

↳ Literatura y nuevas tecnologías

José Luis Merino

Universidad Complutense de Madrid

La aparición de la tecnología informática y su popularización entre el gran público occidental a finales de los 90 y a principios de los 2000 ha supuesto una auténtica revolución en nuestra forma de vida. El abaratamiento de los ordenadores personales, la llegada de Internet a la gran mayoría de hogares, la popularización de los *smartphones*, el uso masivo de las redes sociales como método de comunicación e información¹ y la aparición de dispositivos de lectura como los libros electrónicos² y las tabletas³ han afectado a la gran mayoría de los aspectos de nuestras vidas y también ha supuesto un cambio total en el paradigma literario.

En el caso de los libros y la literatura, hemos pasado de los *scriptoria*, donde dedicados monjes copiaban a mano los manuscritos, a leer en segundos y solo con hacer clic el libro que queremos en nuestro dispositivo favorito.⁴ Todo lo que hasta ahora creíamos que

¹ Aunque MySpace (<<http://myspace.com>>) fue la red social más popular en occidente entre 2005 y 2008, pese a estar muy especializada en lo musical, pronto fue desplazada por la aparición de Facebook (<<http://www.facebook.com>>), que vio la luz en 2004 si bien en principio el acceso estaba restringido a la Universidad de Harvard, para después pasar al mundo universitario y, finalmente, abrirse a todo tipo de público (en origen era necesario para registrarse tener una cuenta de correo con un dominio de alguna universidad dada de alta en el sistema, lo que convertía el acceso a la red social en algo elitista y uno de los puntos de su viralidad). En los resultados de 2013, Facebook informó que tenía una media de 757 millones de usuarios activos cada día en 2013 y de 1.230 millones al mes <<http://investor.fb.com/release-detail.cfm?ReleaseID=821954>>.

En España la red social Tuenti (<<https://www.tuenti.com/>>) vio la luz en 2006 copiando el modelo de Facebook y expandiéndose primero entre universitarios madrileños, para luego expandirse entre el público preuniversitario. La empresa fue adquirida por Telefónica en 2010. Los últimos datos públicos son de enero de 2013, con 15 millones de usuarios registrados y 10 millones de usuarios activos. <<http://corporate.tuenti.com/es/blog/10-millones-de-usuarios-activos-15-millones-de-usuarios-registrados-muchas-gracias>>. La ausencia de cifras desde entonces hace sospechar que el número de usuarios activos haya bajado hasta un número residual.

² El término anglosajón *eReader* se refiere únicamente al dispositivo de lectura, dejando *eBook* para especificar el formato virtual de libro. En español la traducción 'libro electrónico' engloba tanto el soporte como el contenido, pudiéndose generar en ocasiones malentendidos.

El Kindle de Amazon se presentó el 19 de noviembre de 2007; la segunda generación, el 23 de febrero de 2009 (y su lanzamiento internacional en octubre de ese mismo año).

³ La presentación de la primera generación del dispositivo de Apple, iPad, tuvo lugar el 7 de marzo de 2012. Unánimemente se considera al iPad el padre de las tabletas modernas, a pesar de que en los años 90 ya existieran dispositivos que nacieron con el mismo propósito, pero no tuvieron repercusión alguna en el gran público.

⁴ Una de las características de las primeras generaciones del Kindle de Amazon era el servicio Whispernet, estos dispositivos tenían incorporada una tarjeta SIM con la que se conectaban a Internet y así el usuario podía descargar el libro electrónico que quisiera en cualquier lugar siempre que hubiera cobertura. La popularización de las redes wifi y la venta masiva de dispositivos hizo que esta característica dejara de ser incluida en el Kindle más básico en su tercera generación (2010).

El servicio Whispernet de Amazon es el servicio que sincroniza tanto los libros comprados como el punto de lectura en todos los dispositivos. Así, si un usuario compra un libro a través de la web, inmediatamente lo tendrá en su Kindle, o si deja de leer un libro en una página si continúa su lectura en otro dispositivo diferente en el que tenga asociada su cuenta podrá seguir desde el mismo lugar.

conformaba un libro (hojas de papel, tinta, los procesos de impresión y de distribución) se ha transformado en ceros y unos digitales. Los autores se han vuelto en sus propios editores, agentes, impresores y responsables de prensa. Las estrategias de marketing y comunicación se realizan desde casa a golpe de *like* y de *retweet*. Todo lo que creímos saber de edición, al cabo, ha mutado con la llegada de las nuevas tecnologías dando lugar a un escenario cambiante con cada nueva invención.

En los últimos años varios autores se han acercado a cómo este profundo cambio afecta también al paradigma literario y la aparición de las nuevas corrientes o tendencias. Daniel Escandell acaba de publicar *Escrituras para el siglo XXI. Literatura y blogosfera*, donde realiza un extenso repaso a la cultura en la red (o de la red), a la blogosfera como ente independiente y complementario de la realidad y a la literatura que se produce en Internet ligada a lo que él entiende como *blogoficcionalidad*.

1. La ¿democratización? del libro

En 2004 Google va a comenzar el mastodóntico proyecto Google Books <<http://books.google.es/>>, en el que llegó a un acuerdo con las bibliotecas de Harvard, Stanford, Michigan, la Biblioteca Bodleiana de la Universidad de Oxford y la Biblioteca Pública de Nueva York. El objetivo de los dos fundadores de Google, Sergey Brin y Larry Page, era, a la vez que indexaban y rastreaban la red con su famoso buscador, hacer lo mismo con el contenido de los libros impresos. El único problema era que aunque habían llegado a acuerdos con esas grandes bibliotecas no habían llegado a ningún trato con las editoriales y los poseedores de los derechos de dichos libros, por lo que muchas editoriales se unieron y demandaron a Google por dicho acto. Asunción Esteve (2010) hace un análisis en profundidad de los problemas que se plantean desde el punto de vista de los derechos de autor:

¿Por qué razón han demandado a Google los titulares de derechos de autor? En la demanda presentada por la Association of American Publishers contra Google, se alega que la empresa no realiza *fair use* de las obras cuyos derechos de autor están vigentes, ya que aunque sólo facilita al público la visualización de fragmentos de dichas obras, previamente escanea los libros enteros –lo cual es un acto de reproducción que debe ser autorizado por el titular de los derechos sobre el libro. Además, la demanda destaca que *Google books* tiene una clara finalidad comercial, ya que permite a Google obtener beneficios económicos, la mayoría de los cuales proceden de las empresas que pagan por hacer publicidad en su servicio.

Desde la popularización de la imprenta no ha habido un avance mayor para el hipotético acceso al público de la información que el escaneo y la digitalización de toda la información posible.

Para Robert Darnton director de la Biblioteca de Harvard, digitalizar no tiene que suponer forzosamente una democratización de la cultura, ya que poner en manos de una empresa privada como Google, cuyo fin último es obtener beneficios, todo el conocimiento del mundo puede ser algo muy peligroso y lo convierte en un monopolio. Para Darnton (2010), debería estar en manos públicas y concretamente de las bibliotecas la difusión del conocimiento en cualquier tipo de soporte:

Els canvis tecnològics se succeeixen sobre el paisatge de la informació massa ràpidament perquè ningú sàpiga com serà d'aquí a deu anys. Però ara és el moment d'actuar, si volem canalitzar el canvi per al benefici de tothom. Ens cal l'acció de l'Estat per impedir el monopoli, i una interacció entre les biblioteques per promoure un programa comú. Digitalitzar i democratitzar: no és una fórmula fàcil, però és l'única que funcionarà si de debò volem complir l'ideal d'una república de les lletres, que abans sembrava irremediablement utòpic.

Por ejemplo, la Biblioteca Digital Hispánica <<http://www.bne.es/es/Catalogos/BibliotecaDigitalHispanica/Inicio/index.html>> apareció en 2008 como un proyecto de la Biblioteca Nacional de España y con el apoyo de Telefónica para digitalizar buena parte de su fondo. Hasta 2014 han conseguido digitalizar y poner en libre acceso 150.000 títulos, lo que supone más de 25 millones de páginas. Aunque es una buena cifra, esta digitalización representa un porcentaje muy pequeño del fondo bibliográfico de la BNE, que custodia alrededor de 30 millones de publicaciones.

2. La edición digital en España

La industria editorial española entró en el juego digital en el año 2010 con la aparición de Librandia⁵ <<http://www.librandia.com/>>, impulsado por Planeta, Anagrama o Alfaguara, entre otras editoriales. Librandia asentó las bases de lo que sería la transición digital en nuestro país: versiones digitales con DRM⁶, un 30% de diferencia con el precio de la versión en papel y solo digitalización de novedades y del fondo más relevante.

En 2014, cuatro años después, la facturación digital del sector editorial supone únicamente el 3,7% del total, unos 80,26 millones de euros en el año 2013, según el Análisis del Comercio del Libro en España⁷ presentado por la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE).

La sensación del fin del libro tal y como lo conocemos ha pasado de largo y viendo las cifras de ventas de los últimos años parece que el libro electrónico sobre todo ataca a los libros considerados *bestsellers* y a los libros de bolsillo: esto es, a los libros que históricamente se compran para “usar y tirar” o leer y prestar, y olvidarse que se los ha prestado.

En España las mayores tiendas de venta de libros electrónicos son Amazon, Amabook <<http://www.amabook.es/>>, Casa del Libro <<http://www.casadellibro.com/ebooks/>> y FNAC <<http://ebooks.fnac.es/>>, que intentan replicar el modelo de librería física trasladado a lo digital. Y han surgido recientemente iniciativas alternativas como Lektu <<http://lektu.com/>>, la librería digital promovida por la editorial barcelonesa Gigamesh (conocida por ser la editora en España de la famosa saga de George R. R. Martin *Canción de hielo y fuego*) de libros sin DRM y en los que eliminan los intermediarios para “Facilitar al máximo el acceso al contenido digital a los lectores, remunerar de manera justa y transparente a autores y editores y ser el pilar de una nueva forma de comercialización

⁵ “Nace Librandia y la red se ríe”, accesible en <<http://www.joseluismerino.net/blog/?p=1011>>.

⁶ DRM son las siglas, en inglés, de ‘gestión de derechos digitales’, es decir, un sistema que limita el uso que el usuario puede hacer con un archivo digital. Por ejemplo, en la mayoría de los casos no podrá hacer copias o prestarlo.

⁷ Accesible aquí: <http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/140714NPR-FGEE-ComercioInterior2013.pdf> Las cifras de 2013 son un 8,1%>.

de contenido cultural”. Así, Lektu se queda el 25% del PVP (frente al 30% que se quedan Amazon o Apple) y el 75% va para los autores y editores.⁸

Las apuestas de las editoriales tradicionales a días de hoy es sacar a la vez la novedad tanto en papel como en digital, excepto en aquellas que se resisten y deciden apostar todo por ediciones cuidadas de papel, tal como sucede con la editorial barcelonesa Blackie Books. Jan Martí, su editor, decía en una entrevista hace algunos años en *El Cultural*⁹ que

siempre colgamos el primer capítulo de nuestros próximos lanzamientos en Facebook. Es una manera ágil y muy directa de tener comunicación inmediata con nuestros lectores. Recuerdo que cuando íbamos a hacer la segunda edición de *Cosas que los nietos deberían saber* los animamos a que nos comentaran las erratas que habían encontrado. Enseguida más de tres mil personas nos las mandaron. Y, en cuanto al e-book, dudo que pueda sustituir al libro, más bien iniciarán una apacible convivencia.

Que una editorial decida conscientemente no editar en digital y apostar todo por la edición impresa no significa que no pueda aprovechar los mecanismos que las nuevas tecnologías ofrecen.

3. Internet: en busca del espacio literario

La creación de un blog supone la creación de un espacio propio donde el internauta pasa de tener una posición pasiva como lector/consumidor a una posición activa de escritor/creador. Él es el que decide de lo que se habla, con cuánta frecuencia se actualiza, si se pueden dejar comentarios, etc.

La popularización de elementos como la sindicación de entradas vía RSS¹⁰ o la difusión de las mismas a través de las redes sociales¹¹ permite que cualquier autor pueda ser seguido por una micro comunidad. Así, un autor de un blog se convierte en lector/comentarista de otro y una comunidad de seguidores no tiene por qué también seguir, leer o comentar en el blog de otro usuario. Para Escandell (2014):

La red se descentraliza, no solo en sus nodos de recepción, sino también en los de emisión, democratizando la capacidad de opinar en el entorno digital sin costes ni elevados conocimientos técnicos: estos habían sido los principales impedimentos para generar un espacio personal en Internet [hasta ahora]. El internauta se puede expresar fuera de los espacios de estructura vertical (como en un foro, jerarquizado) y entrar en la horizontalidad 2.0: tiene la capacidad de componer su propio espacio, generarlo y definirlo, siendo quien domina ese espacio; es una

⁸ Accesible en <<http://lektu.com/ayuda>>.

⁹ Entrevista por Vis Molina, publicada el 21/07/2014. Accesible en <http://www.elcultural.es/noticias/LETRAS/728/Blackie_Books_el_gusto_por_compartir>.

¹⁰ Esta tecnología es un formato XML de archivo que permite recoger contenidos difundidos en páginas web. Suscribiéndonos a un RSS de un blog a través de un agregador podremos ver si hay nuevas entradas en los blogs a los que nos hemos suscrito sin tener que acceder realmente a ellos.

¹¹ Del mismo modo que con los RSS, la popularización de las *fanpage*, las cuentas de Twitter de los blogs o las páginas de Google+ permiten suscribirnos y ver si se ha publicado nuevo contenido sin tener que acceder al blog de origen.

horizontalidad que se compone de muchas pequeñas verticalidades. Ya no es alguien a quien se le ha cedido la posibilidad de expresarse dentro de los ámbitos restringidos de los comentarios de una noticia en un periódico digital, un chat de alcance y trascendencia limitadísimos o un foro donde debe cumplir unas reglas que no han sido establecidas por él mismo.

Un blog puede tener cualquier temática que al autor o autores se les ocurran, pero el blog puede servir perfectamente como hoja en blanco para la creación literaria o para la crítica literaria, igual de bien que un fanzine o una revista.

Decía Tony Judd (2012) que

Hoy en día un intelectual se enfrenta a una elección. Puede comunicarse al estilo de la prensa que surgió a finales del siglo XIX: el semanal literario, la revista política mensual, la publicación periódica académica. Pero de esta forma solo llegará a una audiencia de opinión afín, que a nivel doméstico ha disminuido –aunque para ser justos, también se ha expandido internacionalmente gracias a Internet–. La alternativa es ser un «intelectual de los medios». Esto implica dirigir sus intereses y sus comentarios a la cada vez menor audiencia a través de debates públicos, *blogs*, *tweets* y similares. Y –salvo en las raras ocasiones en que se suscita una cuestión moral importante o se produce una crisis– el intelectual tiene que elegir. Puede replegarse al mundo del ensayo reflexivo e influir en una minoría selecta, o dirigirse a lo que espera sea una audiencia masiva pero de una forma atenuada y resumida. Aunque para mí no está nada claro que pueda hacer ambas cosas sin sacrificar la calidad de su contribución.

Escandell (2012) acuña el término *blogoficcionalidad* y postula la aparición de un *ciber-yo* autoconsciente del medio en que se encuentra y que realiza una sustitución de la realidad:

La *blogoficcionalidad* surge con la maduración de la plataforma blog como resultado de la exploración literaria del uso de ese espacio no como vía de expresión y reflexión biográfica por parte de sus usuarios, sino como simulacro de esas actividades. Se alimenta, por tanto, del uso de la bitácora para dar salida a las pulsiones del *yo* del bloguero y de los rasgos propios de la bitácora. Las *blogoficciones* son obras que tienen sus pilares en el aprovechamiento radical del formato, esto es, en la simulación del propio usuario del blog. Es una relación de dependencia simbiótica tan fuerte que el autor literario es *expulsado* de los espacios de inscripción por su propio personaje.

El uso de los blogs como lanzadera de proyectos personales o colectivos tuvo su auge a mediados de los 2000. La proliferación de blogs ha sido imparable en las últimas décadas, pero la gran mayoría de blogs permanecen en estado de hibernación, con tasas de actualización bajas o muy bajas. En el informe sobre el estado de la blogosfera hispana de bitacoritas.com de 2011 (<<http://bitacoritas.com/informe/>>; último año en el que se realizó el estudio), de los 576.681 blogs indexados, el 81,34% tiene muy escasa actividad y un 11,03% tiene escasa actividad, dejando solo al 7,63% de blogs en español como activos o muy activos.

Resulta interesante que este estado de hibernación del espacio del blog suceda justo cuando el acceso a Internet en España y la penetración en los hogares es cada vez más

alta¹² y la presencia de *smartphones* o teléfonos inteligentes frente a los *dumbphones* o móviles que únicamente tienen funciones para realizar llamadas gana terreno, tal y como podemos leer en el Informe eEspaña 2014¹³:

La ciudadanía española continúa avanzando en el desarrollo de la sociedad de la información. Actualmente, el 70% de los hogares españoles tienen acceso a Internet y, de ellos, la práctica totalidad se conecta a través de banda ancha, lo que implica una calidad de conexión media superior a la de la UE. Además, el 72% de la población española se ha conectado a Internet en los últimos tres meses y haciéndolo, además, de forma activa, ya que el 75% de los internautas declara que accede a diario a la Red.

El dato más destacable lo conforma el notable incremento de la utilización del teléfono móvil para acceder a Internet, debido a la generalización del empleo del *smartphone* entre la población española. En concreto, el 45% de los españoles acceden a Internet a través de sus móviles, lo que supone un incremento también del 45% con respecto a 2012. Por otro lado, más de tres cuartas partes de los usuarios españoles que disponen de *smartphone* utilizan un dispositivo con sistema operativo Android. Si se atiende a los usos del teléfono móvil, los usuarios pasan la mitad del tiempo que utilizan sus dispositivos con actividades relacionadas con la comunicación social. Como consecuencia de ello, las aplicaciones más descargadas durante 2013 fueron WhatsApp, Facebook y Twitter.

En este sentido, se puede afirmar que la participación social se ha convertido en una actividad clave con relación a los usos de Internet en España. El 64% de los internautas ha utilizado mensajería instantánea o ha escrito mensajes en redes sociales, frente al 57% de los internautas europeos. Asimismo, los internautas españoles continúan por encima de la media comunitaria en la lectura de periódicos, noticias y revistas online, si bien este dato se ha visto disminuido con respecto a 2012.

La popularización de servicios de *microblogging*¹⁴ como Twitter, la no limitación de caracteres de publicación de Facebook, la muerte de Google Reader¹⁵ o el uso del *smartphone* como fuente primaria de conexión quizá sean indicadores de un cambio de

¹² Según el último informe del Estudio General de Medios (EGM) que va de octubre de 2013 a mayo de 2014 la penetración de Internet alcanza ya al 58,5% de la población española, superando a los diarios (30,4%), revistas (41,9%) y quedando por debajo de la radio (61%). La televisión sigue siendo la indiscutible reina con un 88,1% de penetración de la población. El resumen general se puede consultar en la web de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC): <http://www.aimc.es/spip.php?action=acceder_documento&arg=2590&cle=220f931df0e4b91629bc5367091ff4bf1baba1b9&file=pdf%2Fresumegm214.pdf>.

La evolución de la penetración de Internet, según el EGM, ha pasado en la población española del 5,6% (2000), al 19,7% (2005), al 38,4% (2010), hasta alcanzar el 58,5% (2014). Internet es el único medio que año tras año aumenta, al contrario de lo que ocurre con el cine, la radio, televisión, las revistas, suplementos o los diarios.

¹³ <http://www.proyectosfundacionorange.es/docs/eE2014/Informe_eE2014.pdf>.

¹⁴ Entendemos por *microblogging* un servicio que limite el número de caracteres de mensajes. Twitter es el servicio de estas características más popular en occidente, con 241 millones de usuarios mensuales en el último trimestre de 2013, aunque parece que su crecimiento se está ralentizando <<http://www.lavanguardia.com/tecnologia/redes-sociales/twitter/20140206/54399970937/crecimiento-usuarios-twitter-estanca.html>>.

¹⁵ Google cerró el servicio de lectura de RSS el 2 de julio de 2013 <<http://googlereader.blogspot.com.es/2013/07/a-final-farewell.html>>.

tendencia en la que resulta más sencillo pasar de ser consumidores/lectores y meros partidores de información a tomar el papel activo de creadores/escritores.

4. Blogoficción: el caso de Alberto Olmos

Quizá el papel de Alberto Olmos en la literatura contemporánea sea más relevante del que a priori pudiera parecer, aunque no tanto por su rol como narrador, sino por su labor de editor, de crítico y, quizá, por ser el primer autor-personaje autoconsciente de lo que Daniel Escandell (2014: 184) viene a llamar ‘blogoficción’ o ‘blogonovela’:

El autor debe excluirse de la obra, no hay lugar para un *yo autor*, sino para el *yo personaje*, incluso cuando los lectores interactúan a través de los comentarios: no están demandando hacerlo con el autor, sino con el avatar que está realizando la narración, haciendo del escritor también un intérprete, un actor que asume la máscara del personaje creado tanto en el campo de la narración (el articulado del blog) como en los textos adyacentes (los comentarios). Si los lectores reclaman una información, no la reclaman del creador (si es que saben que existe), sino del personaje; no es el autor quien excusa o justifica lo que piensa o hace el personaje, sino el personaje mismo.

Olmos entró en la blogoficción con su personaje Juan Mal-Herido y su blog *Lector Malherido* <<http://lectormalherido.wordpress.com/>>, donde reseñaba libros contemporáneos con un punto de maldad nunca antes vista en la blogosfera española. Si en blogs de crítica “seria”, como puede ser *Diario de lecturas* <<http://vicenteluis mora.blogspot.com/>>, de Vicente Luis Mora, había que tener cuidado con los comentarios, en el blog de Juan Mal-Herido, el descaro de estos eran parte de los motivos por los que los visitantes entraban. A este respecto, Vicente Luis Mora decía:

También tengo testimonios fehacientes y alguna curiosa confesión vía *e-mail* de que algunos de los “damnificados” por mi ensayo *Singularidades. Ética y estética de la literatura española actual* (2006) hacían de las suyas en las entradas, que no pocas veces tuve que moderar, sobre todo cuando no era yo el insultado (2007: 82).

En el blog de Juan Mal-Herido podemos leer las cláusulas de su blog¹⁶:

Policy (NEW/ new)

Juan Mal-herido acaba de aprobar la Política (Policy) de la bitácora (bitacory). Los apartados se amplían o suprimen a capricho.

APARTADOS

1. JUAN MAL-HERIDO NO SÍ CONTESTA A LOS COMENTARIOS. PERO:
2. JUAN MAL-HERIDO NO LEE LOS COMENTARIOS.

¹⁶ <<http://lectormalherido.wordpress.com/policy/>>.

3. LOS COMENTARIOS LOS LEE UNA MÁQUINA QUE CENSURA AUTOMÁTICAMENTE DETERMINADAS PALABRAS Y EXPRESIONES. LAS BUENAS PERSONAS, INCLUSO LOS TONTOS, PODRÁN HACER COMENTARIOS SIN PERCATARSE DE ESTE EXTREMO.

4. JUAN MAL-HERIDO SÓLO ACEPTA LIBROS EDITADOS POR SELLOS DE DIFUSIÓN NACIONAL. EN ESTE BLOG RESPETAMOS –NO ASÍ JUAN– A LAS EDITORIALES REGIONALES Y PROVINCIALES, ASÍ COMO A LOS CIUDADANOS DEL ESTADO QUE AUTOEDITAN SUS CREACIONES LITERARIAS, PERO NO PODEMOS GESTIONAR LA RECEPCIÓN DE EJEMPLARES NO SOLICITADOS NI ALMACENARLOS ETERNAMENTE NI TIRARLOS A LA BASURA SIN UNA PUNZADA DE MALA CONCIENCIA.

5. JUAN MAL-HERIDO SÓLO CONTESTA A LOS E-MAILS ENVIADOS POR MUJERES.

6. JUAN MAL-HERIDO INC ES UNA EMPRESA Y, COMO TAL, NO SE HACE RESPONSABLE DE ABSOLUTAMENTE NADA NI LE DA EXPLICACIONES A NADIE.

Escandell (2014) habla del pacto lector-escriptor que se da en la blogosfera y esa es la única manera en la que uno puede entender el blog de Juan Mal-Herido:

Se proyecta la falsa vida de un personaje y su entorno, intentándonos convencer de que es cierta durante el periodo de tiempo en el que se desarrolla la narración, ofreciendo un relato verosímil en el que se engaña a los lectores, crédulos ante la virtualidad de la red. La blogonovela, así pues, nace de la intención del autor por esconderse, de no permitir que se conozca que se está ante una ficción, sino de hacerla pasar por completamente real. La máxima será siempre la formulada por Casciari (...): “el público no sabe si creer o no, pero lee: porque es posible”.

En el caso de Olmos, ese pacto de ficcionalidad se rompió cuando se vio publicada en papel *Vida y opiniones de Juan Mal-Herido* (2010), que venía a ser una recopilación de las mejores entradas del blog en una edición en la que Alberto Olmos figuraba como editor. En ese momento, buena parte de las entradas del blog fueron eliminadas y la única manera de consultarlas era o bien en la caché de Google o en la edición en papel.

Olmos había sido el editor de *Algunas ideas buenisimas que el mundo se va a perder* (2009), una recopilación de *tweets*, *e-mails* y entradas de blogs de diferentes personas que exploraba las posibilidades de la literatura en la red.

En 2014 Olmos resucita a Juan Mal-Herido en <http://www.malherido.com/>, pero esta vez en un espacio al que el lector solo se puede acceder previo pago de una suscripción, desde 5 € al año, cantidad simbólica, pero que pone una barrea de acceso y limita la comunidad de seguidores del escritor. Después de la ruptura del personaje de Juan Mal-Herido la sensación de protección a través de una pasarela de pago quizá sea la única manera de resucitar en un entorno controlado a dicho personaje.

5. Creación colectiva y crítica colectiva en red

La artista Mercedes Díaz Villarías lanzó el proyecto “Canciones en Braille” en su blog¹⁷ en el año 2006: a partir de una imagen que ella escogía, proponía a cualquier lector

¹⁷ Originalmente en <http://ememinuscula.blogspot.com.es/>, que ahora vuelve a ser el blog personal de la

de su blog que creara un texto con unas características determinadas. Así, 20 autores se sumaron a la propuesta, algunos bajo pseudónimo, otros con nombre y apellidos, tales como 629, Antonio Agredano, Anonimarta, Raúl Barba, Agustín Calvo Galán, Julián Cañizares, Clarence, Mercedes Díaz Villarías, Javier García Rodríguez, La cónica, Nacho Montoto, Nacho, Fernando Pérez, David Refoyo, Santiago, JSB, Christian Supiot, Txe, Diego Urizarna y Carlos Varón.

El proyecto luego vería la luz en formato libro a través de la plataforma Lulu¹⁸ y su difusión a través de los canales habituales fue anecdótica. El experimento tiene sus referentes más directos en los trabajos de artistas como Sophie Calle o Miranda July y especialmente en el proyecto de Miranda July y Harrel Fletcher llamado “Learning To Love You More” (<<http://www.learningtoloveyoumore.com/>>), donde más de 5.000 personas participaron a través de la web y que posteriormente apareció en formato libro.

A la edición en papel de *Canciones en Braille* se le acompañó el siguiente texto informativo:

Se ha publicado *Canciones en Braille*, un libro íntegramente escrito en red, editado por internet y distribuido a través de ella. Viene a ser la edición impresa del proyecto llevado a cabo durante el último año en el blog <http://ememinuscula.blogspot.com>, de Mercedes Díaz Villarías. Esta colección de textos se inició espontáneamente cuando un comentarista del blog envió un fragmento que conectaba tangencialmente con uno publicado por la administradora, quien tomó la idea y propuso a los asistentes a su blog participar. Debido a su formato, en *Canciones en Braille* personajes, ambientes y motivos se tocan tangencialmente sin llegar a cerrar ningún significado. La tarea de Mercedes Díaz Villarías ha sido la de publicar dichos comentarios como entradas y darles más carga a través de fotografías originales, vinculándolos con otras referencias del hipertexto.

Del mismo modo, en los últimos años han aparecido numerosos proyectos de creación colectiva a través de la red que posteriormente se acaban o bien publicando en papel o bien como una exposición. En abril de 2014 apareció el “Proyecto 70 palabras”¹⁹, vinculado a la Universidad de Valladolid, donde se pedía una recogida de relatos (no mayores de 70 palabras) y de fotografías que posteriormente serían recogidos en un libro interactivo en el que también participaba Vicente Luis Mora.

En el campo investigador existen principalmente dos tipos de publicaciones, aquellas que la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA; <<http://www.aneca.es/>>) tiene en cuenta y las que no. Para ello existen sistemas de evaluación de las revistas como DICE (<<http://dice.cindoc.csic.es/metodologia.php/>>), que puntúan las publicaciones en función de una serie de parámetros de calidad. Y lo digital también ha llegado a este campo, sobre todo por el abaratamiento de costes que supone editar una revista digital, maquetarla y exportarla en PDF frente al proceso manual de impresión y distribución.

Los portales o blogs de crítica literaria, lejos de tener un ISSN o una revisión por pares, suelen ser creados por dos motivos: para dar espacio a la voz de los críticos (no siempre es

autora, Cabeza de Perro, y posteriormente trasladado parcialmente a un blog específico: <<http://cancionesenbraille.blogspot.com/>> [no accesible al público].

¹⁸ <<http://www.lulu.com/gb/en/shop/mercedes-d%C3%ADaz-villar%C3%ADas/canciones-en-braille-edici%C3%B3n-isbn/ebook/product-18578836.html>> [actualmente no disponible].

¹⁹ <<http://www.buendia.uva.es/proyecto-70-palabras/>>.

fácil encontrar una publicación académica que admita colaboradores si estos están fuera del circuito científico o vinculados a alguna universidad) y sobre todo dar espacio a ciertos creadores con los que habitualmente hay una afinidad estética más allá de la filial.

El espacio de crítica literaria y cultural *Afterpost*²⁰, que estuvo abierto de 2007 a 2010, fue un ejemplo de ello, contando con una nómina de críticos que decidía reseñar aquella novedad (sobre todo en poesía y narrativa) que les resultaba relevante. Del mismo modo el crítico y autor Vicente Luis Mora lleva actualizando su blog personal, *Diario de lecturas*²¹, desde 2006 hasta la actualidad, aunque su periodicidad y la actividad de los comentaristas han descendido notablemente, pero no así sus visitas, que se han mantenido estables.

En 2011 vio la luz una revista digital llamada *Mamajuana*²², editada por Unai Velasco y Marc García, que tenía la pretensión de reunir:

en una sola plataforma a las mejores voces del pensamiento crítico y la creación nacidas en los 80 y 90. Jóvenes representantes de la blogosfera que han despuntado en medios literarios como *Quimera* o *Afterpost*, en lugares de referencia para el arte y el pensamiento como *Revista de Occidente* o *salonKritik*, en publicaciones dedicadas al cómic, el videojuego y las tendencias como *Mondo Pixel*, *Fandigital* o *Vice*, acompañadas de firmas invitadas de la talla de *Granta*. Con un diseño muy cuidado que bebe de las publicaciones de los años 20, he aquí una mirada distinta a las categorías clásicas combinada con la atención por las disciplinas artísticas más nuevas y desatendidas, abordado desde una perspectiva que nace con la desmaterialización, la cultura participativa y los nuevos escenarios legislativos. Por primera vez, después de la explosión bloguera, toda la generación reunida. Y revuelta.

Por desgracia, a pesar de la calidad de las publicaciones, en apenas un año la revista desapareció por motivos personales de los creadores.

Del mismo modo nació *El Sindicato* en marzo de 2012, que agrupaba en una plataforma propia de la editorial Random House Mondadori a algunos de los autores más importantes del sello:

Megustaescribir.com, la red social literaria de Random House Mondadori, lanza *El Sindicato*, una nueva plataforma de blogs que pretende reunir a una serie de voces brillantes y radicalmente distintas entre ellas al tiempo que facilitar un nexo entre la creación literaria de España y América Latina.

Por un lado encontraréis firmas críticas de gran peso y también algunas plumas más jóvenes y prometedoras de la literatura y el pensamiento. Algunos de ellos ya se han puesto los guantes de boxeo y otros se irán incorporando poco a poco. Jordi Soler, Carlota Monseguí, Gonzalo Torné, Antonio J. Rodríguez, Valeria Luiselli, Andreu Jaume, Ignacio Echevarría, Ernesto Castro, Juan Antonio Montiel, Pablo Muñoz, Iván de la Nuez... son algunos de los nombres de los sindicatos. Si quieres conocer sus reglas puedes pinchar en <http://elsindicato.megustaescribir.com/> y empezar a leer.

Una visión de la actualidad distinta escrita a puñetazo limpio es su propuesta. Sus palabras, un motivo más para correr la cortina azul y quedarse pegado a la pantalla.

²⁰ <<http://afterpost.wordpress.com/>>.

²¹ <<http://vicenteluis Mora.blogspot.com.es/>>.

²² <<http://www.mamajuana digital.com/>> [no disponible].

megustaescribir.com nació en 2008 como una plataforma de blogs y en 2010 se convirtió en una red social literaria en donde cualquier escritor puede subir su manuscrito, encontrar lectores y editar su obra. Los manuscritos más valorados por los lectores de la comunidad pasan a ser leídos por la editorial. En megustaescribir.com también se pueden encontrar distintos grupos de usuarios en torno a distintos géneros literarios. *El Sindicato* es su apuesta más reciente.

El Sindicato estaba dirigido por la poeta Luna Miguel y su marcha de la editorial hizo que la red de blogs desapareciera apenas dos años después de su creación, en este caso por motivos puramente económicos.

La falta de retorno económico en las publicaciones digitales y de un apoyo institucional como pueden ser universidades o colectivos culturales hace que, como hemos visto, los proyectos nazcan con muy buena intención, pero con el paso del tiempo desaparezcan.

6. Editoriales buscan a autores que ya no buscan editoriales

Con la llegada de la autoedición los autores ya no necesitan a editor alguno para publicar su libro en papel o en digital. Y entendemos por autoedición a los mecanismos que permiten que un autor, sin pasar por una editorial, consiga publicar un libro en papel o en digital. Así que si realmente la obsesión de un autor es tener un ejemplar para enseñar y regalar a amigos y vecinos por una cifra no demasiada alta de euros lo podrá conseguir a través de servicios como Bubok (<<http://www.bubok.es/>>) o Lulu (<<http://www.bubok.es/>>), por ejemplo, donde básicamente solo hay que subir un archivo digital con el libro y ellos se encargan de todo el proceso por unos cientos de euros.

En formato digital, la llegada de Amazon Kindle Direct Publishing (KDP; <<https://kdp.amazon.com/>>) permite subir el libro en la tienda de libros electrónicos de Amazon, donde mensualmente se organizan concursos y talleres (virtuales) para poner en contacto a los autores amateurs. Aunque este servicio funciona en España, de momento está centrado casi exclusivamente en el mercado anglosajón.

En este escenario está claro que quien quiera ver su libro publicado ya no cuenta con las barreras que históricamente se le imponían. Ahora bien, la edición en papel por una editorial tradicional sigue teniendo mayor prestigio social que hacerlo a través de los medios anteriormente expuestos. Y para conseguir editar un libro a través de las editoriales sin contacto o padrino alguno, los premios literarios siguen siendo la mejor vía²³.

Resulta especialmente revelador ver lo que ocurre en campos donde el mercado no influye demasiado por sus escasas ventas, como puede ser el caso de la poesía. Raúl Quinto (2013) hablaba del cambio que se está dando dentro del panorama poético:

El viejo problema de siempre. Ahora en la Red. Se multiplican los espacios (blogs, revistas, foros) donde se cuelgan poemas desde todas las partes del mundo, sin filtro alguno y en cualquier idioma. El acceso al material poético es ingente. Se suprimen la dictadura de las editoriales y los intermediarios que deciden qué es digno de ser leído por un público amplio. “Hazlo

²³ Aunque la crisis económica ha hecho que muchos premios hayan desaparecido o eliminado la cuantía económica, la mayoría sigue teniendo como recompensa la impresión de la obra. El mejor resumen de los premios literarios que hay en España se encuentran la *Guía de concursos* de Javi de Ríos <<http://lavigaenmiojo.com/category/concursos-literarios/>>.

tú mismo”, dirían los punks, pero hay tal cantidad de información, poemas, voces... que da la sensación de que no hay nada y de que “todo vale”. (...)

Queramos o no, el poeta –como ciudadano– se ve afectado en su vida cotidiana por la revolución hipermedia. Esta transformación influye también en su escritura, que no es sino el reflejo de lo que anida dentro y de lo que flota fuera. Dentro y fuera ya está Internet, lo que no sucedía hace quince años. Ahora somos distintos, por lo que nuestra poesía también tiene que serlo. Obligar al poema a obedecer a unas reglas prescritas de un mundo que ya no existe, es una forma de ir en contra de lo inevitable. La lluvia de esta nueva realidad cubre los poemas de hoy en distintas capas, desde la superficie hasta las pequeñas humedades que traspasan los versos. Puede que no seamos conscientes de la metamorfosis, pero estamos escribiendo dentro de una crisálida: tejida en red, por supuesto.

La red parece el escenario perfecto para la difusión de cierto tipo de poesía por su brevedad e inmediatez. Autores como Elvira Sastre o Irene X tenían miles de seguidores en las redes sociales o en su blog antes de que las editoriales Lapsus Calami y Origami se fijaran en ellas.

Buscar a los autores emergentes, bien sea por la calidad de sus escritos o bien por su viralidad en la red, es algo que vamos a ver de manera más y más frecuente en los próximos años. Los grandes grupos editoriales ya están creando sellos únicamente de autores digitales que llegados a cierto número de ventas o cierta popularidad los pasan al catálogo de otro sello que los publicará en papel y los *scouts* cada vez rebuscan más en los blogs y en los perfiles de Twitter o Facebook para encontrar a la próxima estrella literaria. La democratización de la música que vivimos la década pasada con Myspace está llegando a la literatura gracias a la revolución tecnológica que es nuestro día a día y parpadear demasiado va a significar perdernos los próximos cambios que van a ocurrir.

Bibliografía

- Calles Hidalgo, Jara (2011): *Literatura de las nuevas tecnologías. Aproximación estética al modelo literario español de principios de siglo (2001-2011)*. Salamanca: Universidad de Salamanca. Accesible en <<http://hdl.handle.net/10366/110856>>.
- Darnton, Robert (2010): *Digitalitzar és democratitzar? El cas dels llibres*. Barcelona: Arcàdia.
- Díaz Villarías, Mercedes (ed.) (2008): *Canciones en Braille*. London: Lulu.com.
- Escandell Montiel, Daniel (2014): *Escrituras para el siglo XXI. Literatura y blogosfera*. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert.
- (2012): “El escenario virtual de la blogoficción. Construcción avatárica en la narración digital”. En Ortega, Julio (ed.), *Nuevos hispanismos. Para una crítica del lenguaje dominante*. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert.
- Esteve, Asunción (2010): “Análisis legal del proyecto Google books desde la perspectiva de los derechos de propiedad intelectual”. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, junio, nº. 24. Accesible en <<http://bid.ub.edu/24/esteve2.htm>>.
- Fernández Porta, Eloy (2007): *Afterpop: la literatura de la implosión mediática*. Córdoba: Berenice.
- Judt, Tony (2012): *Pensar el siglo xx*. Madrid: Taurus.
- July, Miranda/Fletcher, Harrel (2007): *Learning To Love You More*. New York: Prestel.
- Montoya Juárez, Jesús/Esteban, Ángel (eds.) (2013): *Imágenes de la tecnología y la globalización en las narrativas hispánicas*. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert.
- Mora, Vicente Luis (2007): *La luz nueva*. Córdoba: Berenice.

-
- (2012): *El lectoespectador*. Barcelona: Seix Barral.
- Olmos, Alberto (ed.) (2009): *Algunas ideas buenísimas que el mundo se va a perder*. Madrid: Caballo de Troya.
- (2010): *Vida y opiniones de Juan Mal-Herido*. Barcelona: Melusina.
- Quinto, Raúl (2013): “La poesía después de Internet”. En Bagué Quílez, Luis/Santamaría, Alberto (eds.), *Malos tiempos para la épica. Última poesía española (2001-2012)*. Madrid: Visor.