

En un lugar de Twitter: las andanzas del caballero don Quijote por la red del pajarito

Somewhere in Twitter: the adventures of Don Quixote along the bird's network

Concepción Torres Begines (Grupo de Investigación Literatura, Transtextualidad y Nuevas Tecnologías - Universidad de Sevilla) *

Artículo recibido: 20-01-2015 | Artículo aceptado: 08-05-2015

ABSTRACT: Since the beginning of Twitter in 2006, we have attended to the born of a new way of writing according to the parameters imposed by the social network. Many studies have stated the existence of a new literary form known as twitterature in its most popular entry. In this article, we have tried to compile the most significant projects related to the role played by Don Quixote, the main work in the literature written in Spanish, in Twitter.

KEYWORDS: twitterature, Quixote, Twitter, social networks, Spanish Literature

RESUMEN: Desde el nacimiento de Twitter en 2006, hemos asistido al nacimiento de una nueva forma de escritura de acuerdo con los parámetros impuestos por la red social. Muchos estudios han constatado la existencia de una nueva forma de literatura conocida como tuitera en su acepción más popular. En este artículo hemos tratado de recopilar los proyectos más representativos relacionados con el papel que juega Don Quijote, la obra cumbre de la literatura en español, en Twitter.

PALABRAS CLAVE: tuitera, Quijote, Twitter, redes sociales, literatura española

Concepción Torres Begines. Licenciada en Filología Hispánica y doctora en Comunicación por la Universidad de Sevilla. Obtuvo su título de Doctor en 2012 con la tesis: "El esperpento y el cine de Luis García Berlanga", un trabajo interdisciplinar entre la literatura y el cine. Ha desarrollado su labor docente en el Departamento de Didáctica de la Lengua y la Literatura de la Universidad de Málaga y en la Universidad de Carolina del Norte en Estados Unidos. Es miembro del grupo de investigación "Literatura, transtextualidad y nuevas tecnologías" desde noviembre de 2010, formando además parte del Comité Científico de la revista *Cauce* desde junio de 2012. Ha publicado en revistas nacionales e internacionales y participado en varios congresos como comunicante. Su campo de estudio es la Literatura Comparada, con especial atención a las relaciones entre cine y literatura, nuevas tecnologías y literatura infantil.

* Este artículo es producto de una estancia de investigación realizada en el CIAC (Centro de Investigación en Artes y Comunicación) de la Universidad del Algarve, Faro, Portugal.

1. Introducción: el concepto de tuitera o literatura en Twitter

El fenómeno de escribir novelas en Twitter siguiendo el procedimiento de ajustar su formato a 140 caracteres, o lo que es lo mismo, la tuitera, está de moda. Aunque muchas voces se han alzado para clamar que el fenómeno duraría poco, las manifestaciones no han cesado desde el nacimiento de la red social en 2006. Hoy en día es frecuente toparnos con estudios que utilizan conceptos como *twiller* (tweet – thriller), *twovel* (tweet – novel) o tuitera.

El primero de ellos fue acuñado en agosto de 2008 por Matt Richtel, articulista del *New York Times* (Richtel, 2008): “In my case, I’ve for the last two months been using Twitter to write a real-time thriller. Hence: Twiller”. En este experimento se presentaba la historia de un hombre que se despierta en las montañas, incapaz de recordar nada y con la extraña sensación de que es un asesino. Con un teléfono móvil que solo le permite usar Twitter como única compañía decide escribir un relato de autoconocimiento siguiendo el formato impuesto de 140 caracteres.

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

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

Sin embargo, no fue hasta 2009 cuando hizo aparición la denominación más extendida para esta nueva forma literaria: tuitatura. Se la debemos a dos estudiantes de la Universidad de Chicago que invertían su tiempo libre en resumir los grandes clásicos universales en un número de 20 tuits o menos, siempre respetando la limitación de los 140 caracteres impuestos por la red social. La repercusión de su actividad llamó la atención de la editorial Penguin, quien publicó ese mismo año un libro en el que se recopilaban todos los tuits publicados y que recibió el título de *Twitterature* (Aciman y Resin, 2009). En él encontramos la definición del concepto: “Tuitatura: amalgama de ‘twitter’ y ‘literatura’; reelaboración humorística de clásicos literarios para los intelectuales del siglo XXI, en digeribles porciones de 20 tuits o menos”.

En el ámbito académico debemos señalar la creación en el año 2011 del Instituto de Tuitatura Comparada <<http://www.twittexte.com/>> a cargo de Jean-Yves Fréchette y su compatriota el periodista Jean-Michel Le Blanc. Esta institución se encarga de la organización de congresos y seminarios, además de representar un importante banco de recursos bibliográficos. Entre sus logros se encuentran el *Primer Festival Internacional de Tuitatura*, celebrado en Quebec en 2012 y el recientemente convocado *Concurso de Twitteratura de las Américas* (del 1 al 28 de febrero de 2015) en colaboración con el Centro de la Francofonía de las Américas. A estos que hay que añadir además otros festivales como el *Twitter Fiction Festival*, celebrado exclusivamente de manera online a través de la red social y dirigido por Andrew Fitzgerald y que hasta la fecha ha contado con dos ediciones, una del 18 de noviembre al 2 de diciembre de 2012 y otra del 12 al 16 de marzo de 2014, más una tercera que se celebrará este año 2015 del 11 al 15 de mayo y que es posible seguir a través de la cuenta @twfictionfest.

Este *boom* del género no se ha hecho esperar tampoco en el mundo académico con la aparición de estudios como el de Carla Raguseo, quien nos da algunas claves sobre las características de la tuitatura (Raguseo, 2010):

1. Naturaleza comprimida: “Twitter fiction refers to an original, self-contained work of fiction in each tweet”.
2. Ausencia de título (aunque no siempre ocurre así).
3. Orden inverso de lectura, ya que hay que comenzar a leer por los tuits más antiguos, situados al final de la página.
4. Marca temporal, dada al final del tuit con fecha y hora, lo que nos da sensación de inmediatez.
5. Posibilidad de interacción con el autor y de marcar la entrada como favorito.

Además de estos rasgos propios, Raguseo señala algunas características que la ficción en Twitter comparte con la microficción, como la brevedad, el significado múltiple, la intertextualidad y la fragmentación.

Por nuestra parte, en un artículo recientemente publicado en la revista *Espéculo*, establecimos una tipología de las novelas que se pueden encontrar en la red social (Torres, 2015: 210):

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

2. Tuitertura en España

Aunque el fenómeno de la tuitertura está muy extendido en América Latina y Estados Unidos, también contamos en España con algunos casos representativos, como la convocatoria mensual de un concurso de tuitertura a cargo del programa *El público lee* de Canal Sur Radio. La dinámica consiste en hacer una historia de 140 caracteres que contenga una palabra dada por los organizadores. La iniciativa está contando con un éxito considerable, dando como resultado tuits tan originales como este ganador de noviembre:



Figura 1. Eduardo Cruz Acillona: la magdalena

Fuente: <https://twitter.com/masclaroagua/status/529623025315241984>

Otro caso representativo en nuestro país es *Serial Chicken*, un *thriller* policíaco sobre una gallina asesina que se publicó en *Twitter* entre el 13 de enero y el 5 de febrero de 2010 a través de la cuenta @BCNegra, en español y catalán. La actividad formaba parte del *Festival de Novela Negra de Barcelona* y fue un encargo de la agencia de publicidad catalana Soon in Tokio, quien eligió al periodista Jordi Cervera para llevarla a cabo. La iniciativa tuvo gran repercusión

en los medios de comunicación, como podemos comprobar en la multitud de noticias que aparecieron en periódicos y medios digitales (Mora, 2010).



Figura 2. Serial Chicken. Fuente: <https://twitter.com/bcnegracast>

A partir de este inquietante inicio, la historia va avanzando con el descubrimiento de hasta cuatro cadáveres cuyo nexos común es una entrada para el concierto de *Depeche Mode* y un omnipresente tipo de gallinácea oriunda de Reus.

Entre sus características cabe destacar la constante referencia a elementos conocidos por los seguidores de la cuenta, como da buena fe el reconocimiento de algunos celeberrimos catalanes como Gaudí, Prim, Andreu Buenafuente o el propio Javier Cervera como sospechosos del crimen. Además, llama la atención la situación de la trama en diferentes escenarios de la ciudad de Barcelona que quedan plasmados en las imágenes publicadas en Flickr o marcados en Google Maps, como el Mercado de la Boquería o Negra y Criminal, la librería propiedad de Paco Camarasa, director del certamen. Lo más interesante de *Serial Chicken* es precisamente la creación de un hipertexto que se desarrolla entre Spotify, Flickr, Twitter y Google Maps, recursos digitales en los que se nos van presentando respectivamente: 1) los archivos sonoros mencionados en la historia, 2) las imágenes del crimen, 3) la historia y 4) las localizaciones de la acción dentro del mapa de la ciudad de Barcelona, donde se desarrolla la trama.

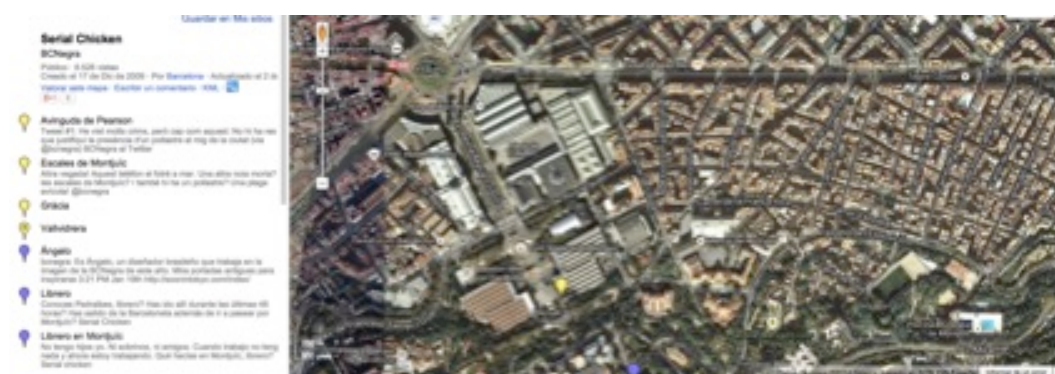


Figura 3. Mapa Serial Chicken.

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



Figura 4. Imagen Serial Chicken. Fuentes:

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

Otro caso de novela negra en formato de 140 caracteres es la obra ganadora del XIV Premio de Novela Negra Ciudad de Getafe de 2010: *No hay perro que dure tanto* de Francisco Balbuena, escrita en el formato impuesto por la red social, pero que nunca fue publicada en Twitter.

Interesante es también la publicación a través de la red social de una suerte de continuación de la novela *Ya queda menos para ayer* (2013) de Eduardo Iriarte, quien, a través de la cuenta @dimasesparza, presentó en el conocido formato algunos de los pensamientos del personaje protagonista desde un punto de vista distinto al presentado en el libro en papel. La función de esta actividad era puramente publicitaria, ya que así se buscaba acercar la novela original a un nuevo público presente en las redes sociales:

En este caso, vemos cómo la obra en Twitter se concibe como un recurso publicitario para complementar y dar a conocer la novela en formato libro y se construye combinando la publicación manual de mensajes con la programada, una tendencia que podemos intuir que ganará más peso cuanto más presencia ganen las composiciones narrativas de extensión y perduración en el tiempo en Twitter. El caso de Iriarte, en el que libro y narración en Twitter se combinan, resulta ilustrativo porque no es una maniobra de promoción expresa, sino una expansión de la historia del libro en la que el personaje ictivo vive avatáricamente fuera de esa obra para cobrar entidad propia en un espacio social, colectivo, donde se expresa nuevamente como lo haría cualquier otra persona en el servicio de nanoblog: se crea una nueva estética a partir de la novela original. (Escandell, 2014:46)

Por otra parte, contamos con la presentación de obras clásicas españolas en Twitter, destacando dos interesantes proyectos llevados a cabo con la obra *Total de Greguerías* de Ramón Gómez de la Serna y con el *Lazarillo*.

El primero corrió a cargo de Álvaro Llosa Sanz (2014) entre los meses de abril y septiembre de 2011 con la publicación de una greguería semanal. El conjunto de greguerías, publicadas a través del perfil @RGdelaSerna fueron

recopiladas a su vez en un blog: <<https://totaldegreguerias.wordpress.com/>> en el que es posible hacer una búsqueda rápida de cualquiera de las greguerías que forman parte de la obra, ya sea a través de un buscador dentro de la propia web o marcando alguna de las palabras que se presentan en forma de nube visual.



Figura 5. R. Gómez de la Serna. Fuente: <https://twitter.com/RGdelaSerna>

La red social permitió además la creación de una suerte de club de lectura de las greguerías ramonianas, permitiendo la interacción de los lectores con el autor:

Para convertir la edición en algo más que una base de datos hipertextual y multimodal, decidí usar las capacidades sociales de diferentes servicios. Pensé que si difundía una unidad al día en una red social, podría generarse un club de lectura, una comunidad ramoniana de greguerías. Twitter <<http://www.twitter.com>> es perfecto para este objetivo, ya que es posible seguir a Ramón y su actividad. En este sentido, decidí que Ramón debería contar con su propio perfil, extraído de sus propias palabras en algunos extractos de su autobiografía, para que sus lectores interactuaran directamente con él. Además, creé una línea de tiempo de Twitter que recoge greguerías y otras referencias y Ramón en vivo y en directo hechas por otros usuarios de Twitter. (Llosa, 2014)

A esta actividad se unió la creación de un grupo en Flickr que daba cabida a la elaboración por parte de los usuarios de greguerías visuales, siguiendo las presentadas por Ramón Gómez de la Serna, y que puede consultarse en: <<http://www.flickr.com/groups/greguerias>>. Un buen ejemplo es la titulada “Novela Negra”, realizada por Francisco Javier Sanz Gómez:



Figura 6. Novela Negra (Francisco Javier Sanz Gómez). Fuente: <http://www.flickr.com/photos/sanz25/6743285231/in/pool-greguerias>

La otra iniciativa que queremos presentar en este apartado es la llevada a cabo por los alumnos de 3º de la ESO del IES Concha Méndez Cuesta de Torremolinos (Málaga), quienes tuitearon el *Lazarillo* entre el 23 de Febrero y el 14 de Marzo de 2012. La recopilación completa de los tuits puede consultarse en la plataforma Storify: <<https://storify.com/Lazarilloiescmc/lazarillo-de-tormes>>.

Lo más interesante de esta propuesta es que, al igual que la versión de *El Principito* realizada por las Librerías Gandhi en México (Torres, 2015: 212), cada uno de los personajes de la historia participa de manera activa a través de su propio perfil. Así, el lazarillo es @Lazarilloiescmc, el ciego es: @ciegoiescmc, el clérigo es: @clerigoiescmc, el escudero es: @escuderoiescmc, el buldero es: @bulderoiescmc, el arcipreste es: @arciprestreiescmc y la esposa del Lazarillo es: @esposalazarillo. La interacción entre los personajes hace que la historia tenga un ritmo mucho más rápido y sencillo que atrae al público más familiarizado con las nuevas tecnologías.



Figura 7. Lazarillo de Tormes en Twitter. Fuente: <https://storify.com/Lazarilloiesmc/lazarillo-de-tormes>.

3. El Quijote en Twitter

La conmemoración en este año 2015 de los 400 años de la publicación de la segunda parte del *Quijote* ha motivado la realización de numerosos actos y homenajes, tales como ediciones adaptadas, exposiciones, congresos, números monográficos de revistas especializadas, etc. En medio de esta vorágine de eventos, queremos llamar la atención sobre la acogida que nuestro más excelso hidalgo ha recibido en la red social del pajarito, ya sea por parte de agencias de publicidad, como actividad educativa o como una quijotesca empresa personal.

En primer lugar, contamos con la propuesta realizada por la agencia de publicidad barcelonesa Garciawww, quien, bajo el título de *Quijotweet* anunciaba la publicación de la novela de Cervantes en el conocido formato de 140 caracteres. El resultado son 737 tuits que no contienen la obra completa, ya que por razones que desconocemos la producción se detuvo sin quedar rastro ninguno en la página de la empresa. La hazaña dio comienzo el 19 de octubre de 2012 y cesó su actividad el 11 de marzo de 2013.



Figura 8. Quijotweet. Fuente: <https://twitter.com/Quijotweet>

Otra propuesta publicitaria es la llevada a cabo por Hacce Producciones TIC y Londonclip, quienes presentaron el 11 de diciembre de 2009 *Twitjote*, una aplicación informática que permite a los usuarios la publicación de un Quijote colaborativo en Twitter mediante la plataforma del mismo nombre: <http://www.twijote.com/connect.php>.



Figura 9. Twitjote. Fuente: <http://www.twijote.com/connect.php>

En su web se anuncia el modo de uso de la aplicación informática en la que cualquier persona con una cuenta de Twitter puede participar:

Modo de uso

1. Accedemos a www.twijote.com
2. Leemos el párrafo que vamos a publicar y pulsamos en el botón de Enviar Ahora
3. Introducimos nuestro nombre de usuario y contraseña de Twitter (no quedan almacenados) y pulsamos en Iniciar Sesión
4. Si nos encontramos en la versión española de Twitter, aparecerá durante el login algún mensaje con baile de caracteres... Culpa de la traducción española

de Twitter. Si estuviera de nuestra mano, lo pondríamos en un perfecto castellano antiguo.

5. El mensaje se publica en tu perfil de Twitter. (Hacce Producciones, 2009)

El proyecto aún sigue en funcionamiento y no tiene fecha de término anunciada, ya que depende de la colaboración de los usuarios.

Respecto a la presencia del ingenioso hidalgo de La Mancha en las aulas, destaca @ElQuijotweet, un proyecto llevado a cabo por Sergio Tejero, profesor de Lengua en el Instituto Ekialde de Vitoria durante el curso 2012/2013. El objetivo era fomentar la capacidad de síntesis de los alumnos reduciendo cada uno de los capítulos del libro a un solo tuit. El resultado fue *El Quijotweet*, la gran obra de Cervantes en 72 tuits, uno por capítulo, trabajo que fue publicado en formato digital en la plataforma Storify: <<https://storify.com/ElQuijoTweet/elquijotweet>> y en formato papel gracias a la editorial ViveLibro.



Figura 10. El Quijotweet. Fuente: <https://storify.com/ElQuijoTweet/elquijotweet>

Para conseguir el objetivo de resumir la obra de Cervantes se propuso a 25 alumnos de 2º de ESO que trasladaran a sus propias palabras, y teniendo en cuenta la limitación de 140 caracteres, cada uno de los capítulos del libro, los cuales leyeron previamente en clase, dedicándole una hora a la semana durante la que se explicaban los conceptos más difíciles y se comentaba la historia.

Aunque la complejidad de la obra para unos niños de 13 años fue el principal escollo que hubo de superar, nos comenta Sergio Tejero vía correo electrónico que fue una manera muy motivadora de acercarse al trabajo de Cervantes y que, aunque su propia visión del personaje no ha cambiado, sus alumnos “le han perdido el miedo”. Cuando le preguntamos sobre si conocían

antes la obra nos comenta: “Lo conocían de los dibujos animados (algunos). La percepción inicial era la de una obra difícil de leer sobre un loco y un siervo gordo. Después de *El Quijote Tweet* siguen pensando que es demasiado densa para ellos, pero han disfrutado de los matices”.

Por último, queremos destacar la quijotesca tarea de Diego Buendía @elQuijote1605, un informático prejubilado que comenzó el 1 de septiembre de 2014 a tuitear el Quijote, hazaña que acabará el 22 de abril de 2016, coincidiendo con el día de muerte de Cervantes. La obra será publicada de manera íntegra a través de la red social, exceptuando el Prólogo de la obra y siguiendo la versión digital alojada en *Proyecto Gutenberg* <www.gutenberg.org>.

En medio de un proceso febril, Buendía pensó que sería interesante presentar los grandes clásicos de la literatura tuit a tuit y para demostrarlo eligió *Don Quijote de la Mancha*. En un mensaje publicado en su cuenta personal @dbuendia anunció el 23 de agosto de 2013 que aceptaba el reto que él mismo se imponía (Buendía, 2014):



Figura 11. Diego Buendía. <https://twitter.com/dbuendia>

La idea inicial era publicar un tuit diario, pero unos cálculos rápidos dieron como resultado la friolera de 55 años, por lo que se sustituyó por un tuit cada hora, siguiendo las 24 horas del día, convirtiendo la aparición del mensaje en una suerte de recordatorio horario. De nuevo surgió el problema del tiempo, ya que de esta manera no coincidía la finalización del proyecto con el día de la muerte de Cervantes. La solución fue que a ciertas horas, y con un intervalo de 5 minutos, se publican dos tuits. Así nos los cuenta el propio Buendía vía correo electrónico:

Mi primera intención fue mantener los 24 tuits diarios durante un tiempo, y duplicar la tasa en los últimos meses, pero intuí que el seguidor tipo sería más bien animal de costumbres y preferiría que no se le sometiera a cambios caprichosos, de modo que opté por la solución de publicar dos tuits en horas señaladas, con intervalo de 5 minutos entre ellos. Esto ocurre a las 8:00, 12:00,

16:00, 20:00 y 00:00 horas. Así tenemos 29 tuits diarios, y llegará un día en que eliminaré el tuit de medianoche, porque ya no será necesario.

A la pregunta de por qué *El Quijote*, el informático responde contundente que es un punto de unión, de identificación con nuestro país:

El Quijote es la primera obra que se me vino a la cabeza cuando publiqué el tuit que lo desencadenó todo. La razón última habría que buscarla en el hecho de que es la cima de la literatura española, el mínimo común denominador en el que todo el mundo estaría de acuerdo. Uno puede ignorar la existencia de las *Cantigas* de Alfonso X el Sabio, pero eso no pasa con *El Quijote*. De hecho, creo que *El Quijote* es algo más que un libro, define un arquetipo con el que todo el mundo en este país se identifica en mayor o menor medida.

Esta unión entre *El Quijote* y Twitter ha sido defendida también por Buendía en varios medios (*ABC*, 2014): "Pero, ¿por qué la obra de Miguel de Cervantes? El informático responde que esta obra es "la candidata ideal" para "casar lo mejor de la literatura con lo mejor de la tecnología".

Entre las razones que lo llevaron a comenzar este proyecto se cuentan:

La razón primera es hacer algo que nadie ha hecho antes, y que en primera instancia parece un sinsentido. Visto así, lo que me gusta es la propia naturaleza de locura quijotesca que tiene la idea.

Luego ya se van encontrando razones plausibles:

- La efeméride próxima del 400 aniversario de la muerte de Cervantes.
- La curiosidad por ver la respuesta de Internet ante la propuesta.
- El desafío técnico de programarlo todo. (Buendía, 2014)

Respecto a las ventajas de leer la obra a través de tuits recalca (*ABC*, 2014): "cualquier gran obra de la literatura universal, sería más fácil de digerir si se publicaba en Twitter". A lo que hay que añadir el establecimiento de una relación diferente con la obra:

Me gusta pensar que cada cual encontrará la forma de dejarse acompañar por *El Quijote* durante este tiempo. Algunos aceptarán la lentitud de la propuesta, y saborearán las palabras encontrando bellezas que quizás les pasaron desapercibidas.

Otros se acercarán al libro para sortear su impaciencia, y al día siguiente reconocerán lo leído como se reconoce a un viejo amigo. Y otros más intertextualizarán, al estilo de internet, comentando palabras, buscando en Google o en la Wikipedia el sentido de algunas cosas. (Buendía, 2014)

La acogida por parte del público ha sido masiva, sobre todo desde que la idea llegó a oídos de la Agencia EFE, responsable de la difusión en los medios, lo que supuso un incremento de seguidores entre los que se cuentan no solo un gran número de curiosos que quieren formar parte de la hazaña, sino muchos amantes de la literatura española y de nuestra obra más representativa.

Como él mismo nos indica, el reto tiene algo de quijotesco, pero es precisamente la consecución de la hazaña una de las principales motivaciones que llevan al público a acercarse a la obra de Cervantes a través de este medio:

Para mí el proyecto en sí es una forma de expresión artística en Twitter, quizás más cerca de la performance multimedia que de la propia literatura. Y es también un homenaje al mismo Quijote, que creaba sus propias batallas descabelladas y las afrontaba con la mayor de las dignidades. Publicar los 17000 tuits de *El Quijote* tiene, en ese sentido, algo de quijotesco también.

4. Conclusiones

En la entrevista vía correo electrónico que mantuvimos con Diego Buendía le presentábamos la cuestión de si había cambiado su visión del personaje y de la obra y si se había producido una desacralización por su parte o por parte del público receptor. Nos pareció interesante realizar esta pregunta porque es una de las ventajas/ desventajas que tiene presentar a los clásicos en un formato completamente diferente al que estamos acostumbrados. Ventaja porque la historia, en muchos casos cubierta de polvo entre las lecturas obligatorias del colegio, es recuperada y admitida por el público más joven o por ese otro público maduro que hace tiempo que no vuelve a ella o que nunca fue. Desventaja porque quizás para muchos la pérdida del aura de clásico que tiene la obra se pierde con esta nueva presentación. Aunque polémica, creemos que es una cuestión que debe tenerse en cuenta en la era de las telecomunicaciones, de las redes sociales y de Internet.

Si nos pareció interesante la pregunta, más nos parece la respuesta que nos dio Diego Buendía (*El Quijote en 17000 tuits*), la cual, aunque un poco extensa, hemos querido recoger aquí para ilustrar nuestras conclusiones:

Sobre todo cambia la visión de la obra. Yo había leído *El Quijote* en la escuela, y lo primero que he descubierto es que no conocía más que unos cuantos pasajes escogidos, los más divertidos, tal vez. Sin embargo, ahora estoy leyendo la obra completa, y además al ritmo pausado que me obliga la publicación por entregas en Twitter. Esta pausa me permite leer y releer, y reflexionar sobre lo leído. He sido un ávido lector toda la vida, y esto a veces ha significado devorar libros, más

que disfrutarlos. Ahora puedo disfrutar de algo que requiere tiempo, y es el precioso uso del lenguaje que tiene Cervantes, la construcción de sus frases, tan complejas para el baremo de los tiempos pero al mismo tiempo precisas y exactas. Esta habilidad retórica me parece fascinante. También hace falta tiempo para paladear los distintos lenguajes que usa, el arcaísmo de Don Quijote y el lenguaje llano de los otros personajes.

Estoy de acuerdo en lo que se refiere a la desacralización. *El Quijote* suele verse desde lejos como si estuviera sobre una peana de reverencia cultural, pero a la medida que uno se acerca se le ve el acné, las irregularidades, y acaba uno pensando que la creación de la novela fue más azarosa que la propia vida de Don Quijote.

La respuesta de Buendía, unida al recorrido que llevamos a cabo por los distintos proyectos que unen a Quijote y a Twitter, nos llevó a reflexionar sobre la cuestión de los clásicos y las redes sociales. Este es un aspecto que quizás sea rechazado en muchos ámbitos “apocalípticos”, como los llamó en su archiconocido estudio Umberto Eco, pero no hay duda de que es una realidad actual e inmediata, como la propia red social que le sirve de soporte. La aparición de iniciativas, de proyectos, de investigaciones que se centran en la literatura presentada a través de los nuevos medios de información y comunicación nos dan algunas pistas de esta nueva forma de crear y compartir cultura, aunque aún queda mucho que decir y, sobre todo, mucho que definir y delimitar. De lo que no hay duda es de que las redes sociales son un medio ideal para compartir y divulgar la cultura como no se había hecho nunca antes, ya sea a través de creaciones nuevas hechas *ex profeso* para la red o con la publicación de los clásicos en un nuevo formato mucho más rápido y dinámico, aunque tremendamente efímero.

Bibliografía

- ABC (2014, 19 de septiembre). “El Quijote salta a Twitter: 17000 tweets para conocer al hidalgo de la Mancha”. ABC. <http://www.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=1667881> (13-02-2015).
- Aciman, Alexander y Resin, Emmet (2009). *Twitterature: The World's Greatest Books in Twenty Tweets or Less*. New York: Penguin.
- Balbuena, Francisco (2010). *No hay perro que viva tanto*. Madrid: Edaf.
- Buendía, Diego (2014, 13 de septiembre). “¿Tuitear el Quijote?”. *Libertad Digital*: <http://www.libertaddigital.com/cultura/libros/2014-09-13/tuitear-el-quijote-1276527921/> (12-02-2015)

- Escandell Montiel, Daniel (2014). "Tuitertura: la frontera de la microliteratura en la esfera digital". *Iberic@l Revue d'études ibériques et ibéro-américaines*, Vol. 5, págs. 37-48
- Hacce Producciones (2009). "Twitjote, publicando el Twitter el Quijote". *Hacce Blog*. <<http://blog.hacce.com/2009/12/11/twijote-publicando-en-twitter-el-quijote/>> (19-02-2015).
- Llosa Sanz, Álvaro (2014). "De cómo Ramón Gómez de la Serna se convirtió en un fan de Twitter: un ejemplo de textualidad digital". *Humanidades Digitales: desafíos, logros y perspectivas de futuro*, A Coruña, SIELAE. E-book.
- Mendelson, Brandon (2008). "How to star a Twitter Novel". *Twitpic*. <<http://www.twitpic.com/how-to-start-a-twitter-novel/>> (07-10-2014).
- Mora, Rosa (2010, 14 de enero). "Una gallina 'asesina' se pasea por Twitter". *El País*. <http://elpais.com/diario/2010/01/14/tendencias/1263423601_850215.html> (14-10-2014).
- Raguseo, Carla (2010). "Twitter Fiction: Social Networking and Microfiction in 140 Characters". *TESL-EJ. The electronic journal for English as a second language* Núm. 4, Vol. 14. Revista electrónica.
- Ritchel, Matt (2008, 29 de agosto). "Introducing the twiller". *The New York Times*. <<http://bits.blogs.nytimes.com/2008/08/29/introducing-the-twiller/comment-page-3/#respond>> (07-10-2014).
- Tejero, Sergio (2014). "Desmontando @ElQuijoTweet". *Sergio profe de lengua*. <<http://sergioprofedelengua.blogspot.com.es/2014/04/desmontando-elquijotweet.html>> (19-02-2014).
- Torres, Concepción (2015). "Novelas en Twitter: el fenómeno de la narrativa en 140 caracteres". *Espéculo*, núm. 54: pp. 208–220.

Este mismo artículo en la web

<http://revistacaracteres.net/revista/vol4n1mayo2015/enunlugardetwitter/>