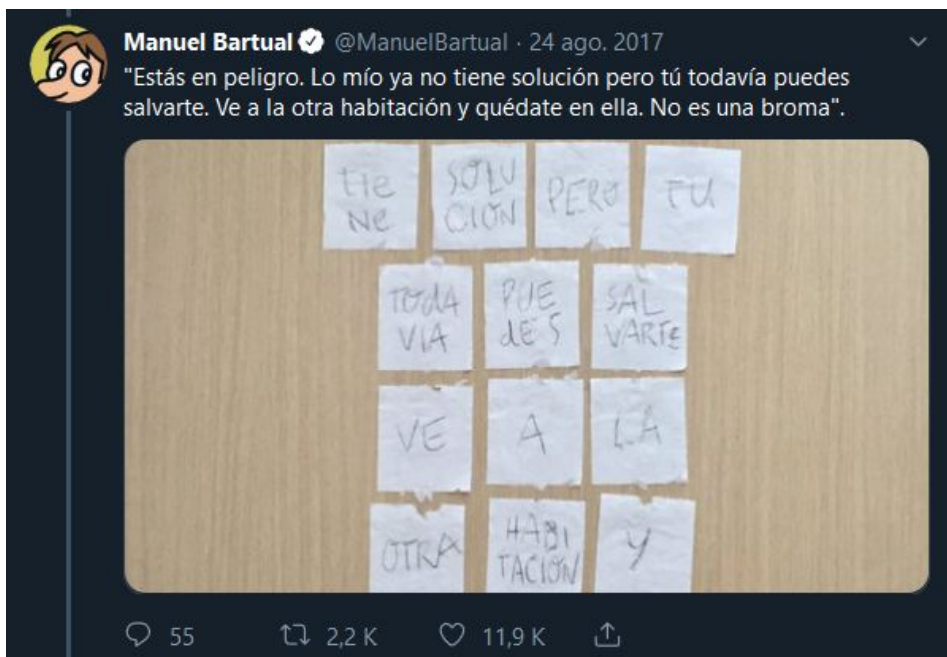
Ya en las publicaciones que realiza el 23 de agosto, comienza hablándole a los usuarios que estaban siguiendo la historia los días anteriores que “estaba dando señales de vida” twitteando que estaba todo bien y que él seguía investigando. A partir de esto intenta calmar a los usuarios utilizando argumentos lógicos para explicar lo que le había sucedido, pero al cabo de unas horas, su siguiente tweet intenta generar tensión en los lectores, ya que cuenta que las mismas personas que lo estaban observando el día anterior, lo siguieron en sus

actividades de ese día, y que había perdido su celular por un par de horas hasta volver a encontrarlo. Es a partir de aquí que el autor toma el papel de un clásico detective, y comienza a seguir a esta persona que lleva su remera, sacándole fotos a escondidas mientras comía en un restaurant o cuando se encontraba en un supermercado. Finalmente, a través de un video, surge la revelación de que el personaje que él estuvo siguiendo ese día era idéntico a él. Como con la producción de la fotografía, el video también se muestra hecho de forma casera y grabado desde el celular. Y a partir de eso, comienza un debate con los usuarios que están siguiendo su historia preguntándoles si la persona que aparece en el video es parecido a él, o si era una idea suya.



Más adelante en este mismo día encontramos lo que sería el primer acertijo dentro del hilo. El autor encuentra dentro del papel higiénico de su baño un mensaje escrito, pero en el que las palabras estaban desordenadas. Lo que el escritor buscaba con este recurso era la interacción

de otros usuarios para que lo ayudaran a resolver el enigma y así poder ubicar bien el sentido de la frase que alguien había dejado en su baño. Además, para agregarle un poco de tensión al misterio, realiza un video donde se puede ver que las primeras palabras que salen son “Estás en peligro”.



Como se puede observar en las imágenes, entre la publicación del enigma y su resolución pasaron 12 horas, y el autor agradece a los usuarios que lo ayudaron a resolverlo. A partir de esto, ya siendo el 24 de agosto, comienza a twittear conjeturando sobre quién le pudo haber dejado el mensaje, a qué habitación se refiere, y quiénes son los hombres misteriosos que lo estaban siguiendo. Además, explica que resolvió el enigma de cuál era la otra habitación a la que debía dirigirse. Esto, gracias a que la red social permite realizar respuestas a los tweets, posibilitando que los usuarios pudieran entrar en un debate para también realizar ellos sus propias conjeturas.

A partir de esto, realiza una pequeña elipsis donde cuenta que se va a dormir y al despertarse, unas horas más tarde, vuelve a ver desde su habitación al “Otro Manuel” y a partir de fotografías y videos, va mostrando los diferentes lugares donde volvió a ver a su doble.

Ya al otro día, el autor de los tweets decide pasar a la acción y empezar a investigar los alrededores del hotel para encontrar nuevas pistas, recordando a las novelas de misterio donde los detectives buscan huellas para poder resolver los misterios que les acontecen. Así es como descubre que en la punta opuesta del hotel donde él se alojaba, había otro hotel totalmente idéntico. Además de explicar cómo llegó allí y las conversaciones que tuvo en el lobby del otro hotel, subió una fotografía para que los usuarios pudieran identificar ambos hoteles como idénticos.



A partir de aquí, el autor empieza a entremezclar el thriller con la ciencia ficción, ya que comienza a realizar descripciones sobre el comportamiento de las personas del otro hotel (que las define como muy frías y como si se esforzaran para parecer humanos), sumándole a que en el hotel donde él se hospedaba desconocían que hubiera otro hotel idéntico.

Comienza luego a realizar una travesía por el hotel que va mostrando a través de videos cortos (de entre 20 y 25 segundos) donde se puede observar el hall del hotel, los pasillos y encuentra la habitación que habían dejado en el mensaje. En este caso, vuelve a utilizar los videos para reafirmar lo que cuenta a través del texto para darle veracidad a su relato (es decir, estoy aquí y ahora haciendo esto), así como para reforzar detalles de lo que cuenta, como en el caso de la leve respiración que se escucha en el video que realizó al entrar a la habitación.



Luego cuenta de forma escrita que después de cortar el video, se encuentra con su doble y que este lo persigue por todo el hotel, del que logra escapar para dirigirse a su habitación. A partir de este suceso es que el autor decide dejar su hotel para volver a su hogar. Es aquí que utiliza un video para mostrar que se encuentra en un auto yendo por una ruta para llegar al aeropuerto. Ya después de contar su travesía del día, utiliza en el último tweet un *cliffhanger*<sup>13</sup> donde dice que acababa de darse cuenta de algo, sin decir qué era lo que había sucedido.

El 26 de agosto comienza twitteando desde el aeropuerto, subiendo una foto donde se puede ver la pista de aterrizaje. Es ahí donde se pone a explicar que se había quedado sin batería y que lo que se había dado cuenta la noche anterior era que al llegar al aeropuerto, la persona que le entregaba su pasaje le había preguntado por su acompañante, ya que había otro pasaje a nombre de Manuel Bartual. Muestra una foto donde ya se encuentra dentro del avión, al lado de un asiento vacío, donde viajaría su supuesto acompañante, que nunca se presentó.

Cuando llega al edificio donde vive, narra una secuencia extraña donde el portero le comenta que él ya había pasado por ahí ese día, y que le había dejado un paquete a nombre de

---

<sup>13</sup> Un *cliffhanger* (final en suspenso) es un recurso narrativo que consiste en colocar a uno de los personajes principales de la historia en una situación extrema al final de un capítulo o parte de la historia, generando con ello una tensión psicológica en el espectador que aumenta su deseo de avanzar en la misma. (Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Cliffhanger> última revisión: agosto del 2019)

“Manuel”. Es allí donde comienza otro enigma, ya que abre frente a cámara el paquete (que, como pasa con los videos anteriores, se puede notar que es un vídeo casero grabado con la cámara del celular puesto que por momentos queda a oscuras como si tratara de abrir el paquete mientras usa el celular o porque lo deja en la mesa del lado de la cámara), y encuentra una impresión de su perfil de Twitter tachado, y del lado de atrás un mensaje que dice “No escribas más. Esto acaba esta noche. Todo está bien”.



A partir de esto, comienza a conjeturar diferentes teorías, donde habla acerca de por qué se encontró a su doble en el hotel, o si es alguna amenaza por un tema relacionado a drogas por parte del huésped que encontró en su habitación de hotel, o relacionando todo a temáticas de la ciencia ficción como clones, aliens o dimensiones paralelas.

Luego ve que su doble lo está observando desde la calle (lo capta a través de un video), y es entonces cuando decide volver al hotel donde se había hospedado, para poder llegar al fondo del misterio. Es en este momento que el relato comienza a relacionarse más con la ciencia ficción, ya que el autor comienza a describir de forma extraña el hotel y hasta afirma que hay una pileta pero sube la foto de una calle (como si él se encontrara en una dimensión paralela y su celular siguiera captando las cosas de esta dimensión).



Es a partir de su travesía que se encuentra con el otro Manuel, y luego de una pelea con él, la historia comienza a entrar en una especie de círculo, porque se descubre que es el autor el que

escribe los mensajes en el papel higiénico. Al final del día, el autor se enfrenta con su doble y luego de agradecer a los usuarios por su ayuda, finaliza el día con un tweet que pone “¿Hola?”

El 27 de Agosto, un par de horas después de ese último tweet, vuelve a responder con un “Hola”, y comienza a explicar que fue todo una historia que empezó a escribir en sus vacaciones junto a su pareja que fue quien le sacó las fotografías para subir a los diferentes tweets.

El autor de este hilo se llama Manuel Bartual y es guionista, director y crea contenido en redes sociales. Ha dirigido y guionado varios cortometrajes, largometrajes, comics, así como ha realizado varios trabajos de diseño editorial. Me parece pertinente realizar esta aclaración, ya que la cuenta donde publica la narración es su cuenta personal, que a su vez se encuentra verificada dentro de Twitter.

Como se puede visualizar, en esta historia contada por Manuel Bartual, la utilización de la fotografía así como del video, sirve tanto para generar ese soporte de veracidad que necesita la historia como para poder mostrar los diferentes enigmas que van surgiendo. También cabe destacar que la elaboración de todo el material audiovisual y fotográfico no cuenta con mucha producción, lo que genera esa irrupción en la cotidianeidad que buscaba el autor al contar su historia.

También es importante recalcar la cantidad de “retweets” y “me gusta” que lograron muchos de sus tweets, así como las respuestas que generó en el público que lo ayudaron a resolver varios misterios para continuar con la trama de la historia. En este sentido, se puede relacionar a lo que Jenkins (2013) explicó sobre la *propagabilidad* del contenido que se genera en las redes sociales, que en este caso permitió que una historia que comenzó con una preparación de pocos días, lograra llegar a tantos usuarios de Twitter. Fue tanta su

repercusión que muchos usuarios comenzaron a pedir que Netflix España realice una serie contando la historia de Manuel Bartual, así como muchos otros llegaron a realizar *trailers* o posters ficticios de dicha serie.





Además, Manuel Bartual también utiliza varios recursos como la elipsis o los *hand-gap*<sup>14</sup> entre día y día para que, como en las telenovelas o los folletines, se genere tensión y suspenso en el usuario con el fin de que continúe leyendo la historia al siguiente día. En la mesa redonda de “El folletín por entregas y el serial” (1984), Luis Gasca explica que:

la gracia con la que se cerraba normalmente el final de capítulo para dejar el ‘*hand-gap*’ americano, pero que era muchas veces europeo, y el comprador se viese obligado a comprar la semana siguiente el otro capítulo para saber realmente cómo se podría solucionar una situación insostenible. (Gasca, 1984, p.147)

Es conveniente recalcar que esta historia también “saltó” la barrera de Twitter, ya que el autor de la historia terminó escribiendo un libro llamado “El otro Manuel” que salió a la venta en formato tanto físico como digital, donde vuelve a contar en forma de prosa la aventura que vivió en sus vacaciones.

Para redondear en el análisis de este relato, es importante mencionar que en el *podcast* “El debate de hoy” que realizó un capítulo dedicado a la Twitteratura y en el que fue invitado Manuel Bartual<sup>15</sup>, el autor cuenta que “El otro Manuel” a diferencia de “Red monkey” (relato que analizaremos más adelante), fue mucho más improvisado y que la idea de escribir esa

---

<sup>14</sup> La idea del *hand-gap* planteada por los autores, es la misma que mencionamos anteriormente al usar el término *cliffhanger*

<sup>15</sup> [https://ar.ivoox.com/es/1-la-tuiteratura-narrativa-redes-audios-mp3\\_rf\\_29435304\\_1.html](https://ar.ivoox.com/es/1-la-tuiteratura-narrativa-redes-audios-mp3_rf_29435304_1.html) (última revisión: agosto del 2019)

historia le surgió cuatro días antes de publicarla, sólo teniendo un guión como base para orientarse al escribir los tweets que subía ese mismo día. También agrega que es importante, en general al crear este tipo de historias, jugar con cierta ambigüedad donde los usuarios al principio no saben si lo que están leyendo es realidad o ficción.

## #OperaciónDescuento

Esta ficción fue creada por el usuario @sebasgmouret y comienza contando que fue a un supermercado de la cadena Carrefour a comprar leche ya entrada la noche. Una vez allí, y luego de encontrar la sección de lácteos, al dirigirse a pagar se da cuenta que han cerrado las puertas del supermercado y que ya no quedaba ningún empleado para socorrerlo.



Desde el primer tweet se puede visualizar que las aventuras que tuvo este joven en el supermercado fueron propagadas por miles de personas. Uno de los elementos que más resalta en esta historia es el uso de una gran cantidad de videos que fue grabando en su travesía.

El primero de estos videos es una recopilación que realiza el usuario de sus historias de Instagram donde cuenta cómo fue su llegada al supermercado hasta que se da cuenta que se encuentra encerrado allí. Aquí podemos ver cómo el autor utiliza herramientas de otras redes sociales para complementar el relato que está realizando en Twitter.

A partir de estos primeros videos comienza a explicar que no puede utilizar Whatsapp para comunicarse con sus conocidos y avisar que sigue ahí, pero sí puede utilizar Twitter, donde empieza a etiquetar a otros usuarios tales como una amiga que vive con él, o la misma cuenta de Carrefour España.

El autor sube otro video donde se lo ve caminando por un pasillo y encuentra un comunicador a través del que se escuchan risas. A partir de este video, recibe una respuesta de la cuenta oficial de Carrefour España, donde le dicen que un guardia del supermercado lo estaba buscando pero que no había nadie allí dentro, y le preguntan si no es “un hilo al estilo @manuelbartual”, haciendo referencia a la historia de “El otro Manuel”.



El usuario sigue deambulando por el supermercado hasta que decide utilizar el comunicador y del otro lado le responden con una especie de enigma. Luego de preguntar qué significa el mensaje que recibió, varios usuarios le contestaron que era un movimiento de ajedrez y que debería buscar uno para poder realizarlo. Después de un debate con los usuarios, el autor se da cuenta que el acertijo es una referencia a la película “Harry Potter y la Piedra Filosofal”, donde uno de los personajes tiene que jugar un juego de ajedrez, y el movimiento coincide con lo que le dijeron por el transmisor.





Luego de resolver correctamente ese acertijo, el personaje misterioso le dice que “Ahora solo te falta Geografía”, por lo que el usuario decide ir al sector de viajes del supermercado, donde encuentra, bajo un queso, un mensaje.

Como en la pregunta anterior, el mensaje que encuentra hace referencia al universo filmico; en este caso, a las películas de “Star Wars”, ya que habla sobre el desierto de Tatoonie, un planeta que tuvo varias apariciones no sólo en la saga de películas de “Star Wars”, sino también en videojuegos, cómics y series animadas.



Es así como muchos usuarios que seguían la historia le explican que la respuesta es Túnez, país donde se grabó las escenas de Tatoonie en las películas de “Star Wars”. La voz en el comunicador da la respuesta como correcta y el siguiente enigma es que debe ir a la salida y “cobrar 200”. Junto con otros usuarios, el autor piensa que es algo relacionado al Monopoly,

mientras que otros usuarios le dicen que debe ir a retirar de un cajero automático el dinero. Cuando se dirige a la salida, encuentra 200 euros en un cajero automático, y es ahí cuando las puertas del supermercado comienzan a abrirse para que el usuario pueda por fin salir de allí.



En el último tweet que escribe en este hilo, sube un video donde explica que todo este relato que creó fue una publicidad creada en conjunto con Carrefour España para mostrar las varias ofertas que se podían encontrar allí en el momento de la publicación.

Me pareció pertinente traer a colación esta historia, ya que de los cuatro relatos que estamos trabajando en esta tesina, este es el único que tiene una función relacionada a la publicidad y el marketing, ya que el autor mientras que va contando sus peripecias, muestra a través de las fotos o videos las diferentes rebajas que hay en muchos productos. De la misma manera, la cuenta oficial de Carrefour España responde algunos tweets también haciendo referencia a estas promociones.



El autor de este hilo se llama Sebastián García Mouret y es un periodista, escritor y crea contenido en redes sociales (sobre todo en YouTube, donde cuenta con 3 canales en los cuales trata diferentes temáticas). Me parece importante mencionar esto, ya que su cuenta de Twitter está verificada como oficial dentro de la red social, y el relato que creó lo publicó allí y no en una cuenta creada para este fin, como se verá en los próximos relatos a analizar. Asimismo, otra cosa a tener en cuenta es la interacción que logra con los usuarios, ya que para poder interactuar dentro de esta historia era necesario estar siguiendo los tweets al

momento en que los subía, ya que la historia duró sólo tres horas antes de la revelación de que fue todo una publicidad para Carrefour. También dentro de los acertijos que va construyendo, utiliza muchas referencias a elementos de la cultura cinematográfica o de juegos (Harry Potter, Star Wars y Monopoly).

## **#RedMonkey**

Desde el principio, la historia de Red Monkey, narrada en la cuenta de Nela García, pero escrita originalmente por Manuel Bartual y Modesto García, plantea el misterio y crea las bases de lo que va a ir la historia. En ese primer tweet con el que comienza el hilo, el usuario lo que hace es explicar que encontró un celular en la calle, pero lo que le llama la atención es que la foto que ve en el celular (que ella supone que es la dueña) falleció hacía 8 años.



A partir de este primer tweet que fue publicado el 20 de Agosto del 2018, quiero diferenciar con los dos relatos anteriores (sobre todo con el de Manuel Bartual), que las fotografías utilizadas en esta narración poseen más calidad, están mucho más cuidadas y bien enfocadas, pero aunque sean más profesionales, siguen funcionando para aportar veracidad a los hechos que cuenta el usuario.

Este hilo, como el de Manuel Bartual, se separa según los días en los que va transcurriendo la historia, ya que comienza el 20 de Agosto y finaliza el 26 de Agosto, en los cuales se suele utilizar el *hand-gap* anteriormente mencionado para mantener en vilo a los usuarios que leen la historia y que la continúen cuando se vuelven a subir los demás tweets. También lo que permite esto, es que los usuarios piensen que en realidad la historia se sube en los momentos en que Nela García puede ya que, más allá de lo que le sucede, debe seguir con su vida cotidiana.

Otro elemento que podemos encontrar al principio de la narración es que se utilizaron otras redes sociales (como Facebook e Instagram), donde se crearon perfiles de esta supuesta mujer que era dueña del celular. Estos perfiles son reales, ya que entrando tanto en Instagram como en Facebook, aún se pueden encontrar allí. Esto, al momento de narrar el relato, produjo que los usuarios creyeran que lo que estaba sucediendo era real.



Otra cosa que le llamó la atención a Nela García es que ninguna de las dos cuentas seguía a nadie, y que las fotos que se subían eran muy impersonales, siendo sólo edificios o paisajes. Además, encontró un blog de viaje que pertenecía a la supuesta dueña<sup>16</sup> pero allí ve que, aunque las fotografías coinciden, el nombre de la persona es otro, en vez de Marta Gutiérrez en el blog su nombre es Beatrice Williams.

Dentro de ese blog consigue un mail de referencia para contactar, donde le responde el padre de esta chica explicándole que Beatrice había muerto hacía años en un accidente automovilístico, y que ayudara a denunciar las cuentas de Instagram y Facebook porque

<sup>16</sup> <http://mytriptospain2008.blogspot.com/> (última revisión: agosto del 2019)

estaban suplantando la identidad de su hija. Luego de mostrar este mail, Nela García explica que esto no es lo más extraño de todo, sino que también al buscar si había algo de información en el teléfono, encuentra que se realizaron muchas llamadas a un mismo número; y que ella al llamar ahí, le responde una voz informándole que debe realizar la prueba número seis y conseguir las doce piezas para enviar la clave a ese número.



Aquí vuelve a utilizar la fotografía y acompaña, para que sea claro el primer reto que propone dentro de la narración, un video en el que se puede ver bien el número de teléfono y lo que dice la voz. Más adelante ese mismo día, luego de explicar que le parece muy raro todo lo que estaba sucediendo, la información que encontró, sumándole a que piensa que todo lo que sucedía estaba relacionado a una estafa de internet o a una organización que se dedica a robar datos de personas. Seguidamente, sube un video donde se puede ver a la protagonista de la historia frente a una cámara mostrando que al llamar desde su celular personal, la misma voz le dice que no es alguien autorizado para llamar y que debe cortar de inmediato la comunicación.

Ya el 21 de Agosto el usuario expresa que se sintió sorprendida de las respuestas que obtuvo con lo que contó, y que muchas personas la ayudaron a descifrar ese primer acertijo. Sube a su cuenta ciertas direcciones, y luego hace una recopilación de los usuarios que la intentaron ayudar. Es menester aclarar que los usuarios que aparecen en esta recopilación son usuarios que siguen, al día de hoy, activos en la red social, y no fueron herramientas que utilizaron para hacer avanzar la historia.



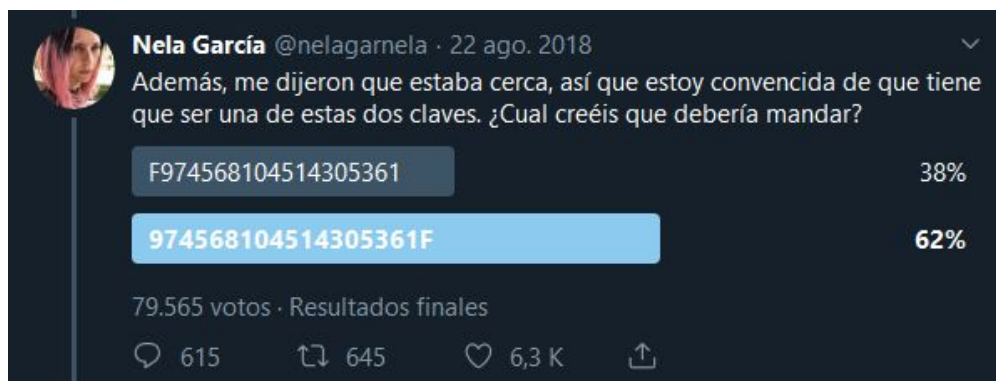
Luego de comenzar a trabajar con las coordenadas como le habían recomendado muchos usuarios, utilizando otras herramientas webs como el Google Maps o el Street View, se da cuenta que la solución se encuentra en los posteos que la persona había realizado en su cuenta de Instagram, ya que las fotos estaban numeradas, y que en las coordenadas que le habían pasado se encontraba el siguiente número que necesitaba.

Haciendo esta relación, la protagonista se graba marcando los números que había visto en Instagram, pero sin éxito alguno ya que le faltaba la última foto. Es aquí cuando pide ayuda a esta comunidad de usuarios que se estaba generando en torno a la historia, y muchos de estos se acercan a la hora indicada dentro de las coordenadas para poder sacar la foto que la protagonista necesitaba para avanzar en este misterio.



El 22 de Agosto, vuelve a enviar un código equivocado, entonces empieza a publicar más imágenes del Instagram donde subió una de las fotografías enviadas por los usuarios, para de esta forma poder develar este primer enigma. Muchos usuarios al observar las fotos de la cuenta, le marcan que tal vez está contando mal la cantidad de columnas en una de las fotos, así como remarca que al postear esta nueva foto, dentro del *feed* del usuario, las fotografías tomadas de noche forman una “F”, por lo cual ella piensa que esta letra es parte del código que debe enviar.

Para poder decidir si la “F” va antes o después del número, decide crear una encuesta para que los usuarios que estaban leyendo la historia la ayuden con el acertijo, en los cuales aproximadamente 80000 usuarios participaron, ganando la opción que la “F” se colocaría después del número.



El código que escribe, votado por los usuarios, es el correcto, y es a partir de ese video donde se muestra ingresándolo. En la historia comienza a entremezclarse, tal como la de Manuel Bartual, el misterio con la ciencia ficción, ya que le aparece una imagen de un mono rojo. Como la protagonista es programadora, piensa que tal vez el mensaje que le están tratando de dejar se encuentra en el código interno de la imagen, y es allí donde encuentra un link que la

lleva a un conteo donde faltan tres días para que algo suceda, y la única información que aparece dentro del link es la frase “#RedMonkey” y una caja donde dejar una respuesta. La protagonista vuelve a llamar al número que se encontraba en el teléfono y ahí le comunican cuál es el nuevo enigma que debe resolver, aunque luego se despide para pensar en todo lo que estaba pasando, hasta el siguiente día.

Entre esa última publicación y la primera del día 23 pasan más de doce horas, y allí explica que el tiempo transcurrido fue porque la protagonista de la historia comenzó a temer de que estuviera sucediendo algo peligroso, ya que le habían *hackeado* su cuenta de Facebook, publicando allí, bajo su nombre, fotos de monos y gorilas rojos, por lo que llega a la conclusión de que las personas detrás de Red Monkey eran hackers. También, varios usuarios pudieron develar el enigma anterior, que hablaba sobre la primera frase del primer libro (que era una parte del Génesis de la Biblia).

Es a partir de que coloca la respuesta que le llega un código por mail y Nela García comienza a debatir con los usuarios que estaban leyendo la historia de qué se podría tratar, ya que no solo debía descifrar el código, sino que también la webcam de su computadora parecía estar *hackeada* ya que se prendía y apagaba la luz. La protagonista dedujo que se podría tratar de un código morse, por lo que grabó su computadora y subió el video a Twitter para que los usuarios la ayudaran. Es así como llegan a la conclusión de que parte del código era un link a un video alojado en vimeo.com y que el código morse ayudaría a encontrar cuál era la contraseña para acceder a dicho video.

Ya siendo el día 24 de Agosto explica que ya vio que muchos usuarios estaban compartiendo el video que aparecía en Vimeo, y que se encontraba muy asustada porque en el mismo se puede ver cómo un hombre (que podría ser de esta “organización” Red Monkey) entra en su casa mientras ella y su madre dormían, y le instala un programa en su computadora. Cabe

mencionar que la cuenta que ella *retweetea* y comenta puede tratarse de una especie de “Bot” o usuario creado específicamente para esta historia, ya que posee muy pocos seguidores y todas las publicaciones hechas allí son *retweet* a la historia así como el video que luego Nela *retweetea*.



Luego de este tweet, la historia toma otro giro ya que la protagonista encuentra un papel en su celular en el que se da a entender que habían secuestrado a su madre. Ese mismo mensaje la amenaza a ella y a los usuarios para que no avisen a la policía porque algo podría ocurrirle, y le deja una dirección donde ella se debe dirigir.

Ya allí, sube tres videos: en el primero, se puede observar cómo llega un auto y estaciona cerca de donde ella se encontraba, se baja un hombre con una máscara de mono y abre la parte trasera del auto, y se vuelve a subir; en el segundo video ella va caminando hacia el auto y en el baúl del mismo puede observar que hay un cartel que dice “Súbete”; por último, en el tercer video ella se sube allí y podemos ver cómo el hombre cierra la puerta del compartimiento. Al subir estos videos, grabados en primera persona, se puede generar una sensación de inmersión en la historia, ya que podemos ver lo mismo que ella estaba viendo y viviendo en ese preciso momento.

Luego continúa usando el recurso de subir videos y fotografías a su cuenta, donde se puede ver cómo el auto la dejó en un estacionamiento, y que caminando encuentra un ascensor donde en el visor que debería indicar la cantidad de pisos, también aparece la imagen del “Red Monkey”. Una vez que sale del ascensor se encuentra en un edificio destruido donde, en una de las habitaciones, halla una computadora que produce sonidos de mono y un espacio para la contraseña. Es allí donde comienza a preguntar a los usuarios qué contraseña se les ocurre que es, ya que había intentado muchas pero ninguna funcionó. Aquí podemos identificar otro usuario que fue creado para continuar con la trama de la historia, ya que posee muy pocos seguidores, solo sigue a la cuenta de Nela García, y sólo *retweetea* contenido relacionado a la historia. Este usuario sube un video de él mismo utilizando la aplicación “Shazam”, que permite identificar qué canción o archivo de sonido está sonando en ese momento. Gracias a este aporte, la protagonista consigue la contraseña correcta que es “Red Monkeys 2”



Una vez que ingresa la contraseña, encuentra en la computadora una carpeta con su nombre, y es ahí cuando ve que esta organización realizó un video donde se muestra que la estaban siguiendo desde hacía ya bastante tiempo, y que todo había sido armado para que ella pudiera llegar a ese lugar. El video finaliza con una alarma que empieza a saturar un poco el sonido del video, y la imagen de un mono rojo.

El primer tweet del día 25 fue publicado a las 7 AM, 14 horas después de publicado el video anteriormente mencionado, haciendo que el *hand-gap* produzca aún más suspenso. Muchos usuarios comentaron ése video diciendo que les produjo muchísimo miedo o que no se esperaban la alarma.

A través de imágenes y videos que sigue subiendo, cuenta como pasó la noche en un bosque escondiéndose de gente que la perseguía, y mostrando un poco dónde se encontraba. También explica que se dio cuenta que en ciertos momentos deja de sonar la alarma, y es ahí cuando puede utilizar la señal de su celular, mostrando una antena que ella piensa que es lo que bloquea el acceso a internet.

Más adelante, sube una captura que hizo con su celular donde muestra un audio de su madre que cuenta que se sentía bien, y estaba en un hotel al que la habían llevado. Confirmando esto, la protagonista decide salir de ese lugar y le ponen un último reto, donde debe corregir desde la computadora la señal de la antena.



comienzo”. Finalmente, en un giro inesperado, la protagonista decide unirse a la organización porque cree en lo que ellos están haciendo y piensa que es el camino para empezar un nuevo mundo. “Borrón y cuenta nueva. Lo necesitamos”, termina comentando.

Es aquí cuando sube un último video donde se muestra que en realidad todo lo escrito en esta narración fue una ficción, y que la organización “Red Monkey” nunca había existido. Este video funciona a modo de créditos, como si se tratara de una película o el capítulo de una serie de televisión, ya que allí se muestran todas las personas que trabajaron aquí.



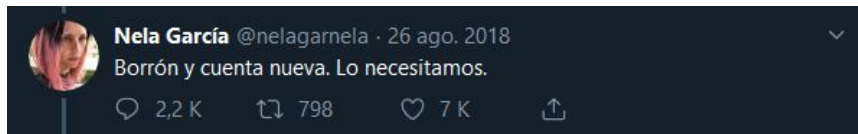
Para analizar este relato, uno de los primeros puntos a tener en cuenta es que, como explica uno de sus autores, Manuel Bartual, en el *podcast* de “Cultura y Debate”<sup>17</sup>, es que esta historia tuvo mucha producción detrás. No sólo a nivel de guion, que fue preparado con varios meses de anticipación, sino que también tuvieron que contratar actores, maquilladores, editores de video y efectos especiales. En la entrevista, el autor del hilo explica que, junto con

<sup>17</sup> [https://ar.ivoox.com/es/1-la-tuiteratura-narrativa-redes-audios-mp3\\_rf\\_29435304\\_1.html](https://ar.ivoox.com/es/1-la-tuiteratura-narrativa-redes-audios-mp3_rf_29435304_1.html). (última revisión: agosto del 2019)

su compañero Modesto García estuvieron aproximadamente dos meses escribiendo el guión para el hilo y trabajando con un equipo de diez personas.

Otro punto a tener en cuenta es que el usuario Nela García es un personaje creado exclusivamente para este relato. Los autores crearon la cuenta el 27 de Junio del 2018, dos meses antes de que ocurrieran los hechos de #RedMonkey. Ya desde su creación, le empezaron a dar voz a Nela García y cierta profundidad, siendo que ella desde un principio hacía chistes o subía imágenes sobre programación, así como de su vida cotidiana (como “selfies” o fotos de lugares a los que concurría). Para esto contrataron a una actriz llamada Nikki García que hizo el papel de la protagonista tanto en las fotografías como en los videos que se van subiendo en el hilo. Asimismo, contrataron otra actriz para que actuara de su madre, que realiza pequeñas apariciones dentro de la historia. También lo que pretendieron hacer los autores es dejar pistas sobre el relato que luego iban a subir desde allí, ya que se hace mucha referencia a sus habilidades de programación, así como referencias directas a la historia. Una de las más evidentes es el primer tweet que se realiza con la cuenta, que termina siendo el final de la historia de Nela García y #RedMonkey.





De igual modo se debe tener en cuenta que dentro de la narración han aparecido cuentas falsas que “ayudan” a la protagonista a continuar con la historia resolviendo algunos acertijos. Me detengo aquí, ya que además de estas cuentas falsas (que normalmente el personaje cita en su cuenta), también hubo mucha participación de usuarios reales, que ella va recopilando en una cierta forma de collages y los sube a su cuenta para que los demás usuarios puedan ver las respuestas que ellos otorgaron a los acertijos. En este sentido, estas cuentas falsas pueden servir como una “ayuda” que permite el desarrollo y flujo de la narración, así como para que los demás usuarios se den cuenta sobre cómo proseguir en sus respuestas, ya que tal vez el nivel de dificultad de los acertijos era elevado.

Por último, quiero recalcar el hecho de que durante el transcurso de la narración, se muestran videos e imágenes de otras redes sociales o aplicaciones como Instagram, Facebook, Vimeo, Blogspot, Shazam y Google Maps/Street View. Los autores, para otorgar mayor veracidad y posibilidad de que los usuarios que lean la historia “investiguen” lo que estaba pasando, crearon cuentas en las respectivas redes sociales para que la sensación de inmersión de la historia como lo que le estaba pasando a Nela García fuera mayor. Al día de hoy uno puede buscar la cuenta de Instagram de Marta Gutiérrez Espinosa o entrar a su blog, así como el video que subieron a Vimeo de un desconocido entrando a la casa de la protagonista. También cuando se entra al link del conteo de #RedMonkey, aparece el video de créditos que realizaron para finalizar la historia.

## #DescubríUnAsesinatoEnTwitter

La historia comienza con el usuario @plot\_tuit arrobando a la cuenta oficial de la policía española y explicándoles que un caso que ellos cerraron como suicidio, en realidad fue un asesinato y que el asesino se encuentra en la fotografía que él publica junto al tweet. Cuenta que la foto original fue publicada por @Luisterico88, un amigo de @jor\_g\_t, que fue la persona que murió.

Sigue explicando cómo llegó a esa conclusión, contando que lo primero que hizo fue entrar a la cuenta de Twitter de Jorge, pero que allí no había información que indicara un porqué de su muerte. Contaba con pocas publicaciones, y nada fuera de lo común. A partir de esto, realiza un rastreo en Google con el nombre de la persona fallecida, y encuentra artículos de diarios virtuales que hablan sobre la noticia.



Volviendo a su cuenta de Twitter, el protagonista cuenta que lo que más le llamó la atención es que algunos de sus tweets hablan sobre un desamor, o una posible ruptura amorosa, y

comienza a pensar que tal vez Jorge (la persona que aparece en el medio de la foto de arriba) estuviera en una relación con alguno de los dos hombres que lo acompañan.

Además, se pone a analizar la publicación que realizó Luis y se da cuenta que la fotografía fue tomada el mismo día que ocurrió el supuesto suicidio, y que tal vez un hecho que haya ocurrido allí fue el que llevó a que alguien asesinara a Jorge. También comienza a indagar en la cuenta de Felipe, la otra persona que aparece en la fotografía (la persona que se encuentra a su izquierda con una remera roja), y lo primero que nota es que no se siguen con Jorge lo que le pareció muy raro ya que en la foto parecían muy amigos.

Volviendo a analizar la foto, el autor del hilo explica que otra cosa que le llamó la atención es que el tatuaje de Jorge que dice “Freedom” se puede leer correctamente, mientras que las palabras de la remera de Felipe están dadas vueltas, como si se tratara de un efecto espejado. Se fijó en otras fotos de Jorge para ver si tal vez fuera esa la gracia del tatuaje, que al reflejarse en un espejo se pueda ver bien, pero no, y eso lo llevó a la conclusión de que la fotografía que posteó al principio era falsificada.



Aquí es cuando plantea su primera teoría, que la foto falsificada la realizaron entre Felipe y Luis, y que ellos dos tenían algo que ocultar o que estaban relacionados con el suicidio/asesinato de Jorge. De todas formas, continuó analizando la imagen y pudo ver que una de las personas de atrás llevaba una remera con un logo de Adidas, y que entre los tweets que Luis había dado “Me gusta” se encontraba un hombre con una remera negra y con ese mismo logo. Al acceder al perfil, puede dar con el nombre del bar en el que habían estado, llamado “Arena Sala Madre”, y logró saber -a través de Google Maps- la distancia entre ese bar y el lugar donde encontraron muerto a Jorge.

Luego de subir una imagen con el mapa, le envió mensajes privados a Quim, el hombre que estaba detrás en la foto, y este le comenta que Jorge tuvo hace tiempo una relación con Luis, y que ahora Luis estaba con Felipe. Esto le resultó muy extraño al protagonista, así que le envía la foto que subió y le pregunta si recuerda algo de ese momento, a lo que Quim le dice que no recuerda mucho de esa noche, que le resultaba raro lo que estaba pasando allí porque no recordaba haber visto a Jorge y le paso el número de un amigo suyo, llamado Carles, que lo había acompañado esa noche al bar y que tal vez había visto algo. Luego de recabar toda esta información, el autor del hilo sube una especie de resumen en la misma foto, para que los usuarios que están leyendo la historia no se confundan en las relaciones y teorías que se habían planteado hasta ese momento.



Luego de subir estas imágenes en forma de resumen, se comunica con Carles y tras una breve introducción, le envía esa misma fotografía, a lo que el hombre le dice que Jorge no estaba allí al momento en que se sacó la foto y que le parecía muy extraño que lo hayan agregado. Esto terminó de confirmar la teoría del protagonista de que Jorge fue agregado allí por Felipe o Luis, y que en realidad el hombre nunca había pisado el bar esa noche. Para continuar con su investigación, la próxima pista que le llamó la atención fue el reloj que estaba usando

Felipe al momento de la foto, y fue este dato que confirmó también su sospecha, ya que el reloj marcaba las 5:55 y el cuerpo de Jorge fue encontrado a las 5:30 de la mañana.

Este último dato lo llevó a pensar que tal vez alguien había tomado el lugar de Jorge para que luego pudieran editar la foto. Por eso se fijó en la ropa que llevaba esta persona y la comparó con la ropa que describían en las noticias de la muerte de Jorge, y con estos datos rearma su teoría: la persona que lo suplantó fue el asesino que, luego de matarlo, tomó algo de su ropa y fue a la discoteca para sacarse esa foto. La cuestión ahora era, ¿quién es la persona que suplantó a Jorge?

De este modo vuelve a comunicarse con Carles para preguntarle si recuerda a esta persona, y le dice que solo se acuerda que tenía ojos claros y que parecía extranjero, y que además hablando con otros amigos, nadie recuerda haber visto a Jorge en el bar. A partir de esto, vuelve a realizar un resumen de todos los datos que tenía hasta el momento.

<b>3.11 a.m</b>	<b>Jorge tuitea y sale de casa (a un destino desconocido)</b>
<b>5.20 a.m</b>	<b>El asesino mata a Jorge en su casa.</b>
<b>5.25 a.m</b>	<b>El asesino se cambia de ropa para ponerse un polo negro y una gorra imitando el conjunto de Jorge.</b>
<b>5.30 a.m</b>	<b>El asesino sale de la casa y llega a la discoteca sobre las 5.45.</b>
<b>5.55 a.m</b>	<b>El asesino, Luis y Felipe se hacen la foto.</b>
<b>18.08 p.m</b>	<b>Luis cuelga la foto en Twitter.</b>

El protagonista piensa que Felipe y Luis están relacionados con esta tercera persona, y que subieron esta foto para desviar la atención de la policía cuando investigaban. Además, por el

último tweet que publicó Jorge se puede pensar que él salió a la calle y se dirigió a la casa del asesino, así que este necesitaba borrar cualquier tipo de rastros que los relacionaran. El autor del hilo piensa que tal vez pelearon y esta persona tiró a Jorge por la ventana, y por esto pidió ayuda a Felipe y Luis, con los que terminó ideando este plan. Para ellos, falsificar la fotografía los transformaba en cómplices, ya que estaban cooperando con el asesino, pero si era así ¿por qué lo estaban ayudando? Lo que razonó el usuario fue que el asesino era pareja de Luis, y que Jorge se dirigió a hablar con él porque deseaba volver con Luis.

Para lograr encontrar la identidad del asesino, pensó que se encontraría entre los seguidores de Felipe y Luis, y allí se topó con el usuario @william\_s81 que por el número del usuario supuso que debería tener unos 37 años, y al encontrarse con su foto llegó a esa conclusión, él era el asesino de Jorge.



Al revisar su cuenta, dio con el último dato que lo ayudó a atar el último cabo suelto, que era el por qué Felipe los ayudó. Ahí se encontró con un retweet de Williams que hablaba sobre

parejas de más de dos personas, y llegó a la conclusión de que Felipe estaba saliendo tanto con Williams como con Luis. Por eso pensó que tal vez Jorge no sólo fue a hablar con Williams, si no que lo amenazó con algo comprometedor para la pareja, y esto fue lo que alteró al asesino y que conllevó su posterior muerte.

Lo último que hizo el protagonista fue confrontarse con Williams, al que mandó un mensaje directo por Twitter, y a través de capturas de pantalla y videos fue subiendo la conversación que tuvo con él. Luego de esto, arrobó a la policía para que detuvieran al culpable, y la página oficial de la policía española le dijo que tomarían cartas en el asunto y terminaron con el hashtag de #FeriadelHilo.



Este hilo creado por Modesto García (que estuvo involucrado en el hilo de #RedMonkey) fue presentado en el marco de la Feria del Hilo (#FeriadelHilo), organizado por Twitter España y otras organizaciones como Samsung o El Corte Inglés. Esto es un concurso en el que los usuarios pueden subir sus hilos de Twitter, sean de ficción (como en este caso), no ficción o sobre relatos históricos o científicos. Estos luego pasan a ser premiados con objetos o servicios que otorgan las organizaciones que acompañan a dicho certamen, como el reconocimiento por parte de Twitter España a las cuentas ganadoras.

Ya desde un principio, el autor creó varias cuentas falsas que funcionaron como personajes dentro de la historia, así como la cuenta desde la cual subió el hilo. La creación de cuentas falsas le conllevó al autor un trabajo previo, ya que días antes de la publicación de la historia, realizó dentro de estas cuentas algunos tweets y puso “me gusta” a publicaciones para que tuvieran sentido y coherencia con la trama que luego armó.

A diferencia de los hilos anteriormente trabajados, este relato creado por Modesto García no utilizó la herramienta de crear acertijos para que los usuarios resuelvan, ni el uso de *hand-gap* ya que la historia fue publicada de una sola vez. De todas formas, logró que el primer tweet publicado llegara a más de 50000 retweets y más de cien mil “me gusta”, permitiendo que su historia se propagara dentro de la red social.

En cuanto al uso de otras redes sociales para complementar dentro de la historia, se puede nombrar a Whatsapp que sirvió como un elemento extra que le sirvió para mostrar las conversaciones que mantuvo con dos testigos de lo que ocurrió esa noche, y para ampliar un poco la historia que hasta ese momento estaba sólo ubicada dentro de Twitter (ya que gran parte de la investigación del protagonista se basó en los seguidores, “me gusta” y retweets que realizaban la víctima y los sospechosos dentro de esa red social).



## Reflexiones finales

Este trabajo permitió un primer acercamiento al análisis de las ficciones que se realizan dentro de la red social Twitter a partir de los “hilos de tweets”. En este apartado retomaremos las ideas y relatos trabajado en los apartados anteriores.

Primero, habría que plantear que las cuatro historias que se seleccionaron para trabajar en esta tesina se pueden enmarcar dentro del género de misterio o policial, y algunas, como la de Manuel Bartual, también tomando aspectos del género de ciencia ficción. En este sentido, estas características, junto con los elementos propios de la red social que aparecen transversalmente en todos los relatos trabajados (el uso de fotografías, videos, *retweets*, “me gustas”, *retweets* con comentarios, las interacciones realizadas con otros usuarios), permiten entender la complejidad e inestabilidad propia de los relatos mediáticos (Biselli, 2014), donde se puede vislumbrar que hay determinaciones propias del género policial pero adaptadas al soporte en que los autores eligieron construir sus historias, en este caso Twitter. En su texto “Una campaña estética. Borges y la narrativa policial”, el autor Fernandez Vega explica que para Borges un relato policial debe siempre centrarse en el crimen, el cual es “su núcleo básico desde donde debe plantearse un problema original y relevante (esto es, denso en connotaciones filosóficas), mientras que la solución debe ser inesperada, inteligente y verosímil.” (Fernández Vega, 1996, p.31). Para Borges lo más importante era el rigor y el asombro que debía producir el policial, y para agregar a esta caracterización del género, el autor habla sobre Bioy Casares y cómo este pensaba que el elemento central dentro del policial tenía que ver con la argumentación y con la originalidad de la narración (p.35).

Todorov en su texto “Tipología de la novela policial” (1974) plantea ocho reglas que describen el género de la novela policial:

- La novela debe tener como máximo un detective y un culpable, y como mínimo una víctima
- El culpable no debe ser un criminal profesional ni el detective
- No hay lugar para el amor
- El culpable debe ser importante, estar dentro de los personajes principales
- Todo debe ser explicado de manera racional, no hay lugar para lo fantástico
- No hay lugar para las descripciones o análisis psicológicos
- Hay que adecuarse a la homología de autor = culpable, lector = detective
- Hay que evitar las situaciones banales (Todorov, 1974, p.4)

En este sentido, los relatos aquí trabajados no utilizan un crimen, si no un misterio que debe ser develado. En el caso de Manuel, quien es su doble y por qué lo persigue; en el de Red Monkey, por qué están usando la identidad de una persona muerta y quiénes están detrás de la organización, o de Sebastián Mouret cómo puede escapar de su encierro. El relato “El otro Manuel” toma también un camino que se puede considerar dentro de la ciencia ficción, rompiendo la regla de que no hay lugar para lo fantástico que fue planteada por Todorov (1974); además, el detective (en este caso, el personaje de Manuel) funciona como un detective “vulnerable” porque arriesga su vida permanentemente para resolver el enigma de su doble, a tal punto que al final este lo atrapa y en ese momento, termina la historia (Todorov, 1974, p.5). El relato que más se asemeja a esta conceptualización del género policial es el de Modesto García ya que el eje central de su historia es el asesinato de una persona y busca revelar quién fue el asesino, el culpable no es un criminal profesional y los cómplices del culpable fueron protagonistas dentro de la historia.

Lo que comparten estas cuatro narraciones es que tienen un problema original y una solución inesperada. Además, los cuatro relatos utilizan, en mayor o menor medida, la argumentación para ir develando los diferentes enigmas que van surgiendo a lo largo de la historia.

En el caso de la historia de Sebastián Mouret, se creó específicamente a modo de publicidad para los supermercados Carrefour, y esto se relaciona con lo que Jenkins (2006) habla sobre

el marketing como un proceso cooperativo donde se ayudan entre sí el anunciante y el consumidor, uno ayudando a comprar y el otro ayudando a vender. Esto se produce porque las redes sociales permiten que el marketing se base más en la experiencia del usuario, y en el caso de este relato, los usuarios de Twitter podían no solo conocer las ofertas que ofrecía el supermercado, si no también verse inmersos en una historia que contaba con acertijos para resolver y de los cuales podían participar.

Asimismo, relacionando lo anteriormente mencionado con el concepto de ecología de medios, dentro del análisis de las diferentes historias, podemos vislumbrar detalles propios del folletín o de las novelas por entrega, como la continuación paulatina de los relatos como “El otro Manuel” y “#RedMonkey”, que van publicando especies de capítulos a lo largo de varios días, y siempre utilizando un *hand-gap*, como los folletines, para que los usuarios queden pendientes de lo que va a suceder la próxima vez que los autores publiquen el próximo tweet al otro día.

También hay que diferenciar que los cuatro relatos trabajados en esta tesina no cuentan con los mismos objetivos o propósitos al momento de ser pensados, escritos y publicados. Por un lado, “El otro Manuel” comenzó, según cuenta el autor en el *podcast* “Cultura y debate”<sup>18</sup>, como algo más “tranquilo”, ya que contaba con una escaleta donde guiarse al contar su historia, pero no tenía preparado mucho más, e iba contando algunas cosas según iba surgiendo y nunca pensó que llegaría a tener tanta repercusión. Por otro lado, la historia de “Operación descuento” fue íntegramente un trabajo de marketing y publicidad que realizó @sebasgmouret junto a la cadena de supermercados Carrefour para mostrar los diferentes

---

<sup>18</sup> [https://ar.ivoox.com/es/1-la-tuiteratura-narrativa-redes-audios-mp3\\_rf\\_29435304\\_1.html](https://ar.ivoox.com/es/1-la-tuiteratura-narrativa-redes-audios-mp3_rf_29435304_1.html) (última revisión: agosto del 2019)

descuentos realizados esa semana. Por su parte, “#RedMonkey” conllevó un trabajo de producción que involucró a más de diez personas, incluidas las actrices que trabajaron como Nela García y su madre, y los guionistas, y fue un trabajo que comenzaron dos meses previos a su publicación, ya que crearon y construyeron a Nela García y su cuenta de Twitter desde Junio, hasta Agosto que fue el mes de publicación. Por último, la historia de Modesto García se enmarca en el contexto de la “Feria de Hilo”, un concurso preparado por Twitter España, y que conllevó la creación de su historia en pocos días (ya que normalmente el concurso dura aproximadamente diez días, en los que los usuarios deben subir sus hilos para participar).

Por esto, me parece pertinente pensar estos relatos como una convergencia, donde el contenido de un medio puede ir confluyendo hacia otro, cambiar su audiencia pero seguir funcionando dentro de las diversas opciones comunicativas (Varela, 2009), así como las diversas audiencias mediáticas van migrando en diferentes medios buscando eso que les atrae, en este caso, el entretenimiento o nuevas experiencias del mismo (Jenkins, 2006).

Además, los receptores de estas historias no se los piensa como el receptor tradicional y pasivo, si no como un receptor que puede recibir, reconstruir y hacer circular de nuevos estos mensajes (Porto Reno, 2015). En este sentido, las herramientas de *retweet* y *retweet* con comentario, permite a los usuarios no solo propagar la historia, sino también agregar su opinión a dicho relato, muchas veces creando un nuevo sentido del mismo. Por eso, en la circulación de los mensajes se puede crear valor y significados nuevos o distintos, y la propagabilidad esta íntimamente relacionada con esto, ya que son los recursos técnicos (*retweet*, “me gusta”, o comentarios, en el caso de Twitter) que permiten esta circulación dentro de la red social, y que pueden llegar a captar un público o comunidad en particular (Jenkins, 2013).

Otro aspecto a trabajar son las imágenes que utilizan los autores para anclar el sentido o agregar información a lo que escriben. En todas las narraciones, los escritores utilizan tanto la fotografía como el video para continuar su historia, sumando datos o, en el caso del relato de Sebastián Mouret, gran parte de su narrativa aparece dentro de los videos. Es decir, no funciona como un anclaje de la información escrita, si no que la fotografía y el video toman un papel activo dentro de la historia, siendo fundamentales para entender el todo de la historia. En este sentido, Barthes en su texto “La retórica de la imagen” (1964) explica cómo el mensaje lingüístico aparece en todas las imágenes, y posee dos funciones, una de anclaje donde el texto funciona como guía entre los diversos significados de la imagen (como cuando el texto del tweet explica lo que sucede en la imagen, o la imagen aporta información al texto); y una función de relevo, que relacionandolo en esta caso con Twitter, aparece cuando hay mensajes dentro de la imagen del tweet (como en el caso del papel higiénico que encuentra Manuel en su relato). A su vez, hay un mensaje connotado, donde en las imágenes se ponen en juego diversos códigos y saberes que los usuarios deben conocer para entender la totalidad del relato. Podemos pensar un ejemplo de esto en la historia del supermercado Carrefour donde muchos enigmas que son planteados en las imágenes o videos tienen que ver con referencias a películas de la cultura pop occidental.

De esta tesina se desprenden algunas líneas de investigación futura. En primer lugar, acerca del lugar de los comentarios que dejan los usuarios frente a estos relatos. Aunque ya en este trabajo hicimos un primer acercamiento, habría que profundizar en los debates que se generan entre estas personas sobre la historia que están leyendo. También otra posible línea es la de otros tipos de casos que se den dentro de la Twitteratura, como relatos colaborativos, *haikus* o poemas dentro de imágenes.



## Referencias

- BAJTIN, M. (1995) *Estética de la creación verbal*. Mexico, Editorial Siglo XXI.
- BARTHES, R. (1964) *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona, España, Editorial Paidós.
- BARTHES, R. (1970) *Introducción al análisis estructural de los relatos* en BARTHES, R. y otros: *Análisis estructural del relato*. Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo.
- BAGGIOLINI, L., CASTRO ROJAS, S. (2016) Las redes de la política: Universo narrativo, campañas y microrrelato en Twitter. En *InMediaciones de la Comunicación*, Vol.11. Pp. 159-180. Recuperado de <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2621/2606>
- BISELLI, R. (2014) El relato mediático como especificidad compleja, en *Cátedra "Narrativas Mediáticas": Publicaciones*. Rosario.
- CUADRADO, A. (2016) Series de TV y videojuegos: la poética de la serialidad en la forma lúdica. En: J. SÁNCHEZ-NAVARRO, A. PLANELLS, V. NAVARRO y D. ARANDA (coords). «*Juego digital II*». *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 55, págs. 17-30. DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i55.2896>
- ESCANDELL MONTIEL, D. (2014) Tuitertura: la frontera de la microliteratura en el espacio digital. En *Iberic@l* Vol.5. Recuperado de <http://iberical.paris-sorbonne.fr/wp-content/uploads/2014/04/05-05.pdf>

- ESCUDERO CHAUVEL, L. (1997) El secreto como motor narrativo. En VERÓN, E y ESCUDERO CHAUVEL, L (comps)...: Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales. Barcelona, Gedisa.
  
- FERNÁNDEZ VEGA, J. (1996). *Una campaña estética. Borges y la narrativa policial*. En: Variaciones Borges, Vol.1. Recuperado de <http://www.borges.pitt.edu/documents/0103.pdf>
  
- GASCA, L. (1984). Intervención. En El folletín por entregas y el serial – Mesa Redonda, AA.VV. En *Anàlisi N°9* pp. 143-166. Barcelona.
  
- GINDIN, I; BUSSO, M (2018) Investigaciones en comunicación en tiempos de big data: sobre metodologías y temporalidades en el abordaje de redes sociales. En *Revista adComunica*, Vol.15, págs. 25-43
  
- HINE, C. (2000). *Etnografía virtual*. Barcelona, España. Editorial UOC.
  
- IGARZA, R. (2009). *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires, Argentina. Editorial La Crujía.
  
- JENKINS, H (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, España. Editorial Paidós Iberica
  
- JENKINS, H; FORD, S; GREEN, J; (2013). *Cultura transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona, España. Editorial Gedisa
  
- LÓPEZ SUÁREZ, M (2009). *Del folletín a la telenovela*. En *Revista Icono 14*. Pp. 47-58
  
- LÓPEZ, G; CIUFFOLI, C. (2012). *Facebook es el mensaje: oralidad, escritura y después...* Buenos Aires, Argentina. Editorial La Crujía.

- LOWMAN, S; CORREA-DÍAZ, L. (2015) La tuit(er)-ficción en el (ciber)espacio literario hispano-americano. En *Letras Hispanas*, Vol.11. Pp 300-313. Recuperado de <https://gato-docs.its.txstate.edu/jcr:f9b63522-d8b5-4fbb-b150-2d8008b06294/2016-02-01%20Lowman.pdf>
  
- MCLUHAN, M; NORDEN, E (2015) La entrevista de Playboy: Marshall McLuhan. En SCOLARI, C (editor): *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona, España, Editorial Gedisa.
  
- MARTIN, H. (1992). La imprenta. En WILLIAMS, R. (ed): *Historia de la comunicación Vol.2*. Barcelona, Bosch Comunicación, 1992
  
- METZ, C. (1972). Notas para una fenomenología de lo narrativo. En: *Ensayos sobre la significación en el cine*. Buenos Aires, Argentina, Editorial Tiempo Contemporáneo.
  
- PADUA, J; AHMAN, I; APEZECHEA, H; BORSOTTI, C; (1979). *Técnicas de investigación aplicadas a las Ciencias Sociales*. Ciudad de Mexico, Mexico, Fondo de cultura económica.
  
- PARDO KUKLINSKI, H. (2009) El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en internet. En: SCOLARI, C; CARLÓN, M (eds.). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires, Argentina, Editorial La cruzjía.
  
- PISANI, F; PIOTET, D. (2008). *La alquimia de las multitudes. Como la web está cambiando el mundo*. Barcelona, España, Editorial Paidós.

- PORTO RENO, D. (2015). Movilidad y producción audiovisual: cambios en la nueva ecología de los medios. En SCOLARI, C (ed.): *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona, España, Editorial Gedisa.
  
- POSTMAN, N (2015). El humanismo de la ecología de los medios. En SCOLARI, C (editor): *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona, España, Editorial Gedisa.
  
- RHEINGOLD, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona, España, Editorial Gedisa.
  
- SAUTU, R.; BONIOLO, P.; DALLE, P.; ELBERT, R. (2005) *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires, Argentina, CLACSO.
  
- SCOLARI, C. (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona, España, Editorial Gedisa.
  
- SCOLARI, C. (2015) Ecología de los medios: de la metáfora y la teoría (y más allá). En SCOLARI, C (ed): *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona, España, Editorial Gedisa.
  
- TODOROV, T. (1974). Tipología de la novela policial. En: *Revista Fausto*, año III, No.14, mar-abr, 1974.
  
- TORRES BEGINES, C. (2015). Novelas en Twitter: el fenómeno de la narrativa en 140 caracteres. En: *Espéculo. Revista de Estudios Literarios*, Vol.54.

- VAN DIJCK, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires, Argentina, Editorial Siglo Veintiuno.
- VARELA, M (2009). El mira televisión, You Tube. La dinámica del cambio en los medios. En: SCOLARI, C; CARLÓN, M (eds): *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires, Argentina, Editorial La crujía.
- VERÓN, E. (1993). *La semiosis social. Fragmento de una teoría de la discursividad*. Barcelona, España, Editorial Gedisa.
- VERÓN, E. (2001). El living y sus dobles (fragmento). En: *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires, Editorial Norma, 2001
- VERÓN, E. (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Barcelona, España, Editorial Paidós.
- YUS RAMOS, F. (2010) *Ciberprágmatica 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Barcelona, España, Editorial Planeta.