Tercer Congreso de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales. La Cultura de los Datos. Asociación Argentina de Humanidades Digitales, Rosario, 2018.

Ciberliteratura. ¿Moda o cambio de paradigma en la lectura y la creación literaria?.

Colella, Valeria.

Cita:

Colella, Valeria (2018). *Ciberliteratura. ¿Moda o cambio de paradigma en la lectura y la creación literaria?. Tercer Congreso de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales. La Cultura de los Datos. Asociación Argentina de Humanidades Digitales, Rosario.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/aahd2018/17

ARK: https://n2t.net/ark:/13683/eDOo/nmC

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

Ciberliteratura. ¿Moda o cambio de paradigma en la lectura y la creación literaria?

Valeria Colella[1]

Resumen

A pesar de que vivimos sin duda en una época eminentemente visual, no dejamos de vivir también un momento textual particular, en el que la comunicación habitual se hace a través de los mensajes instantáneos, chats, Messenger, Whatsapp y herramientas similares. Las tablets, los smartphones, las plataformas de publicación colectiva y las redes sociales han resultado ser los espacios en los que se sienten más cómodas las nuevas generaciones. Por tanto, tiene lógica que la creatividad literaria tenga lugar a través de estos soportes. En los últimos tiempos se han desarrollado iniciativas que buscan construir historias que se construyan pensando en estos aparatos y sus particularidades: historias interactivas adaptadas a los *smartphones*, experimentos lúdicos, tendencias creativas que tienen muy presentes los hábitos actuales y los móviles como punto de encuentro, que usan una textualidad propia: introducción a la lectura *millennial*, tendencias de consumo cultural, lector multi y transmedia, narrativas hipermedias e hipertextuales, hiperficción constructiva y explorativa, lectura masiva, plataformas de publicación digital, *e-singles*, microficción digital, ficción interactiva, *fanfiction*, realidad aumentada y otros recursos multimedia, chat *stories*, *booktrailers* y *booktubers*, ciberpoesía, ciberdrama como reinvención del arte narrativo para el entorno digital, escritura colaborativa, nuevos niveles de participación del lector, historias

[1] Universidad Nacional de Córdoba. info@valeriamcolella.com

por entrega, autopublicación, *big data*, inteligencia artificial y chatbots en la creación literaria. Sólo queda por determinar cuáles de estas nuevas formas de lectura serán una moda pasajera y cuáles representan un verdadero cambio de paradigma tanto en la creación literaria como en la forma en que consumimos literatura, y al respecto determinar también qué estrategias usar para rediseñar la experiencia de lectura.

Introducción

La lectura y la escritura han experimentado numerosas transformaciones a lo largo de la historia, cambios que han surgido o se han trasladado al ecosistema tradicional del libro. Desde Gutenberg que la escritura y la lectura no sufrían un cambio tan disruptivo como el originado por la aparición de las nuevas tecnologías. Este trabajo está estructurado para dar un rápido recorrido por las nuevas narrativas que han surgido del uso de las tecnologías digitales. No obstante, no podríamos iniciar este recorrido sin previamente concentrar nuestra atención en los productores y los destinatarios de este tipo de textos. ¿Cómo podrían haber surgido relatos tan diferentes de los modelos tradicionales si, previa o contemporáneamente, no hubiera un lector preparado para asimilarlos? Luego de hablar de este nuevo lector, haremos una descripción de las distintas narrativas digitales, sus características, sus formas de expresarse y sus repercusiones en la dinámica del circuito editorial. Para finalizar, mencionaremos algunos de los aspectos a tener en cuenta al corregir y editar estas nuevas narrativas, y qué nuevos participantes intervienen en su producción y difusión.

Independientemente de la calidad intelectual y literaria que pueda endilgarse a cada tipología de narrativa digital, al final podrán concluir que la ciberliteratura llegó para quedarse; que hay otra forma de leer y otra forma de escribir. Las nuevas prácticas de lectura están transformando la forma en la que asimilamos la información y, en consecuencia, el lector actual, condicionado por prácticas como los *feeds* y el *scrolling*, puede leer a gran velocidad utilizando una técnica de escaneo que le resulta prácticamente natural.

No obstante, el prejuicio de superficialidad que se le otorga a la lectura digital, en contraposición al carácter reflexivo de la lectura impresa, lo real es que la lectura analógica ha acostumbrado a nuestro cerebro a pautas creadas y mantenidas durante cinco siglos de imprenta, pautas que apenas sufrieron cambios significativos (libros de bolsillo, edición a color).

El origen cultural de la alfabetización, opuesto al biológico de la comunicación, da muestra de que los humanos no tenemos una programación genética para desarrollar tales circuitos. Es por eso que autores como Lorenzo Soccavo han acuñado el término *ciberlector*, un término que propone un nuevo paso en la evolución humana: del *homo sapiens* al lector aumentado, un lector que percibe como innatas cuatro características al momento de asimilar la información: brevedad, inmediatez, movilidad y conectividad.

La industria editorial digital es una realidad emergente que se expresa en innovadoras formas de percibir una literatura que trasciende la obra literaria en sí, y se manifiesta a través de diversos recorridos facilitados por la tecnología (dispositivos móviles, cascos de realidad virtual, gafas de realidad aumentada, aplicaciones de mensajes o de geolocalización, etc.).

Las nuevas tecnologías también han transformado el comportamiento y la interacción entre los distintos eslabones de la cadena de valor del libro. El lector, que otrora ocupaba un papel pasivo de mero receptor, sin más intervención que las opiniones que ocasionalmente formulaba a la editorial o al autor en las presentaciones de libros o mediante los buzones de sugerencias, hoy pretende aportar al proceso de escritura, sentirse parte de él, participar y percibir respuestas.

Algunas editoriales han tomado nota de las necesidades de este nuevo lector y han buscado formas de responder a esa inquietud. *Crave*, una aplicación de Simon & Schuster[2] para su línea de novela romántica, permite que sus suscriptores reciban cada día un pasaje de la obra deseada junto con videos y fotos de los personajes principales, favorece la interacción entre los personajes y los lectores, y complementa los perfiles de los protagonistas con anécdotas e información extra.

El autor no finaliza su trabajo cuando la obra sale al mercado, como ocurría en la etapa predigital, sino que su labor continúa y suele participar de la promoción de una manera activa pero sutil. A título de ejemplo, Joyce Carol Oates, J. K. Rowling y George R. R. Martin dan pistas de sus obras a través de Twitter, información que no se consigue de otra manera y que sirve para esclarecer algunos de sus desarrollos. Para otros autores, la elección entre impreso y digital ha pasado por ampliar las posibilidades de la propia

[2] Más información en: http://about.simonandschuster.biz/news/tag/crave/

diégesis. Iain Pears lanzó su obra *Arcadia* primero en digital y luego en papel, pero esta última no es tan completa como la versión digital: el libro impreso tiene 180.000 palabras, mientras que en el digital hay 250.000. Para comprender completamente esta obra es imprescindible el uso de una aplicación, pues la obra está concebida para un recorrido digital, ya que presenta diez relatos diferentes correspondientes a otros tantos personajes, y de acuerdo con las elecciones del lector, la historia evoluciona de diferente manera. Esta iniciativa, y muchas otras similares, responden al Digital First, teoría de la comunicación que prioriza el lanzamiento de la versión digital primero, con todas sus prestaciones asociadas, y la posibilidad de la publicación impresa como un producto derivado y secundario, incluso bajo demanda. La distancia existente entre los dos polos del circuito editorial –el autor y el lector– parece reducirse cada vez más, y ello ha modificado también el proceso creativo, en tanto que, a través de las redes sociales,http://about.simonandschuster.biz/news/tag/crave/ el autor puede llegar a conocer de antemano las inquietudes o aspiraciones de su lector y adaptarse a ellas.

Narrativas digitales. ¿moda pasajera o cambio de paradigma?

A lo largo de la corta e intensa historia digital, el sector cultural ha sido transformado radicalmente por cuatro iniciativas: en la música, la irrupción del modelo iTunes de descarga por canción y de suscripción digital a contenido previo de Spotify; en el sector audiovisual, primero YouTube y después Netflix.

Era razonable esperar que, aun con una feroz resistencia, el sector editorial también se viera afectado. Así surgieron nuevas narrativas que tienen su origen y su final en el uso de las nuevas tecnologías, especialmente los dispositivos móviles.

Sin embargo, parece complicado establecer categorías, ya que la literatura electrónica abarca diversos tipos de narrativas y formas de expresarla aún más diferentes: obras que se entregan segmentadas, teatro interactivo, cuentos que mutan a videojuegos, poesía animada, historias breves, ficciones que se escriben como mensajes de texto se expanden con realidad aumentada o utilizan otros recursos tecnológicos. Hay contenido que no depende de una aplicación determinada (por ejemplo, los dispositivos Kobo, Aldiko, Bluefire) y otros que solo pueden leerse en un único dispositivo (Kindle) o requieren una aplicación, como ocurre con los libros infantiles. Incluso hay

narrativas que son propiamente una aplicación, como *El hombre volcán* (Premio de Libro Digital 2012), *In my dream* (Premio Feria del Libro de Bolonia 2013) o *Love the App* (Premio Feria del Libro de Bolonia, 2014).

Al principio de esta transformación hacia los llamados libros enriquecidos, las críticas iban dirigidas a que la textualidad se perdía en favor de efectos visuales que poco aportaban a la narración; más bien al contrario, solo causaban distracciones y recursos efectistas. Tras esos primeros tiempos de experimentación y desmesura por demostrar las posibilidades del nuevo formato, la tendencia se ha dirigido a la moderación, aprovechando las posibilidades de la edición digital sin sobrecargar la historia. Un caso paradigmático es *Device6*, un juego que narra las aventuras de su protagonista usando texto, imágenes y sonidos para guiar al lector a través de un conjunto de acertijos. A pesar de toda la interactividad y llamadas a la acción incluidas para descifrar algunas partes del desarrollo narrativo, todo se centra en el texto. Pasada la etapa de experimentación, hoy es posible acordar que, en esencia, se considera literatura digital aquella creada usando la textualidad electrónica y que no se podría traducir al papel. Es decir, para que una obra se considere digital debe reunir, en un mismo espacio, lenguajes y formas expresivas diversas: lo textual, lo visual y lo interactivo. Los dos pilares de la literatura electrónica son el hipertexto (organización no secuencial) y el hipermedia (convergencia de medios).

Narrativa hipertextual e hipermedia

La narrativa hipertextual está constituida por un conjunto de textos interconectados entre sí por medio de enlaces, y comprende tanto la hiperficción explorativa (donde el lector elige el modo en que se adentra al texto sin modificarlo) como la hiperficción constructiva (esencialmente basada en la escritura colaborativa). Estas narrativas no responden a las expectativas de una estructura coherente y un final preciso. El hipertexto ofrece un recorrido narrativo vagabundo y sin salida que se realiza por placer. Si además se incluyen elementos multimedia (imagen, imagen en movimiento, sonido, video o animaciones), se trata ahora de narrativas hipermedia, si bien para algunos no se trata de un género narrativo como tal, sino una expresión del cauce narrativo. No debemos confundir la narrativa hipermedia (en la que convergen textos y recursos multimedia) con términos como narrativa multiplataforma, transmedia o *crossmedia*.

La narrativa multiplataforma relata la misma historia en diferentes soportes (por ejemplo, *El Señor de los Anillos* o *Harry Potter*, cuyas películas cuentan las historias creadas por J. R. R. Tolkien y J. K. Rowling con los recursos propios del cine). En la narrativa transmedia, los relatos ficcionales se extienden a otros formatos, pero mantienen sentido por sí solos y no es necesario seguirlos en todos los medios (como *StarWars* y series de anime como *Dragon Ball*). La narrativa *crossmedia* amplía la historia a otras dimensiones, pero es necesario experimentar el conjunto para entenderlos (como *Assassin's Creed*, un videojuego que ha generado un universo de contenidos a su alrededor que incluye libros, cómics, aplicaciones para dispositivos móviles y una película).

A diferencia de lo *hipermedia*, que es un recurso narrativo, lo *multiplataforma*, lo transmedia y lo *crossmedia* solo implican, al decir de Henry Jenkins, el flujo de contenido a través de múltiples plataformas fruto de esta nueva era de convergencia de medios.

Lo digital es interactivo

Para estas nuevas formas de contar una historia, la interactividad es un factor clave, pero hay muchas maneras de incluir interacciones en una narrativa digital, y ello dependerá del formato de publicación elegido. No obstante, básicamente, una narrativa digital puede compartirse y anotarse, interactuar con el traductor, un diccionario especializado o Wikipedia; nos permite buscar palabras o frases clave y sincronizar la lectura y sus anotaciones desde distintos dispositivos. Un nuevo avance presenta narrativas conectadas con plataformas multimedia como *podcasts*, novelas con listas de reproducción de iTunes o Spotify, con enlaces a *booktrailers* en YouTube o *Vimeo*, e incluso a perfiles sociales de los personajes. En el nivel extremo de interacción del lector se constituye *Blackbar*, una aplicación de ficción interactiva donde quien lee lucha contra la censura rellenando el texto tachado de una serie de cartas mecanografiadas. A medida que descifra su contenido descubre cuándo y por qué sucedieron los hechos que dan pie a la historia, o *Blindscape*, que podría definirse como un audiolibro interactivo donde el oyente (lector) tiene que escuchar atentamente para poder escapar de una habitación en la que está encerrado. Esta idea la podemos encontrar también en *Wonderland: A Solvitur Ambulando Mistery*, un audiodrama de

misterio cuya lectura se debe desarrollar en la calle y requiere de interacción con el GPS y un acelerómetro del móvil.

Nuevas realidades

El uso de realidad aumentada, realidad virtual y realidad mixta ha supuesto otro importante paso. Mientras que la realidad aumentada complementa el entorno real con objetos digitales, la realidad virtual simula una experiencia sensorial completa dentro de un ambiente artificial, y la realidad mixta une ambas experiencias y permite interactuar con objetos reales dentro de un mundo virtual, estar inmerso en un mundo completamente virtual o reproducir elementos virtuales en un entorno real. Entre todas las innovaciones relacionadas con estas nuevas realidades aplicadas a la narrativa literaria se destaca *Léeme VR*, un proyecto español que crea experiencias inmersivas dentro de los libros, permitiendo al lector literalmente entrar en los libros y experimentar su trama en primera persona, como si se convirtiera en uno más de los personajes.

Lo breve y digital

Las *chat stories* son historias cortas que imitan una conversación real, una sucesión de mensajes de texto que da pie a todo tipo de géneros. Se leen en el móvil, en menos de quince minutos, e imitan el formato del *texting*: estilo de conversación, frases cortas y *emojis*. En Argentina, este tipo de narración se hizo popular gracias a Mauro Croche, un escritor nacido en Zárate que viralizó en las redes un chat de Whatsapp protagonizado por dos amigas. Pero no se trataba de una charla real, sino de un recurso publicitario para uno de los *666 cuentos del terror* que el autor ha escrito con este mismo tipo de narrativa. Hay muchas aplicaciones que exclusivamente contienen *chat stories* a manera de biblioteca. Las más conocidas son *Hooked*, *Leemur*, *Amazon Rapids*, *Book Messenger* y *Tap* de Wattpad.

Este tipo de narrativa pretende seguir evolucionando e incluir audio, al igual que las aplicaciones de mensajería, para dar aún más sensación de realismo. También es posible que el lector interactúe y pueda tomar parte de la historia. En *Proyecto Lost Bot*, que se activa al entrar al *Messenger* de *Facebook*, el lector, a partir de la lectura, debe tomar una serie de decisiones y elegir entre las dos opciones que se le ofrecen en cada caso y recorrer di-

ferentes escenas narrativas. El relato incluye además música y video. Otras narrativas que brindan una experiencia idéntica a los chats y un nivel de personalización mayor son *Seen*, *Adela* o *Sara is Missing*. Los *e-singles* son historias completas que se escriben rápidamente, para una publicación rápida y una lectura igualmente rápida. Su extensión depende de la aplicación que se use para publicarla.

Shorti es una plataforma social que permite imaginar, crear y compartir historias cortas y poemas de hasta 1500 palabras, seguir a tus escritores favoritos, recibir notificaciones cada vez que publiquen una nueva historia y compartir esas historias en Facebook y Twitter.

Amazon tiene su propia aplicación, *Kindle Singles*, desde 2011, con historias de entre 10.000 y 30.000 palabras para leer en menos de dos horas. Es un género que se ubica a mitad de camino entre una microficción y una novela tradicional.

Las microficciones digitales son formas breves de enunciación que expresan una idea con pocas palabras, obligando al lector, más que cualquier otro género, a imaginar. En la era digital, las microficciones pueden comprender textos literarios en Twitter o microficciones que tienen como soporte recursos multimedia.

Lo visual y auditivo

Otra de las narrativas que más auge ha cobrado en la era digital son los cómics o novelas gráficas. Los artistas y las editoriales artísticas pueden editar y publicar sus obras sin necesidad de afrontar los elevados costos de la impresión en papel y a color. Además, se pueden aprovechar recursos multimedia sin necesidad de programación, incluir interactividad y publicar por entregas.

Storyboard es una plataforma que permite maquetar un conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de un proyecto audiovisual. El *storyboard* es el modo de previsualización que constituye el modo habitual de preproducción en la industria fílmica.

La ciberpoesía es una narrativa bastante heterogénea, con mucha interacción visual. Comprende la poesía hipertextual, la poesía en movimiento y la holopoesía o poesía tridimensional (esta última que ya se encuentra fuera del libro digital y que comprende la poesía virtual sobre medios holográficos

o con textos tridimensionales). El debate sobre si un *tuit* o un meme pueden ser considerados poesía aún está vigente, existe poesía hecha por inteligencia artificial e incluso un poema hecho con textos del correo basura de una casilla de mail.

Los ciberdramas están vinculados con los videojuegos, realidades virtuales donde el usuario debe adoptar una personalidad desde un avatar e interactuar con otros dentro de un entorno virtual. Se trata de la reinvención de la literatura para el entorno digital mediante videojuegos narrativos y juegos de rol que permiten la inmersión y transportación del lector y su intervención en la creación y modificación del contenido narrativo. La narrativa avanza de la mano del lector usuario, que es el responsable de lo que sucede al protagonista.

Hay muchos ejemplos de lo borroso que es el límite entre literatura tradicional y videojuegos. *Memoranda* es un videojuego creado bajo la influencia de Haruki Murakami y, como sus obras, mezcla el surrealismo con situaciones cotidianas, todo envuelto en un halo de misterio. En el mismo sentido, *El Señor de los Anillos* cuenta con sus propias versiones lúdicas; *Devil May Cry* y *Dante's Inferno* homenajean la obra de Dante; Lovecraft ha inspirado títulos como *Bloodborne* o *The Last Door*.

Muchos son los escritores que participan en el desarrollo de videojuegos basados en sus novelas: *The Witcher*, de Andrzej Sapkowski; *Mundodisco*, de Terry Pratchett; *I Have No Mouth And I Must Scream*, de Harlan Ellison, y *Metro*, de Dmitri Glujovski. También hay escritores, como el ruso Sergey Malitsky, que son contratados para redactar los guiones de videojuegos como *Ash of Gods*.

La irrupción de los sistemas basados en interacción por voz, tales como *Google Home*, *Amazon Echo* y los asistentes virtuales como *Siri*, *Alexa* o *Google Now*, marcan el camino hacia un futuro *manos libres* a partir del cual los usuarios realizarán casi cualquier acción sobre un dispositivo digital sin utilizar las manos.

Siguiendo esta línea, los audiolibros son un recurso de comunicación muy útil cuando la lectura directa no es posible (personas ocupadas, con falta de tiempo para leer, con dificultades en la visión o incapacitadas para entender signos, que no están alfabetizadas, que pasan mucho tiempo viajando o que no tienen hábito de lectura; también pueden usarse para aumentar la capacidad de atención y la concentración o como ejercitación para los estudiantes de idiomas). La voz puede ser generada por computadoras (*plugins* TTS) o por locutores o narradores profesionales que interpretan y dramatizan los textos.

Este es uno de los formatos que más ha crecido. *Audible*, la aplicación de Amazon para audiolibros tiene más de 180.000 títulos disponibles, entre libros y *podcasts*, más de 100 millones de descargas y cerca de 600.000 suscriptores. *Storytel*, la versión europea, cuenta con cerca de 60.000 audiolibros en varios idiomas, un millón de descargas y más de 500.000 usuarios. El servicio en *streaming* de *Storytel* permite a sus usuarios escuchar/leer de forma ilimitada todo tipo de audiolibros a través de una aplicación móvil.

Los videos también han encontrado su lugar en las narrativas digitales. Se utilizan para acompañar algunas escenas o directamente para promocionar un libro. Los *booktrailers* emplean técnicas similares a las de los *trailers* de películas, con el objetivo de promocionar libros y animar a los lectores. Se distribuyen en línea en los formatos más comunes de video digital y pueden incluir escenas del libro, resúmenes completos, videos en flash, animaciones o simplemente fotografías en secuencia, que son acompañadas por música y los extractos más atractivos de la historia.

Draw My Life es un tipo de narrativa en video que cuenta una historia mediante dibujos de figuras clave e ilustraciones en una pizarra grabadas en movimiento rápido. Se originó en 2013 de la mano de algunos *youtubers* que contaban la historia de su vida a través de figuras, utilizando lápiz y papel, pizarras blancas o programas como el *Paint*. Estas narrativas se han vuelto muy populares entre las nuevas generaciones porque explican de forma amena y gráfica cualquier historia. Hoy hay más de 850.000 resultados en la búsqueda para "*Draw My Life*" en *YouTube*, y, con la consigna de ser "la historia que puedes crear en imágenes", está disponible en Amazon el libro con indicaciones para ilustrar y anotar tus mejores momentos para contar tu historia.

Las publicaciones por capítulos

La modalidad de publicación por entregas consiste en dividir la obra literaria (ficción) o informativa (no ficción) en capítulos o módulos que se van publicando en sucesivas entregas. Esta modalidad, unida al carácter social de plataformas como *Wattpad*, permite evaluar el interés del público y medir la implicación de los personajes, las situaciones que generan mayor afinidad, etcétera.

Wattpad es una comunidad que reúne a escritores de libros por entrega con sus lectores. Autores principiantes de todas las edades dan a conocer sus historias e ideas literarias al mundo y pueden agregar imágenes, *gifs*, animaciones,

videos e incluso historias gráficas. La plataforma se organiza por géneros y funciona de manera muy similar a las redes sociales, con segmentaciones por situación geográfica y características de usuario, publicidades por etiquetas, recomendaciones, listas de lecturas, votos e historias más compartidas, notificaciones de actualizaciones y concursos.

Muchas editoriales encontraron en *Wattpad* autores noveles e historias inéditas con muchos seguidores y editaron sus libros. Quizá los casos más conocidos sean Anna Todd (la escritora de la saga *After*); Blair Holden (*Bad Boys and Girls*), Estelle Maskame (*Love You*) y Christina Chiperin (escritora de la saga *My dilema is you*). También tenemos ejemplos de literatura en español: Lady Reynolds (*El chico de la ventana del baño*) y la argentina Mercedes Ron (autora de la saga *Culpables*).

En cifras, Wattpad tiene más de 40 millones de usuarios activos, 13 mil millones de minutos pasados en la plataforma por mes, 150 millones de historias originales subidas a Wattpad, y el 90 % de toda su actividad se lleva a cabo en dispositivos móviles. Además de *Wattpad*, existen otras plataformas de características muy similares, como *Scribd* y *Sweek*, y para el subgénero *fandom*, *fanfic* o *fanfiction*, los sitios *Fanfic.es* y *Fanfiction.net*. El término *fanfiction* (literalmente, "ficción de fans") hace referencia a relatos de ficción escritos por fanáticos de una obra literaria o dramática (ya sean libros, películas, novelas, programas de televisión, videojuegos o animes). En estos relatos se utilizan los personajes, situaciones y ambientes descritos en una historia original y se desarrollan en nuevos contextos.

La idea de retomar el universo creativo de una obra ajena (personajes, universo ficcional, tramas principales) y desarrollarlas más allá del original es algo tan antiguo como la propia literatura (la *Eneida* de Virgilio o las revisiones del mito de Edipo por parte de Eurípides, Sófocles y Esquilo). Independientemente de las cuestiones legales relativas a *copyright*, propiedad intelectual y derechos de autor, se trata de una narrativa que se decanta como la favorita para la iniciación a la escritura. Además, su utilización como herramienta de marketing ha causado un cambio radical en la producción y el consumo de contenidos. *Brand storytelling* son historias patrocinadas por marcas que contratan escritores para abrir mercados y publicitar obras y artistas (*One Direction*, *Coca Cola*, *Cadbury* y *AT&T* y los productores de la película *Bajo la misma estrella*).

Litnet también es una aplicación de origen ruso destinada a la publicación de novelas por entregas, pero permite que los escritores obtengan ingresos por medio de su plataforma en un sistema novedoso de micropagos. *Litnet* tiene una lista de géneros literarios para facilitarle la búsqueda a sus usuarios y autores: fantasía, mística, misterio, paranormal, novela romántica, ciencia ficción, entre otros.

Esta comunidad ha incorporado los concursos en colaboración con editoriales para motivar a sus escritores. Existen diferentes concursos que son acompañados por una especie de reto de escritura en donde se asignan cantidad de palabras y tema, dependiendo de las exigencias de la editorial que convoque el concurso por medio de *Litnet*.

La autopublicación

Un capítulo aparte merece el crecimiento de la autopublicación. La tecnología digital ha supuesto una oportunidad para que todos los escritores puedan publicar digitalmente sus obras. Sin costos de impresión y distribución, los beneficios de la venta llegan directamente a manos del autor con una inmediatez que no puede esperarse en una publicación impresa. Además, el alcance global de internet permite que el número de potenciales lectores sea muchísimo mayor y da oportunidades a los libros de nicho.

Al igual que lo que sucede con *Wattpad*, los autores autopublicados que logran cierto éxito son buscados por editoriales para publicar sus libros impresos, y hace pocas semanas se desató una polémica en Francia porque el prestigioso Premio Renaudot, otorgado desde 1926 por periodistas y críticos literarios, eligió una novela digital autoeditada como candidata al premio (*Bande de Français*, de Marco Koskas).

Si bien la *escritura colaborativa* es más antigua que los avances tecnológicos y digitales, en la era de la globalización este fenómeno alcanza proporciones exponenciales. El más claro ejemplo de este cadáver exquisito literario lo constituye, sin dudas, Wikipedia y otras plataformas como *BoomWriter* o *Proyecto Wiki*. La otrora noción de coautoría contempla desde sagas literarias de autores diferentes hasta aplicaciones como *AdrénaLivre*, un *startup* francés que produce libros interactivos en formato app en los que los lectores influyen en el desarrollo de la narración y en su resolución final.

Lo que parece de ciencia ficción

Big data e inteligencia artificial representan palabras técnicas relativamente nuevas en el léxico convencional. Sin embargo, sus aplicaciones llevan mucho tiempo impulsando y transformando no solo cómo leemos, sino también cómo accedemos, interpretamos y procesamos datos en general. En el sector audiovisual, Netflix, por ejemplo, utiliza la información obtenida de sus suscriptores para garantizar el éxito de sus series. Las películas de la franquicia de Marvel también usan *big data* para detectar qué personajes y relaciones maximizan el interés de sus seguidores, así como para generar ideas sobre tramas y arquetipos para sus personajes.

Los lectores electrónicos y las tabletas, como el Kindle, el Nook o el iPad, recopilan datos a través de sus aplicaciones: miden el tiempo promedio de lectura de un libro, el horario en el que los lectores prefieren leer y cómo interactúan con libros de ciertos géneros. Este tipo de datos permite a los editores conocer y comprender mejor el comportamiento de los lectores, promueve la publicación de libros que atraen a más lectores e incluso identifica y sugiere recomendaciones personalizadas de libros que reflejan lo que quiere y lo que espera un lector.

La última y más controvertida tendencia señala la conjunción de *inteligencia artificial* y narrativa literaria. Originariamente, la industria creativa le dio la bienvenida a este tipo de *software* en los servicios de recomendaciones, *chatbots* de atención al cliente y en los juegos en línea. Desde entonces, se han sucedido grandes avances en programas informáticos que pueden generar noticias y artículos muy bien escritos. Estos programas generan y crean contenido de una manera tan cercana al lenguaje natural humano que es cada vez más difícil distinguir entre la prosa generada artificialmente y la escrita por seres humanos. Incluso la inteligencia artificial ha resultado finalista en un concurso literario. La novela *Konpyuta ga shosetsu wo kaku hi* (*"El día en que una computadora escribe una novela"*) superó un proceso de selección entre 1450 participantes y los jueces del *Nikkei Hoshi Shinichi Literary Award* no se dieron cuenta. Fue redactada por inteligencia artificial con base en una serie de parámetros definidos por sus programadores, y esta no fue la única obra coescrita por una máquina que participó en el concurso. 11 de las 1450 novelas participantes estaban redactadas por inteligencia artificial. Y el debate en torno al uso de inteligencia artificial en la literatura ni siquiera ha comenzado.

Lo expuesto en este apartado parece apuntar a un cambio en el hábito de lectura de las nuevas generaciones, más acostumbradas a consumir grandes cantidades de contenido visual a gran velocidad, por lo que es de esperar que las narrativas digitales no constituyan solo una moda pasajera.

Modas y tendencias

Sí han surgido nuevas prácticas relacionadas con la literatura digital, que no son formas narrativas, pero evidencian cómo la lectura dejó de ser un viaje personal e introspectivo para convertirse en un viaje social. *Bookstagram* es un fenómeno que tiene al libro como protagonista en *Instagram* y que puede servir a las editoriales tanto como inspiración como por estrategia para captar *influenciadores* (*bookstagramers*). Los *booktubers* también se han convertido en fuertes líderes de opinión en el mundo editorial, principalmente para el público adolescente, por su estilo de comunicación coloquial y cercano. Ellos cuentan, opinan y analizan sus lecturas con desenfado, motivo por el cual son seguidos por cientos de miles de suscriptores de su misma edad. *Insta Novels* es una reinvención de *Instagram Stories* para proporcionar una nueva plataforma para contar historias. El proyecto fue lanzado en la cuenta de *Instagram* de la Biblioteca Pública de Nueva York, con la primera parte de una versión recién digitalizada de *Alicia en el País de las Maravillas*. Al acceder a las historias se puede ver una presentación animada, un índice y una lista de páginas disponibles para su lectura.

Conclusiones

La lectura y la escritura han experimentado numerosas transformaciones a lo largo de la historia, cambios que han surgido o se han trasladado al ecosistema tradicional del libro, pero ninguno tan profundo como el acarreado por las nuevas tecnologías de la información. Estas nuevas prácticas, condicionadas por la forma en la que asimilamos la información, convierten al lector actual en un lector aumentado, que puede leer a gran velocidad utilizando una técnica de escaneo que le resulta prácticamente natural.

Este nuevo lector está ávido por participar del proceso creativo del libro y prefiere narrativas que cumplan las características de brevedad, inmediatez, movilidad y conectividad. De acuerdo con Cassany (2002), “No existe un prototipo de lector, sino una infinidad de individualidades con un grado

diferente de conocimiento previo, que se acercan al hipertexto con intereses y propósitos diversos" (p. 5). Por este motivo, resulta complicado establecer categorías en cuanto a la literatura electrónica, porque esta abarca diversos tipos de narrativas y formas de expresarla aún más diferentes: obras que se entregan segmentadas, teatro interactivo, cuentos que mutan a videojuegos, poesía animada, historias breves, ficciones que se escriben como mensajes de texto, se expanden con realidad aumentada o utilizan otros recursos multimedia.

Referencias bibliográficas

Bekhta, N. (2018). Reading Experimental Literature: Unreadability, Discomfort and Reading Strategies. En H. Pyrhönen y J. Kantola (Eds.), *Reading Today*, London: UCL Press. doi.org/10.14324/111.9781787351950.

Colella, V. (2015). *Presente y futuro de la industria editorial. Publicaciones digitales* (Trabajo de fin de Posgrado en Gestión de Emprendimientos Creativos), Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba.

Cordón, J. A. (2016). La lectura en el entorno digital: nuevas materialidades y prácticas discursivas. *Revista Chilena de Literatura*, *94*, 15-38.

Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, *crossmedia* y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). *Revista ICONO14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, *10*(2), 102-125. doi.org/10.7195/ri14.v10i2.156.

Cruces, F. (2017). Maneras de leer: una introducción. En F. Cruces (Dir.), ¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, *booktubers y prosumidores*. Madrid: Ariel.

Gamba Bar, A. (2002). Hipertexto y pensamiento: una búsqueda de nuevas herramientas de interlocución. [Entrada blog]. Recuperado de https://bit.ly/2vNg9Py el 08/05/2019.

Gómez Díaz, R., García Rodríguez, A., Cordón García, J. A. y Alonso Arévalo, J. (2016). *Leyendo entre pantallas*. Gijón: Trea.

Moreno Sánchez, I. (2012). Narrativa hipermedia y transmedia En V. Perales Blanco (Coord.), *Creatividad y discursos hipermedia* (pp. 21-40). Murcia: Editum.

Rodríguez Ruiz, J. A. (2006). *El relato digital. Hacia un nuevo arte narrativo*. Bogotá: Libros de Arena.