

Universidad Del Valle de Guatemala

Facultad de Ciencias y Humanidades



La muerte del lector:

Un estudio sobre el texto, la lectura y la reproducción en la era de la  
hiperinformación

Trabajo de graduación en modalidad de ensayo presentado por

Esteban Israel Arredondo Arriola

para optar al grado académico de Licenciado en Comunicación y Letras

Guatemala

2015







## **La muerte del lector:**

Un estudio sobre el texto, la lectura y la reproducción en la era de la  
hiperinformación



Universidad Del Valle de Guatemala

Facultad de Ciencias y Humanidades



La muerte del lector:

Un estudio sobre el texto, la lectura y la reproducción en la era de la  
hiperinformación

Trabajo de graduación en modalidad de ensayo presentado por

Esteban Israel Arredondo Arriola

para optar al grado académico de Licenciado en Comunicación y Letras

Guatemala

2015



Vo.Bo.:

(f) Ronald Flores

M.A. Ronald Flores

Tribunal Examinador:

(f) Ronald Flores

M.A. Ronald Flores

(f) Montenegro

Dr. Cesar Montenegro

(f) M.A. Luna Mishaan

M.A. Luna Mishaan

Fecha de aprobación: Guatemala 04 de diciembre de 2015



# ÍNDICE

Lista de ilustraciones .....	xi
Lista de tablas.....	xiii
Resumen .....	xv
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. La muerte del lector.....	5
A. El texto en la era de la hiperinformación .....	5
1. Rastros históricos de la hipertextualidad .....	8
a. Concretismo y situacionalismo.....	8
b. La muerte del autor.....	11
B. Desafíos para el nuevo lector .....	12
1. Ilegibilidad.....	12
a. Bibliotecas virtuales.....	13
b. Textos hechos para no ser leídos .....	14
2. Inoriginalidad.....	16
a. Uncreative Writing .....	17
3. Liquidez y materialidad .....	22
4. Post-identidad .....	25
C. Panorama del nuevo texto .....	27
1. El pop art y la literatura conceptual .....	28
a. Picasso vs. Duchamp .....	28
b. Pound vs. Benjamin.....	29
c. Literatura conceptual .....	32
D. Nacimiento del reproductor.....	35
1. Nuevas técnicas de lectura.....	36
2. Nuevas formas de reproducción.....	40

III. El reproductor según la memética .....	45
A. Memes .....	45
1. Memes vs virales .....	46
B. La reproducción como creación .....	50
C. ¿Productor o reproductor? .....	52
D. El reproductor en la spread media.....	55
E. Remix .....	58
IV. Conclusión .....	61
V. Bibliografía .....	65

# LISTA DE ILUSTRACIONES

1. Ilustración 1. Vista del texto de una página web.....	6
2. Ilustración 2. Correo electrónico original.....	7
3. Ilustración 3. Correo reenviado.....	7
4. Ilustración 4. <i>Untitled #13</i> (2003) de Matt Siber.....	9
5. Ilustración 5. <i>Beba Coca Cola</i> (1962) de Decio Pignatari.....	10
6. Ilustración 6. Versos 1007 al 1103 de <i>Pure Poems</i> (2002) de Shigeru Matsui.....	15
7. Ilustración 7. <i>Portada de Traffic</i> (2007) de Kenneth Goldsmith.....	18
8. Ilustración 8. <i>Glitch art</i> .....	22
9. Ilustración 9. <i>Nude media</i> .....	24
10. Ilustración 10. <i>Still Life with Chair Caning</i> (1912) de Pablo Picasso.....	28
11. Ilustración 11. <i>Fountain</i> (1917) de Marcel Duchamp.....	29
12. Ilustración 12. Página del Canto LXXIV de <i>The Cantos</i> (1922) de Ezra Pound.....	30
13. Ilustración 13. Konvolut A (1908) de <i>The Arcades Project</i> de Walter Benjamin.....	31
14. Ilustración 14. <i>Wavy Brushstrokes Superimposed #1</i> de Sol Lewitt.....	33
15. Ilustración 15. Página 7 de <i>Flatland</i> (2007) de Derek Beaulieu.....	37
16. Ilustración 16. Interfaz de una cuenta de <i>Tumblr</i> .....	40
17. Ilustración 17. Meme <i>You Have My Permission to Feel</i> .....	50
18. Ilustración 18. Evolución del meme <i>I Know That Feel Bro</i> .....	51
19. Ilustración 19. Mapa de nodos de la difusión de memes.....	56
20. Ilustración 20. Meme <i>I Wish I Was at Home</i> .....	59



# LISTA DE TABLAS

1. Tabla 1. Dimensiones meméticas del meme <i>You Have My Permission to Feel</i>	53
--	----



## RESUMEN

¿Qué es la literatura en la cultura de la no-lectura? El siguiente ensayo es una discusión sobre la nueva tendencia del texto a rehuir de su lectura, a disolverse entre el autor y el lector, a reproducirse y a transformarse en idea. Nos sentamos diariamente frente a un monitor y contemplamos los múltiples textos como uno solo: comenzamos leyendo nuestro correo y terminamos leyendo comentarios en *Facebook*. Lo leemos todo, pero no leemos nada concretamente. Cientos de textos pasan frente a nosotros y se conectan unos con otros en el campo de las ideas. No distinguimos; no es necesario distinguir. Nos ahogamos en el texto y en la última brazada antes del hundimiento dejamos el espacio necesario para que alguien (o algo) más supla nuestro intento, sustituya nuestra existencia textual. Abrimos nuestro *Twitter* y obviamos el espacio, leyendo textos de múltiples procedencias sin distinguir orígenes. Compartimos y divulgamos noticias que no son nuestras, pero pareciera que a nadie le importa de quién sean: las ideas son patrimonio universal.

Es en el fértil terreno de la hiperinformación que el lector tiene la única esperanza de sobrevivencia y quizás ni siquiera su propia supervivencia. Somos testigos del auge de las formas virales y de la literatura anónima. Mediante el análisis de casos arquetípicos propongo un acercamiento al texto hiperinformático, en el cual el contexto es el nuevo contenido y el autor y el lector son uno solo: un reproductor. Estudio el desarrollo histórico de fenómenos como la ilegibilidad, la post-identidad y la materialidad del texto en movimientos artísticos como el concretismo y el *pop art*. Por último, realizo un análisis propositivo de los memes como ejemplo de textos hiperinformáticos absorbidos por la cultura participativa. El propósito de este trabajo, después de todo, es simplemente describir los cimientos que forjan este nuevo tipo de texto que producimos: un texto hecho para no ser leído.



# I. INTRODUCCIÓN

La llegada de la postmodernidad para la comunicación supone una separación tangible del tiempo y el espacio: el acato de su diferente relación y papel en la cultura contemporánea. Tanto el tiempo como el espacio son separados de la práctica cotidiana y se convierten en factores que pueden ser teorizados como categorías distintas aunque mutuamente dependientes entre sí.

La época contemporánea es post-panóptica en ese sentido, libre de la noción del espacio. Es el fin de la era del *mutual engagement* entre el opresor y oprimido. Un ejemplo de esto son los medios de comunicación instantánea por medio de internet, en cuyo proceso comunicativo el emisor prescinde de la ubicación física del receptor o viceversa, y el mensaje llega al mismo tiempo a cualquier parte del mundo. Lo que importaba en la época moderna era que la gente que estaba a cargo siempre estaba predispuesta a estar *allí*, cerca, controlando, siendo el *Big Brother* de la sociedad. Lo que ahora importa es que la gente que opera los niveles de poder pueda en cualquier momento escapar del alcance de los demás y moverse más rápido que cualquier otro. La técnica primordial de poder es ahora, pues, el escape, el desliz, la elisión y la evasión, el rechazo de cualquier encierro e impedimento territorial con sus anticuados objetivos de ordenamiento, de mantenimiento de dicho orden y de la responsabilidad que esto conlleva.

La época contemporánea se asemeja a una caravana de casas móviles, en las que los individuos no exigen a la persona a cargo —es decir, la figura del texto como autoridad— más que los deje en paz y que no interfiera con sus vidas y, a cambio, ofrecen no amenazar su autoridad y pagar la renta a su debido tiempo. Por otro lado, la antigua modernidad imponía reglas estrictas, a manera de una pensión en la que los individuos tenían responsabilidades y estaban supervisados por una autoridad. En este nuevo medio, la crítica con énfasis en el productor —fordismo, burocracia, lo panóptico, control social estilo *Big Brother* y el *Konzlager* o el concepto de ciudadano como rata de laboratorio— se ha convertido en una crítica con énfasis en el consumidor, una en la que los fenómenos y los textos son instantáneos y asimismo las relaciones de poder. Como sociedad nos mudamos de la postergación de la gratificación que mencionó Marx, hacia el entendimiento de la imposibilidad de que alguna vez seamos galardonados con el horizonte de la satisfacción. Esto nos llama a lo instantáneo de nuevo. De ahí que Zygmunt Bauman proclame en su obra *Liquid Modernity* (2010) que «*All the motivating powers of desire were vested in its unfulfilment. In the end, in order to stay alive desire had to desire only its own survival*» (2010:25). Con el fin de mantener el deseo vivo, el individuo establece prioridades y administra sus procesos culturales de acuerdo a cuáles pueden producir más placer en menos tiempo.

La “liquidez” de esta postmodernidad, pues, considera la procrastinación como un proceso activo. En ella el origen del esfuerzo creativo no es el deseo de alargar la llegada del placer, sino el deseo de acortarlo —y acortar también el momento de la satisfacción— o abolirlo. Estudios demuestran que los usuarios tienden cada vez más a abandonar los sitios cuyo texto les ocupa más de diez minutos de lectura. Esto es alarmante, pero solo mientras no lo podamos aprovechar como dispensadores de información. La cultura y los textos se nos presentan en cucharadas, en porciones tan mínimas como sean necesarias para mantenernos deseosos de más. La falta de progreso es uno de los factores que promueven esta inestabilidad (Bauman, 2010:32). La inexistencia de una agencia que pueda mover al mundo en alguna dirección, la ausencia de las autoridades, incluyendo a la figura del autor, y el hecho de que se vuelva cada vez menos claro qué debería hacer dicha agencia, si es que pudiere existir, para hacer que el mundo avance, así como de la incertidumbre de que haya realmente un “mundo” como tal qué mover son motivos para descartar el progreso como un signo de los tiempos contemporáneos. Entonces, si no hay manera de alcanzar un estado de plenitud cultural, tampoco hay razón para avanzar. ¿Por qué leer libros si nunca vamos a lograr “leerlo todo”? No obstante de lo estúpida que pueda parecer esta pregunta, la verdad no yace en la idea de la lectura como algo obsoleto, sino como una pérdida de tiempo. El individuo necesita, sobre todo, tiempo.

Resolver esta incertidumbre es imprescindible para analizar el ritmo de esta modernidad líquida y la era de la hiperinformación, en la que la información va más allá de nuestro alcance, por lo que siempre estamos persiguiéndola. En dicha era, pues, se dan nuevos síntomas y nuevos temores. Muchos de ellos proclaman que la miseria del consumidor proviene del exceso, no de la carencia de posibilidades o decisiones. Y así, a miseria del lector proviene del exceso de texto disponible, no de la carencia de textos por elegir.

En la era hiperinformática la autoridad no existe. El surgimiento de numerosas autoridades en vez de una sola es la nueva regla del juego. Dichas autoridades se cancelan unas a otras, de modo que aquel individuo que tiene el poder de elegir de entre ellas se convierte en la nueva verdadera autoridad. El consumidor es la verdadera autoridad. Esto, en el mundo del arte, empodera al lector/espectador, ya que es el único capaz de consumir las obras y de moverse por el mapa de la biblioteca colectiva tan rápido como le sea posible. ¿Dónde está la academia? ¿Dónde está la crítica ahora? Es por cortesía del lector que una posible-autoridad se convierte en autoridad o, en otras palabras, que un texto independiente se convierte en un texto más de su acervo cultural. La autoridad, pues, no ordena o manda, sino que seduce y tienta. Esto es importante para la creación del canon literario —suponiendo que esto es realmente un fenómeno real— ya que el nuevo lector no se ve obligado a apegarse a algún autor o corriente para mantenerse a flote dentro de la cultura: no necesita de nada ni nadie.

Las ideas de la literatura como arte o la *high culture* dejan de tener sentido a manera que el individuo entiende que la verdadera cuestión de su sobrevivencia es hacer que los lujos de hoy devengan en las necesidades del mañana, así como que se reduzca o se invisibilice la distancia entre dichos momentos. El placer es ahora. El momento en que vivimos reconoce que lo flexible y lo rápido del estilo de vida consumista no son herramientas de emancipación sino de una especie de redistribución de libertades. En otras palabras, que lo instantáneo de la nueva cotidianeidad otorga distintos niveles de libertad para el individuo, el cual puede utilizarlos como si fueran propiedades y gastarlos —o bien, ahorrarlos— a su gusto.

*Above all, nomads, struggling to survive in the world of nomads, need to grow used to the state of continuous disorientation, to the travelling along roads of unknown direction and duration, seldom looking beyond the next turn or crossing* (Bauman, 2010:171).

La relación entre el lector y el texto se caracteriza por no tener pasado ni futuro: surge para ser consumada en el momento. En la nueva comunidad virtual —equivalente al concepto de ciudad, en la cual es un asentamiento de humanos en el que los extraños usualmente se encuentran y luego se reconocen entre sí, tal como lo demuestran las redes sociales— el hecho de vestir una máscara se convierte en la esencia de la civilidad. Debemos convertirnos una y otra vez en extraños, para que la regla funcione. Esto es importante a la hora de querer reconocer el papel de la post-identidad del arte actual. En ella los autores esgriman múltiples personas y la anonimidad se convierte en un factor imprescindible para los estudios culturales. En efecto, podemos ver cómo usualmente en los textos virtuales no existe el editor, no hay reseña, ni crítica por la que el escritor pueda acreditarse fuera de su comunidad particular. ¿Dónde está la academia? ¿Dónde está la crítica? Fenómenos de redes sociales como el *sharing* o compartir y el *bump* de los estados por medio de *likes* o favoritos son formas de compartir espacios con otros individuos que participan en actividades iguales o similares, por medio de las cuales se le da importancia a las acciones y además se le da aprobación. Son procesos de validación en tiempos en los que la academia y la crítica literaria están muertas, así como cualquier otra autoridad. La acción en conjunto, pues, y no interacción —ya que la interacción se convierte en una distracción, una pérdida de tiempo— son herramientas que validan los nuevos textos. Las redes sociales son los nuevos centros comerciales. En ellas se ofrece el perfecto balance entre seguridad y libertad al lector, y asimismo se le ofrece la posibilidad del enmascaramiento por medio de la anonimidad.

El objetivo de este trabajo es realizar una descripción de la situación que enfrenta el lector en la actualidad, ante los desafíos de la hiperinformación como plataforma del nuevo texto, y encontrar propuestas que puedan ser útiles a la hora de replantear el concepto de lo que ahora significa leer. Para ello he realizado una serie de monografías que pretenden esclarecer paso a paso los procesos de lectura y escritura dentro de la atmósfera digital. Asimismo, doy seguimiento histórico a los conceptos introducidos

y expongo ejemplos tanto teóricos como prácticos para comprobarlos. La naturaleza de este ensayo es tanto descriptiva como propositiva: es el resultado de mi experiencia como estudiante de Letras y como “víctima” de las incoherencias entre la forma de vida contemporánea y la teoría crítica que predomina en los círculos académicos. A pesar de ser una especie de resignación es, sobre todo, un desafío. Las nuevas formas de escritura desafían a los lectores con medios como la post-identidad y la ilegibilidad. El internet no puede ser leído lineal ni enteramente y el internet es todo lo que el lector conoce en la actualidad. ¿Cómo nos ha moldeado? ¿Cómo reaccionamos ante eso? Es por esto que el nuevo texto se ve urgido de sacrificarse ante la idea, de perder sus atributos tradicionales para ceder a propiedades más acordes al ritmo instantáneo y multiforme de nuestra época: para iniciar de nuevo, sin limitaciones.

Estamos presentes ante el verdadero renacimiento de la literatura, provocado por el sacrificio del lector. El texto se ha convertido en una plataforma para saltar al pensamiento. Nos movemos de asumir la lectura a abrazar el pensamiento. Al liberarnos del peso de la lectura —y dejar de ser, por lo tanto, meros *lectores*—, podemos empezar a pensar en la literatura como un arte capaz de tener el potencial para ser entendible por cualquier persona en el mundo. Estamos a las puertas de la verdadera universalidad. Si entendemos el concepto, sin importar la ubicación geográfica, nivel económico, estatus social, etc., podemos involucrarnos con la escritura. No podemos cometer la estupidez de dar vuelta atrás.

## II. LA MUERTE DEL LECTOR

*Writing is fifty years behind painting.*

—Brion Gysin, 1959

*Because the advent of photography makes possible the precise mechanical reproduction of reality, the mimetic function of the fine arts withers. But the limits of this explanatory model become clear when one calls to mind that it cannot be transferred to literature. For in literature, there is no technical innovation that could have produced an effect to that of photography in the fine arts.*

—Peter Bürger, 1974

En este capítulo analizaré cómo la transformación del texto a partir del desarrollo del internet ha logrado destituir al lector de su papel pasivo como receptáculo de información —ha matado su figura y función según la tradición de la crítica— y lo ha convertido en un creador. Las propiedades del nuevo texto desafían y le exigen al nuevo lector técnicas iconoclastas de lectura para su sobrevivencia en la nueva atmósfera de hiperinformación. En ella los textos presentan características que, mientras continúan manteniendo las funciones de entretenimiento y placer, atentan contra la noción de literatura como conocimiento sólido y ordenado.

A partir del análisis del texto en un ambiente digital, propongo evaluar cómo esta transición ha afectado los procesos de lectura —e incluso de escritura y autoría— y establezco una serie de características que desafían los estándares tradicionales de la figura del lector. Posteriormente, ofrezco un panorama general sobre la situación histórica de la literatura en una era en la que, paradójicamente, la lectura ha muerto. Por último, introduzco el concepto de *reproductor*: una idea que plantea al lector como eslabón de un proceso continuo e interminable de creación y comunicación.

### A. El texto en la era de la hiperinformación

Hasta la década de los noventa el internet era un concepto técnico científico de avanzada. No fue sino hasta agosto de 1991 que el internet fue abierto como un servicio disponible para el público. Aunque el proceso en el que el internet se acoplaría a la vida de la sociedad fuera relativamente largo —cerca de una década—, los cambios que introdujo modificarían la concepción universal del mundo y de la comunicación.

El verdadero cambio no yace en el proceso de traslado de la escritura para la pantalla de computadora sino en la escritura *en* un ambiente de hiperinformación: un ambiente que dispone de más información de la que necesitamos y más datos de los que podríamos solicitar (Perloff, 2010:25) y, sobre todo, uno en el que todos somos autores. La invención está dando lugar a la apropiación, a la limitación elaborada, a la composición visual y sonora y a la dependencia en la intertextualidad, entre otros fenómenos, los cuales desafían la concepción del lector tradicional. Una vez el lenguaje estuvo asegurado a la página, pero ahora se ha convertido en algo completamente fluido: se ha separado de la página y entonces se ha vuelto capaz de ser moldeado y esculpido para formar muchas expresiones textuales diferentes, que antes no eran posibles.

**Ilustración 1.** Vista del texto de una página web. Los textos periféricos son, a la vez, hipervínculos y cambian con cada actualización (*refresh*) de la página

« El nuevo Apple TV costará 149 dólares y tendrá una "búsqueda universal", según BuzzFeed »

02 de septiembre de 2015 | 17:05 CDT

Miguel López  
Google+  
@mlopca  
Editor en Applesfera

PUBLICIDAD  
Nuevo programa de lealtad de Copa Airlines  
ConnectMiles  
Copa Airlines  
Conoce más

Sigue a Applesfera

Newsletter:  
Correo electrónico

Comentarios 21

Hace pocos días vimos cómo Mark Gurman ponía un rango de precio aproximado al Apple TV que deberíamos ver dentro de una semana: de 149 a 200 dólares. Ahora es BuzzFeed la que afina más y pone encima de la mesa un precio fijado de 149 dólares como base gracias a lo que aparentemente han confirmado sus fuentes.

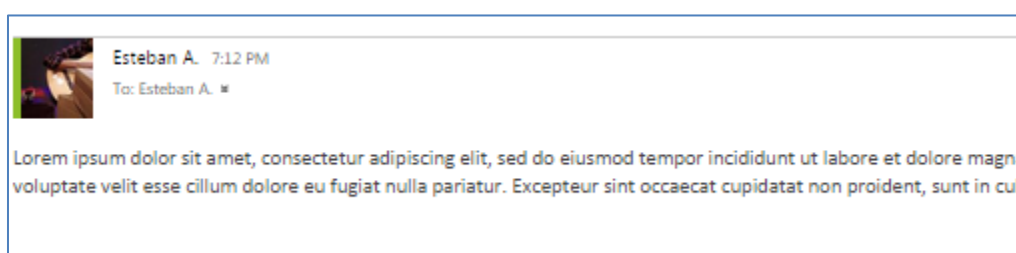
De todas formas se habla de ese precio como "introductorio", sugiriendo que quizás tendremos modelos con un almacenamiento o características superiores algo más caros. Ya en rumores más antiguos se hablaba de almacenamientos de 8 GB y más, así que a lo mejor el Apple TV adopta la estrategia de precios basada en almacenamiento que ya tienen el iPhone y el iPad.

(Fuente: <http://www.applesfera.com>)

Las páginas web, los blogs y, más recientemente, las redes sociales se han convertido en las plataformas de contenido textual más utilizadas en el mundo. Y, a pesar de que en dichas plataformas los textos parecieran estar contenidos de manera tradicional —i.e., textos lineales, bloques de lectura, entradas

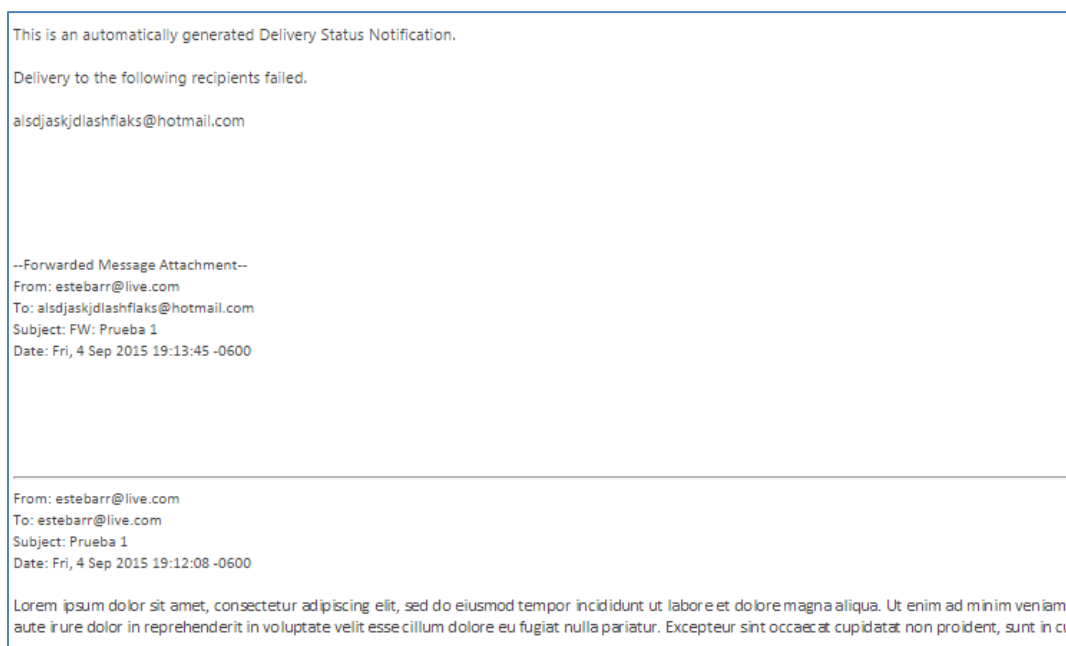
cronológicas, etc., tal como en páginas físicas—, se ha modificado radicalmente su espacio y su interacción con el lector, así como con los demás textos —Ilustración 1—. El hipervínculo es un concepto que modifica completamente la estructura narrativa del texto, pues crea digresiones en la lectura y procesos de multilectura en los que, por ejemplo, podemos tener diferentes textos abiertos en diferentes ventanas. Los textos de blogs y páginas se convierten en una amalgama de contenido, comentarios y publicidad que toma vida propia y cuya estructura es de difícil interpretación. Es decir, ¿cómo debe enfrentarse el lector a un espacio textual en el que los distintos elementos del texto son a la vez portales para otros textos?

**Ilustración 2. Correo electrónico original**



**(Fuente: Correo personal)**

**Ilustración 3. Correo reenviado. El mismo correo electrónico de la Ilustración 2 luego de ser reenviado y después de ser rechazado por el sistema**



**(Fuente: Correo personal)**

En dicho ambiente de hiperinformación, la comunicación ha sido transformada tanto temporalmente como espacialmente. Como he mencionado antes<sup>1</sup>, ahora se prescinde del lugar físico del destinatario y la velocidad de recepción omite la función que antes tenía el tiempo en los procesos informativos. Los correos reenviados pueden ser alterados sin el conocimiento del receptor de tal manera que la identidad del emisor se funde con la del escritor cuyo texto está siendo reenviado. En las ilustraciones 2 y 3 se muestra un ejemplo de la alteración de correos electrónicos. En la Ilustración 2, se presenta el correo electrónico que utilicé como original. Dicho correo lo reenvié a mi bandeja de entrada y luego lo envié a una dirección de correo inexistente, para recibirlo de vuelta con texto agregado automáticamente por el sistema. ¿A quién pertenece el texto agregado? En un contexto poético, por ejemplo, las primeras líneas de Ilustración 3 —en las que se muestran especificaciones del correo rebotado y luego datos como la fecha y hora— podrían ser versos que modifiquen el significado de la obra. Al final es texto agregado que formalmente siempre modificará la obra. ¿Cómo debe reaccionar el lector ante este desafío?

Mecanismos de compartimiento de contenido —*sharing* o compartir, como el *retweet* y el *reblog*, entre otros— son herramientas de apropiación de texto que se integran a diferentes cuenta o discursos. El lector se encuentra, pues, con el reto de leer un *timeline* de *Twitter* sin saber ni diferenciar que textos pertenecen al autor original de la cuenta. Es decir, ¿podemos considerar ajeno un *tweet* cuando la cuenta de donde proviene puede ser tan solo una cuenta alterna del mismo autor?

Marjorie Perloff define este nuevo tipo de texto como hipertexto, considerado como un texto con la propiedad explícita de ser siempre parte de una red de textos (Perloff, 2010:23). Podemos acercarnos a la hipertextualidad a partir de los orígenes históricos de la misma, para conocer cómo la evolución del espacio textual afectaría al texto de nuestros días.

1. Rastros históricos de la hipertextualidad. El desarrollo del hipertexto, a pesar de que está intrínsecamente ligado al surgimiento del internet, puede rastrearse hasta algunas obras vanguardistas de principios del siglo xx.

a. Concretismo y situacionalismo. Entre las vanguardias más sobresalientes por su influencia en la concepción moderna del hiperespacio y el hipertexto se encuentran dos corrientes que pasaron considerablemente desapercibidas por el foco de la crítica durante la mitad del siglo pasado: el concretismo y el situacionalismo.

El concretismo nace en los cincuenta con grupos como Noigandres y escritores como Augusto y Haroldo de Campos, Décio Pignatari y George Herbert. Fue un movimiento de vanguardia internacional

---

<sup>1</sup> Véase Introducción.

que tuvo raíces en las obras de Apollinaire, E.E. Cummings, Ezra Pound y James Joyce, así como del arte *bauhaus* y el futurismo. Sus objetivos primordiales fueron reconocer cómo el lenguaje contemporáneo presentaba cada vez más tendencias de abreviatura: encabezados, eslogans, marcas comerciales, etc., así como de iconización.

Los “poema-productos”, como sus autores solían autodenominar a sus obras, eran propuestos como objetos útiles, que buscaban ser gráficamente comunicables en cualquier idioma y por cualquier persona. Según los concretistas, las viejas estructuras gramático-sintácticas ya no eran adecuadas para los procesos avanzados de pensamiento y comunicación en nuestro tiempo. El texto debía, pues, ser aliviado de su referencia simbólica, su alusión y su repetitivo contenido emocional —características que habían reinado en la literatura desde su concepción.

Por otro lado, el situacionalismo fue un movimiento de arte y filosofía que surgió también en la década de los cincuenta y fue liderado por Guy Debord. La literatura situacionista propuso tres principios literario-filosóficos —filosóficos en el sentido de que buscaban modificar los estilos de vida y la concepción de la interacción humana con el mundo— por medio de los cuales se llevaba a cabo la creación y son de gran importancia para el análisis moderno del hipertexto.

El primero de ellos fue bautizado como la *dérive* o salirse de la costumbre. Según esta ideología, el texto es utilizado por su naturaleza lingüística únicamente, y no obedece a la lógica gramatical. Al final, el texto es lenguaje puro y, como tal, puede escabullirse del espacio y reincorporarse en distintas formas y formatos.

**Ilustración 4** *Untitled #13* (2003) de Matt Siber. Un ejemplo de la liberación de un texto por método de *détournement*



(Fuente: <http://siberart.com>)

En segundo lugar, encontramos el *détournement*, es decir, cambiar el significado de las reglas originales. Mediante esta “regla”, el artista voltea las limitaciones del arte a favor de la expresión

espontánea. En el texto de la hiperinformación, ejemplo de esto es la reapropiación, por medio de la cual el artista re-significa textos preexistentes y los libera de confinamientos formales —Ilustración 4.

Por último, encontramos la *psychogéographie*, que es situarse físicamente según una manera distinta a la orientación espacial. Debord proponía, por ejemplo, recorrer las calles de una ciudad según las sensaciones que cada una de ellas le daba y no tomando el mapa como guía. Esto tiene profundas implicaciones en el análisis del espacio textual. Según Perloff, en un ambiente de hiperinformación, no debe haber en las palabras la limitación de una orientación, sino que las palabras convergen en la mente del lector y es este quien dispone del orden de la lectura (2010:48). Asimismo, el saltar de una página a otra en la red, según nuestro ánimo y necesidades, retrotrae la idea de la *psychogéographie*. El lenguaje no-permanente —móvil, fluido, líquido— fuerza al lector a ver las palabras como entidades desestabilizadoras, las cuales no pueden hacer nada más que informar y transformar la manera en la que se construyen las palabras.

**Ilustración 5.** *Beba Coca Cola* (1962) de Decio Pignatari. Obra concretista en la que se exalta la materialidad del texto por medio de la percepción de la realidad como estructura lingüística



(Fuente: <https://transversalpoetics.wordpress.com>)

La peculiaridad de estos movimientos, a pesar de haber recibido una fuerte crítica negativa —basada en gran parte en la incomprensión—, es que acabaron prediciendo sorprendentemente el manejo

del texto en el hiperespacio y la mecánica del internet (Perloff, 2010:55). Cuestiones como la entrega instantánea, el contexto como contenido, el concepto de interfaz, la distribución de contenidos y el uso de multimedia fueron algunas de las características que estos movimientos utilizaron en su seno. Ambos consideraron la posibilidad de concebir el espacio en el que está presente el texto como agente estructural. La posición de las palabras en el vacío, intersecciones tipográficas como ambigüedades de significado y el uso de conectores intertextuales son también algunos de los elementos que parecieran pertenecer más al campo de la informática y del diseño digital que al de la vanguardia literaria de mediados de siglo xx.

En las obras de los hermanos brasileños y pioneros del concretismo, Augusto y Haroldo de Campos, se puede observar la fusión de la expresión y el contenido: sus poemas eran la tentativa de la universalización del lenguaje por medio de la iconización y la abreviación por medio de ideogramas —fenómenos que observamos cotidianamente en el lenguaje de chat, por ejemplo, y en el uso de íconos emocionales, más conocidos como *emojis*.

Por otro lado, es notable el énfasis de dichos artistas en la materialidad del texto. Para alcanzar la universalidad, según la concepción concretista, el material y la forma en que los textos están construidos debe ser el significado mismo, de manera que no haya interpretaciones erradas aun cuando los lectores hablen en distinto idioma (Goldsmith, 2011:61). En la obra *Galaxias* de Haroldo de Campos y Charles Bernstein, en la que el flujo de signos y la ilegibilidad son elementos preponderantes en la lectura, de modo que cada página se convierte en la concretización de una parte del cuerpo textual, intercambiable con cualquier otra —lo que hace prescindible su lectura lineal—, podemos vislumbrar incluso características de ilegibilidad y de lectura salteada que recuerdan las obras del *uncreative writing* de artistas como Gertrude Stein y posteriormente Kenneth Goldsmith<sup>2</sup>. Esto requiere un diferente tipo de interacción con el lector, el cual debe percibir al poema como objeto y participar en el acto de crearlo, porque el poema concretista comunica primera y únicamente su estructura.

b. La muerte del autor. ¿Qué hay después del modernismo? La muerte del autor significó para Barthes la destrucción del vínculo entre el texto y la entidad que le dio vida, dando prominencia al papel del lector como el verdadero constructor de la obra. «*The birth of the reader must be requited by the death of the Author*» (Barthes, 1977:13), fue el grito de victoria de la crítica del siglo xx. Y, no obstante, su impacto en la hermenéutica repercutiría más allá de la figura del autor. Este quiebre significó, tal como dijo Fredic Jameson (Jameson & Sánchez, 2010:45), la muerte no solo del autor sino del sujeto mismo —la eliminación del *ego*—, sino la disolución del concepto modernista del estilo único y

---

<sup>2</sup> Para comprensión de los términos ilegibilidad y *parseabilidad* véase el capítulo II.B *Desafíos para el nuevo lector*.

las ideas colectivas de la vanguardia: la muerte de esa idea romanticista que todavía parecía tener peso en la atmósfera literaria del nuevo siglo: el genio artístico.

En esta nueva cultura de pastiche, hablar de "grandes escritores" y de genios artísticos es obviamente insignificativo (Jameson, 2010:97). Esta "muerte", asimismo, señala el final de la era del emprendimiento y del individualismo interiorizado, con su carisma y su menú de valores románticos como el del genio y la genialidad. Según Zygmunt Bauman, por ejemplo, la falta de dirección —progreso— de la postmodernidad ha eliminado irónicamente la dialéctica del arte y ha minado el concepto de literatura como creación creativa (Bauman, 2010:44), valga la redundancia.

## B. Desafíos para el nuevo lector

La llegada del internet marcó el verdadero renacimiento de la literatura. Llegó el momento en el que el texto conoció su "fotografía", es decir, que se encontró con las amenazas que un mundo de hiperinformación y de hiperrealismo que a la vez estaba verdaderamente a disposición de todas las personas, sin hacer ninguna discriminación —lo cual, evidentemente, no ha sido el caso de la literatura en ninguna época de la historia. Si la literatura está a punto de adoptar estas estrategias de sobrevivencia, como la del abstraccionismo de la pintura ante el hiperrealismo de la fotografía o el de la llegada del *pop art*, solo el tiempo lo dirá. Esto no impide, sin embargo, que podamos comenzar a reconocer los rasgos de esta nueva escritura, la cual, sin lugar a dudas, deberá recorrer un largo trecho para ser parte del pabellón de la tradición.

**1. Ilegibilidad.** La humanidad está produciendo un texto a un ritmo más allá de la habilidad colectiva de leerlo. En un mundo abierto como el del internet, en ese mundo de posibilidades, leer es ante todo no leer. Incluso en el caso de los lectores más apasionados, el acto de escoger un libro y abrirlo enmascara el contragesto que ocurre al mismo tiempo: el acto involuntario de *no* escoger y *no* abrir todos los otros libros en el universo.

El individuo que se acerca a un libro está abandonando la verdadera cultivación e incluso leyéndose a sí mismo, ubicándose (Bayard, 2007:15). Para el lector siempre es necesaria la elección —dado que la cantidad de texto en existencia— entre el panorama general y cada libro individual, de modo que desde una perspectiva coherente con la forma de vida actual<sup>3</sup> toda lectura es desperdicio de energía y tiempo en la difícil tentativa de perfeccionarse o incluso orientarse en la totalidad. Para ser verdaderamente culto y orientarse en la biblioteca colectiva, el lector debe buscar la exhaustividad de las ideas más que la

---

<sup>3</sup> Véase la Introducción.

acumulación de pedazos aislados de conocimiento. La ilegibilidad del texto existente desafía los métodos de lectura del lector. La no-lectura no es simplemente la ausencia de la lectura: es una actividad genuina que consiste en adoptar una postura en relación con la inmensa horda de libros, que protege al lector de ahogarse y perderse en un bombardeo masivo de cultura.

a. Bibliotecas virtuales. Pierre Bayard, en su obra lúdicamente titulada *How to Talk About Books You Haven't Read* (2007), explica cómo el lector debe interesarse menos en libros y más en libros *sobre* libros y en las relaciones *entre* libros.

El acto de leer está desasociado del libro material: lo importante es el encuentro, el cual puede igualmente involucrar un objeto inmaterial. En otras palabras, lo que uno aprehende de un texto no es el texto sino una idea del texto. Por lo tanto, el lector no habla ni comenta con otros sobre los textos mismos —como bloques sólidos de conocimiento— sino sobre los objetos sustitutos que crea para la ocasión: textos-pantalla<sup>4</sup>, ideas líquidas que mutan con el tiempo y la lectura posterior. Dada la imposibilidad de acceder al texto, su naturaleza proyectiva como texto-pantalla es resaltada: el texto se convierte en lo que el lector quiere que sea para él. Un claro ejemplo de esto es el ejercicio de comparar un libro que hemos leído en nuestra adolescencia con una lectura actual del mismo y darnos cuenta que hemos leído dos libros totalmente diferentes.

Bayard propone un análisis hermenéutico de la naturaleza de la cultura literaria en un mundo de modernidad líquida, en el que los lectores son parte del flujo de ideas. En su obra explica que existen tres tipos de “bibliotecas” o colectivos textuales que están a disposición de los lectores en su proceso individual de lectura y en sus interacciones con otros.

La primera de estas es la biblioteca colectiva. Para Bayard, está conformada por los textos que la sociedad “exige” leer, los textos que “deben ser leídos”. El lector debe saber ubicarse fácilmente en el colectivo total de textos existentes, más que elegir perderse individualmente en algunos cuantos. Irónicamente, al final, por más libros que el lector lea en toda una vida, siempre estará leyendo una minúscula parte de lo que existe y de dicha parte solo podrá aprehender las ideas, no los textos como unidades completas. De este modo, es más lógico y práctico que el lector pueda crear puentes entre ellos y moverse tan rápido como sea necesario para sobrevivir dentro de la cultura.

---

<sup>4</sup> Un texto-pantalla (*livre-écran, screen book*) consiste mayormente en lo que el lector conoce o cree conocer sobre el libro. Es la impresión de un libro. Desde esta perspectiva, todos los libros que hemos leído se convierten en libros pantalla. Según el tipo de impresión que crea un texto en la persona, así es la complejidad con que es recordado o reconstruido como tal (Bayard, 2007:98).

La segunda es la biblioteca interior. Es el conjunto de textos alrededor del cual la personalidad es construida y que se adapta a las relaciones individuales con respecto a los textos y los demás individuos. En otras palabras, es el conjunto de textos que han marcado la vida del lector. Según Bayard, un texto no es más que un portal o un símbolo temporal que presenta al lector una idea de la concepción completa de la cultura (Bayard, 2007:67).

El lector, sin embargo, es más que un simple refugio de textos que pertenecen a su biblioteca interior: él *es* la suma acumulada de dichos textos. El texto interior es un símbolo que designa un conjunto de representaciones, tanto colectivas como individuales, que se interponen entre el lector y cualquier obra de escritura, sesgando y moldeando su lectura sin que este pueda darse cuenta. Es decir, esta biblioteca funciona como filtro y determina en el lector la recepción de los nuevos textos.

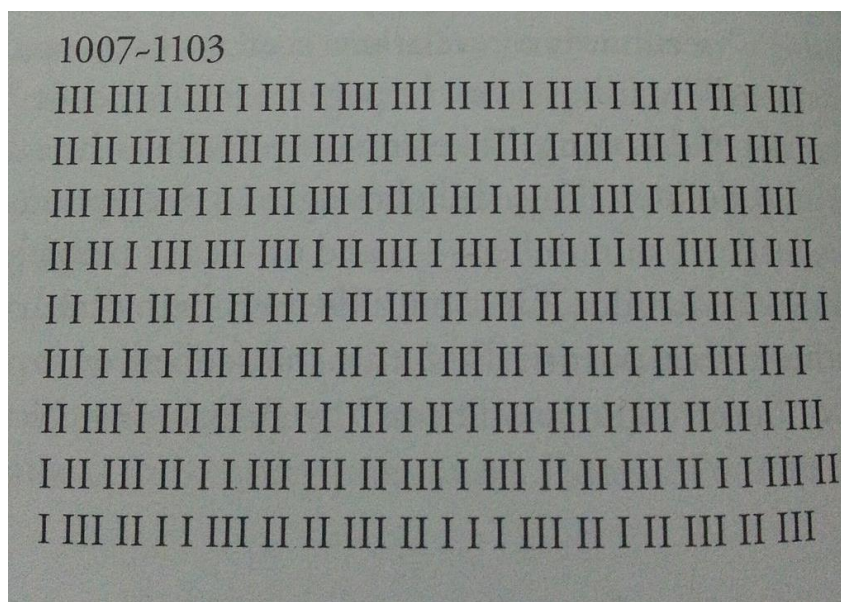
*Woven from the fantasies and private mythologies particular to each person, the individual inner book is at work in our desire to read —that is, in the way we seek out and read books. It is that phantasmagorical object that every reader lives to pursue, of which the best books he encounters in his life will be but imperfect fragments, compelling him to continue reading* (Bayard, 2007: 85)

Lo que el lector deduce como textos que ha leído es en realidad una anómala acumulación de fragmentos de textos, reconstruidos por la imaginación y no relacionados a los de ningún otro individuo, incluso si provienen de textos físicamente idénticos, de los “mismos” libros.

Por último, encontramos la biblioteca virtual. Es el conjunto de textos discutidos, tanto de forma oral como escrita. «*It is a space dominated by images —images of oneself, in particular— rather than books*» (Bayard, 2007:135), un espacio consensual en el que los textos son remplazados por textos-pantalla. En otras palabras, esta biblioteca es una parte móvil de la biblioteca colectiva, situada en la intersección de las diferentes bibliotecas internas de los individuos que participan en una discusión, tanto directa como indirectamente.

b. Textos hechos para no ser leídos. En cuanto al internet, el más grande y absorbente de los textos, el ambiente hipertextual propicia que las palabras y las frases se adhieran unas a otras sin coherencia, como si copiáramos el texto completo de una página a un documento de texto. Esto además conlleva una idea que ha estado recientemente presente en las nuevas teorías de la crítica de la escritura de la nueva era: la ilegibilidad.

**Ilustración 6.** Versos 1007 al 1103 de *Pure Poems* (2002) de Shigeru Matsui



(Fuente: *Uncreative Writing*, Kenneth Goldsmith)

A diferencia del resto de artes, en las que el lenguaje es el significado, la literatura está hecha de lenguaje puro, es lenguaje signifiante y significado. Y asimismo, a diferencia de las bellas artes, nunca tuvo un verdadero un cambio que atentara contra sus cimientos como el que lo tuvo la pintura con la fotografía y el teatro con el cine, por ejemplo. Marjorie Perloff, en su obra *Unoriginal Genius* (2010), propone el concepto de prosa referencial —*referential prose*— para designar a aquellos textos diseñados para lucir como textos: un bloque de impresión seguido de otro a manera de crear la impresión visual de un texto, pero careciendo de las particularidades del texto tradicional —linealidad y sentido—: una especie de engaño para el lector. En tiempos en los que la cantidad de lenguaje está creciendo exponencialmente —que, a diferencia del lenguaje impreso, en la red es un objeto estable, que no se deteriora con el tiempo— y además crece el acceso a herramientas para administrar, manipular y *remixear* dicho lenguaje, la *apropiación* está predispuesta a convertirse en una herramienta más en el escritorio del escritor: una forma totalmente válida y aceptable de construcción artística.

Los poemas del poeta contemporáneo Shigeru Matsui, *Pure Poems* (2002), por ejemplo, están basados en la cuadrícula de 20x20 del papel de escritura japonés y consisten en cientos de caracteres, cada uno un número de uno a tres —Ilustración 6—. El poema es asémico, puesto que es lenguaje inespecífico, por lo que su ilegibilidad desafía al lector para crear el significado<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> La mecánica de la ilegibilidad, junto a la escritura asémica, se explica mejor en la sección D.1. *Desafíos para el nuevo lector*.

La red funciona como un ambiente propicio tanto para lectura como para escritura. Para los escritores es una gran fuente de texto a partir de la cual pueden construir literatura y reproducir texto. Los lectores trabajan de la misma manera, abriéndose camino a través de la carcasa de información y trabajando con función tanto de filtro como de lectores. En esta atmósfera, los textos están siendo contruidos con el sorprendente y contradictorio propósito de no ser leídos en absoluto: textos para ser pensados<sup>6</sup>.

Dejando a un lado las nociones modernistas de disyunción y deconstrucción, la dificultad ahora está definida por cantidad —mucho texto como para ser leído— en lugar de fragmentación —muy disperso como para ser leído—. Saltando de un lugar a otro por medio de hipervínculos, navegando por medio de canales multimedia y *timelines* que cambian cada segundo, el lector actual ha aprendido a manejar y recolectar información sin necesidad de leer la red de manera lineal.

2. La inoriginalidad. El manejo de información, los procesores de palabras, el *databasing* o creación de bases de datos y los procesos extremos son metodologías exclusivas del escritor moderno, las cuales han permeado el proceso de creación. Debido a esto, la increatividad, inoriginalidad, ilegibilidad, apropiación e incluso “técnicas” como el plagio, fraude, engaño y falsificación se han convertido en percepciones artísticas que el escritor puede esgrimir con mayor facilidad (Goldsmith, 2011:32). La mayoría de los textos escritos en la nueva era están compuestos en procesadores de palabras como *Microsoft Word*, en el que la noción de originalidad ha sido remplazada por la doctrina de la *citacionalidad* y del *copy/paste*. Técnicas como la transcripción y la recontextualización por medio de citas, collage y remix, entre otras han replanteado el concepto de la literatura y del genio creativo.

En el mundo literario, se espera y se reconoce la originalidad y se le demanda al poeta que produzca palabras, frases, imágenes y composiciones irónicas que nunca hayamos oído. Sin embargo, la llegada del internet ha enseñado al lector nuevas técnicas de “supervivencia”, de modo que no se vea ahogado por la cantidad inmensurable de texto al que está expuesto dentro de la red. Además, la ilegibilidad del hipertexto en internet solicita al lector técnicas de lectura no tradicionales, como el *parseo*, es decir, saltarse los textos, y la síntesis lectora. Asimismo, la instantaneidad de la comunicación y la fluidez del texto la postmodernidad, el cual se hunde, por ejemplo, en un *newsfeed* o *timeline* en cuestión de segundos, amenazan la vida activa del escritor, de modo que se ve necesitado de herramientas que agilicen el proceso de escritura hacia una especie de reescritura continua. La reescritura se ha convertido en la forma lógica de la escritura en una era de *literariedad* móvil y de textos transferibles —que pueden ser reapropiados o trasladados hacia diferentes plataformas, tanto digitales como impresas, con un simple

---

<sup>6</sup> Véase la sección C.1.c. *Literatura conceptual*.

*copy/paste*—. Es posible ver y experimentar cómo tecnologías actuales hacen que el cortar y pegar sean integrales para el proceso de lectura y de interacción con las demás personas. Como lectores críticos no podemos prescindir de estos cambios porque han moldeado nuestra forma de ver la realidad.

Escribir en la nueva modernidad, entonces, significa cada vez más reescribir, remasticar. Los escritores de mentalidad monológica y logocéntrica deben darse cuenta que cada vez va a ser más y más imposible escribir la prosa universal, lo cual llama a un cambio radical de enfoque. No podemos esperar la gran novela de la década cuando la sociedad ni siquiera lee novelas más.

Esto no quiere decir, sin embargo, que la participación de la creatividad humana es totalmente imprescindible —¿cómo podría serlo en el arte?—, pero el lector es llamado a evitar el sesgo negativo de interpretar una técnica artística que pone en duda las nociones históricas del genio. Como parte del desarrollo, las tecnologías actuales implican un mínimo, pero considerable, empleo de creatividad a la hora de la apropiación: formatos, tipos de fuente, alineaciones y el resto de limitaciones formales son considerados parte del texto y, por lo tanto, implican variaciones ontológicas de uno a otro.

a. *Uncreative Writing*. Como respuesta a las nuevas necesidades de la literatura en la era de la hiperinformación, han surgido artistas que utilizan herramientas que han sido tradicionalmente despreciadas e incluso desprestigiadas y “prohibidas”. El movimiento denominado *uncreative writing* —o por su traducción, escritura increativa<sup>7</sup>— busca propiciar la idea de que el contexto es el nuevo contenido (Goldsmith, 2011:14) y que el concepto de originalidad es un fiasco. La suposición de que el texto es una expresión instantánea y variable de una idea central hace que dicha idea sea el aspecto más importante de la obra: la idea se convierte en la máquina que crea al texto. Como corolario esta nueva escritura tiene la particularidad de poder no ser leída en absoluto. Es capaz de ser mejor pensada que leída.

Los cabecillas de la escritura increativa proponen la hipótesis de que una actualizada noción del genio artístico, como respuesta al cambio radical que la tecnología ha provocado en el texto, está centrada alrededor de la maestría de la información y la diseminación: el genio moderno como un programador<sup>8</sup>. De esta manera, la mimesis y la reproducción no erradican la autoría, sino que colocan nuevas demandas que deben ser tomadas en cuenta como parte del panorama de creación artística. El arte de la nueva era

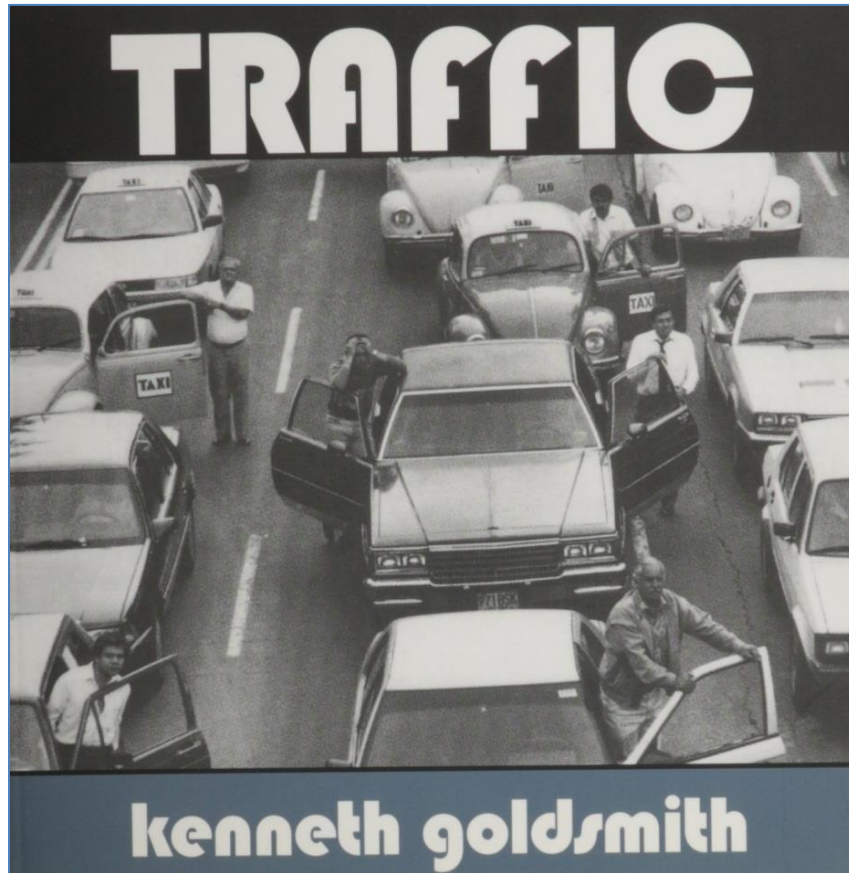
---

<sup>7</sup> En este ensayo utilizaré a menudo el término “escritura increativa” —y/o su adjetivo increativo(a) — como traducción de *uncreative writing*.

<sup>8</sup> Kenneth Goldsmith, quizá el escritor más popular del movimiento, propone al final de su obra titulada homónimamente *Uncreative Writing* (2011) que la literatura tendrá como fin último la separación total del ser humano. La robopoética, una propuesta teórica que estudia cómo la inteligencia artificial será capaz de producir literatura por cuenta propia, proclama: literatura de robots para robots. El humano no será sino el programador que estará detrás de la idea seminal y, muy probablemente, solo por un tiempo (Goldsmith, 2011:171).

está hecho para ser copiado, plagiado y reapropiado. Su bandera proclama: “si no lo quieres copiado, no lo publiques en línea”. Puesto que, después de todo, ¿puede sobrevivir algo fuera de la red?

**Ilustración 7.** Portada de *Traffic* (2007) de Kenneth Goldsmith



**(Fuente: *Ibidem*)**

*Traffic* (2007) de Kenneth Goldsmith es un ejemplo de cómo el concepto de originalidad y apropiación pueden ser revolucionados en la literatura de la nueva era. La obra consiste en la transcripción de 24 horas —numeradas al estilo americano, de 12 a 12, pero sin las designaciones *a.m.* y *p.m.*— del reporte de tráfico de la radio WINS de Nueva York. A deducir por la primera frase del libro, se supone que el período abarca un fin de semana de asueto nacional.

Goldsmith creó una viva representación de la vida contemporánea urbana, con sus rituales de aburrimiento, nerviosidad y frustración. Al ser un reporte cotidiano, no hay una temática ni puntos de referencia narrativa. *Traffic* es un desafío lingüístico y existencial, con un narrador —los dos presentadores de la radio— que moldea, sin embargo, la “realidad”. Dado que está basada en hechos reales, la acción pareciera ser mucho más variable y sorprendente que la de una obra literaria tradicional, aunque tratan ambas sobre el mismo asunto. Estamos frente a un claro ejemplo de apropiación por

medio de la transcripción. No obstante, la complejidad de la obra exige más cuidado a la hora de acercarnos a este tipo de obras *inoriginales*. Las palabras de *Traffic* son palabras ajenas, que no fueron “creadas” por el autor, y aun así hay una especie de trampa detrás.

Suponiendo que esta obra conceptual sea una transcripción de un reporte de tránsito completo, tal como se nos describe, ¿cómo saber con seguridad que esto es así? ¿Cómo saber que cada una de las palabras es un acto de simple transcripción y no un collage en el que los elementos son cuidadosamente selectos para lograr la armonía? Es curioso que en la obra no haya referencias sobre qué tipo de asueto trata, tampoco hay menciones de parafernalia de alguna festividad, lo cual induce a pensar que Goldsmith pudo haber quitado partes del reporte. Después de una lectura atenta, pareciera que el autor conscientemente decidió dejar el reporte en una especie de limbo temporal, lo cual también le da un aura surreal a la obra. Estos hechos desafían al lector en su concepción de la idea del texto, y es precisamente esto lo que la escritura increativa persigue.

Y hay más. La cubierta oficial de la portada muestra una fotografía que en definitiva no pertenece a Nueva York y tampoco a una época actual —ver Ilustración 7—. Hay algunas contradicciones también en el reporte. Los presentadores, por ejemplo, en el Capítulo 12, explican que hubo un accidente en el Lincoln Tunnel a las 12:31 pero para la 1:21, menos de una hora después, el reportero cuenta que «*Lincoln Tunnel [is] still your best way across the Hudson River*» y a la 1:51 «*the good news [is] the Lincoln Tunnel, that's still the best way across the Hudson*». ¿Por qué estas pautas engañosas, “irreales”? Todo esto lleva a pensar que la transcripción de 24 horas de tráfico pudo haber sido manipulada, alterada por Goldsmith. ¿Qué diferencia hay pues entre esta pseudo-ficción y una ficción tradicional?

La transcripción de *Traffic*, pues, es difícilmente reciclaje pasivo. El diseño del libro enfatiza la transición de capítulos por horas, pero dicha transición es de alguna forma ilusoria, dado que los eventos simplemente continúan. Por otro lado, la falta de designación del día y el momento del día, le mantienen dando a la atmósfera un tinte surreal que nos hace meditar sobre lo que el texto verdaderamente exige del lector. ¿Pasarlo por alto y saltarlo eligiendo uno que otro momento del día al azar, o leerlo cuidadosamente? Realmente no importa. La idea sigue allí: “un día de tráfico en Nueva York”. Es así como *Traffic* se convierte en una verdadera obra de literatura conceptual que exige la creación del lector y no simplemente su lectura.

Al igual que Goldsmith, Vanessa Place es una escritora increativa, pero que se enfrenta en sus obras al “lado oscuro” de la misma. Place presenta documentos legales, transcripciones idénticas de casos judiciales éticamente desafiantes, como literatura. Los apropia. No altera un solo pedazo de ellos, sino que simplemente los transcribe del campo legal, dejando que sea del lector de quien dependa el juicio moral.

Place es una abogada y la mayoría de su trabajo envuelve la redacción de expresiones de agravios, tarea que consiste en copiar y editar la vida y problemas de las personas que apelen a la corte. Su literatura, por otro lado, es la apropiación de dichos documentos, los cuales transcribe durante el día. Como gran parte de la literatura “tradicional”, los escritos están llenos de drama mórbido, *pathos*, horror y humanidad. Pero lo curioso es que ella no ha escrito ni una palabra de ellos... o tal vez sí.

De alguna forma ella los ha escrito al mismo tiempo que los ha apropiado. Después de haber publicado dos novelas experimentales —una de las cuales consta de una sola oración de 130 páginas—, su producción literaria consiste en la re-publicación de declaraciones de hechos o expresiones de agravios de sus casos de corte. Dichas apelaciones constan comúnmente de tres partes: una declaración del caso en forma narrativa, la evidencia del crimen y el argumento. Para su producción literaria, Place solo utiliza la primera —la parte más “literaria”. En el proceso, no altera el documento original de ninguna forma más de eliminando la información específica de las víctimas, a modo de proteger sus identidades. En cuanto a la publicación de este material, no viola ningún estándar ético o código profesional, debido a que todas las declaraciones son materia del registro público y pueden ser consultadas por cualquiera. Al cambiar el contexto de lo legal a lo artístico y despojarlo de cualquier propósito judicial, el lector puede confrontar los textos en formas que antes eran imposibles.

Si consideramos que el lenguaje nunca es neutral ni verdaderamente objetivo, las declaraciones de hechos son argumentos solapados como documentación factual. Su obra *Statement of Facts* (2008) es una “novela” de 400 páginas en la que se exponen 25 casos y que, irónicamente, pareciera tener todo el encanto de una clara narrativa literaria:

*Once, Sara’s mother noticed Sara’s underwear was wet and smelled of semen. She asked Sara about it, but Sara said she didn’t know how it got there, and walked away. So her mother put Sara’s underwear in the wash and told herself not to think about “this evil of what’s happening”.*

*The last time appellant touched Sara was at her house, (RT 1303) Sara’s private hurt when appellant touched her: it felt like “poking”. It also hurt later when she went to the bathroom. (R T1302) Sara went to the doctor because her private was bothering her, “Like, when you put alcohol on your cut, but kind of worse when you get on the monkey bars.” The blisters itched. The doctor asked Sara what happened, but Sara didn’t want to say. The doctor gave Sara pills to take every day for a month, and the blisters went away. They returned; Sara had to take the medicine again. The blisters again went away, and again returned. Sara went back to the doctor, and saw Dr. Kaufman. (RT 1306-1309, 1311-1313, 1318, 2197).*

Al reformar su trabajo como literatura, la primera cosa que Place hace es descontextualizar el texto, desarraigándolo de una tierra estéril, en la probablemente nunca sea leído por alguien fuera de la corte. En segundo lugar, lo reproduce en páginas y formato diferente, removiendo identidades, de modo que coloca a la obra en una especie de limbo surreal —al igual que Goldsmith— que desafía al lector a creer en el concepto o idea más que en las palabras que lee.

La *uncreative writing*, como es de esperar en una atmósfera literaria todavía anclada en el debate entre vanguardia y tradición, ha recibido múltiples críticas en contra. Entre ellas, quizá la más teóricamente ordenada sea la del crítico estadounidense Ron Silliman, quien la ha calificado de un movimiento egocentrista, cuya naturaleza es anti-artística en el sentido de que es una explícita refutación de la historia. A partir de las declaraciones de algunos de sus principales artistas, como Kenneth Goldsmith y Christian Bök, quienes argumentan que la escritura increativa es esencialmente ilegible, Silliman presenta la pregunta: «*What does it mean for a work of art to be eminently likeable and almost completely unreadable?*» (Silliman, 2006). Y, sin embargo, con ella ignora ingenia y completamente la historia de las artes visuales, en las que el *pop art* de Andy Warhol y los *ready-mades* de Marcel Duchamp, por ejemplo, retaron a la tradición y a la concepción *retinal*<sup>9</sup> del arte. Un arte que exaltaba y reconocía la creatividad y el genio artístico. Sería de necios diferenciar a la literatura de la pintura y he allí quizás la clave de todo.

Según Silliman y la crítica opositora, asimismo, al separarse de la intervención “creativa”, el artista deja de tener una perspectiva explícita y mucho menos una crítica sobre el momento cultural. Esto retrotrae el debate del compromiso social del autor —suponiendo que el autor signifique algo para un texto existente—. Y aun así, suponiendo también que el argumento sea válido, la esencia de las obras no se define por lo que el autor dice de ellas (Wimsatt y Beardsley, 1946:1-3), por lo que una obra de literatura increativa siempre tiene la posibilidad de ser confrontada y reevaluada como cualquier otro texto por un lector tradicional (Goldsmith, 2011: 122).

¿Cómo reconciliar esto con la idea de que el arte conceptual es usualmente considerado como equivalente a lo que el título dice de él? Es entonces cuando viene a cabida la idea de la materialidad de la poesía del concretismo. Así pues, la materialidad en la que el texto fue diagramado o enmaquetado para su presentación final juega un papel principal. En otras palabras el texto, al ser lenguaje puro, siempre está sujeto a una limitante de forma: modificado, alterado, ergo reconstruido (Perloff, 2010: 145). El debate dialéctico entre la relación de lo experimental o la vanguardia versus lo tradicional continúa en la crítica

---

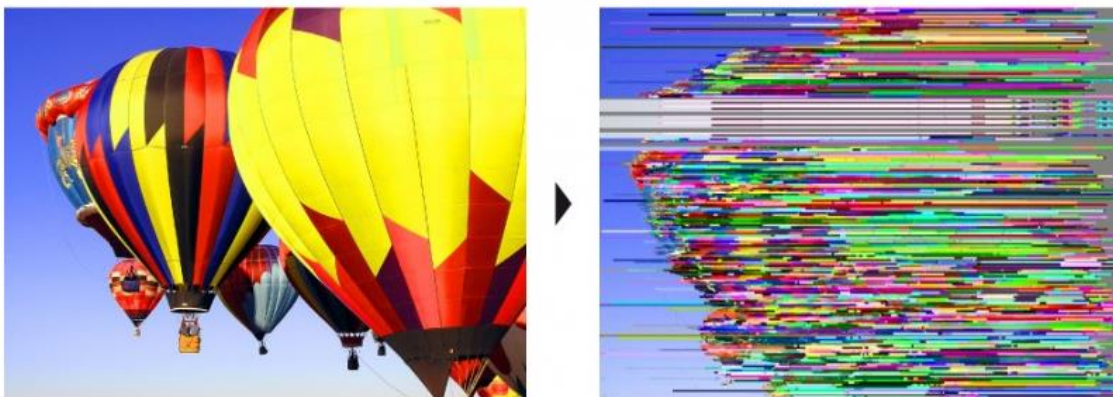
<sup>9</sup> Véase la sección C.1.c. *Literatura conceptual*.

literaria extrañamente a pesar de que estamos frente a algo distinto por primera vez en la historia de la literatura.

3. **Liquidez y materialidad.** Mientras que las nociones tradicionales de escritura estaban enfocadas primordialmente en la originalidad y la creatividad, el ambiente hipertextual y digital en general propone nuevas habilidades que incluyen la manipulación y la reproducción de textos preexistentes y que están siempre en constante crecimiento. Con la llegada de los medios digitales, nos introducimos al mundo de la manipulación textual —que no mucho antes era propiedad de la "escritura" y "literatura"—: ingresamos al mundo multimedia del hipertexto.

Nunca antes en la historia de la literatura el lenguaje había tenido tanta materialidad —fluidez, plasticidad, maleabilidad. Materialidad que se encuentra en nichos de información, esperando y rogando ser activamente administrada por el escritor: ser reproducida por él.

**Ilustración 8. Glitch art. Comparación de una fotografía y su resultado después de haber sido modificados sus metadatos**



(Fuente: <https://www.frontrowsociety.com>)

El texto ya no está atado a la dicotomía saussuriana, ya no solo es significado y significante, el hipertexto ahora posee nuevas particularidades que, aunque eminentemente técnicas, tienen importantes consecuencias en el proceso artístico-creativo. El texto en un ambiente digital es considerado, al igual que cualquier otro elemento digital, en una dicotomía muy parecida a aquella dualidad genética de fenotipo y el genotipo. Así pues, un archivo digital está compuesto por datos —es decir, la información visible— y metadatos —la información invisible— (Manon y Tempkin, 2011). «*Data, like crude oil, contains potential value*» (Goldsmith, 2011: 34), un valor futuro, implícito, subterráneo. Esto es fácilmente reconocible en técnicas artísticas relativamente recientes y muy populares como el *glitch art* —Ilustración 8—, en la que se manipulan los metadatos de los objetos para crear “aberraciones naturales” en sus datos,

es decir, en la parte visible de una imagen o video<sup>10</sup>. El hecho de que los metadatos estén compuestos por lenguaje codificado o accesorio, conlleva la idea de que el artista también puede utilizar dicho material para crear arte y, por qué no, literatura.

La pantalla y el ambiente digital, pues, se convierten en lienzos, con los espacios negativos entre las palabras tomando tanta importancia como las letras mismas —los espacios al final también son caracteres— y con metadatos ocultos que pueden ser utilizados para el provecho del artista. En otras palabras, el texto se vuelve activo. Hay procesos que funcionan detrás de lo que ve el ojo humano y dichos procesos pueden ser utilizados para provecho de la creatividad del artista. Esto retrotrae conceptos tradicionales como las propuestas teóricas de *Un coup de dés jamais n'abolira le hasard* (1987) de Mallarmé, en las que el acto de leer es considerado como un acto de decodificación por medio de la actualización y materialización de símbolos en una página.

La red deja marcas lingüísticas en los textos, las cuales son resultado de la mera interacción entre máquinas. Muestra de esto son, las intervenciones que aparecen en los correos a la hora de responderlos o reenviarlos —Ilustración 3. Suponiendo que dichos correos, por ejemplo, incluyan literatura, ¿debemos considerar también los rastros lingüísticos automáticos, las marcas de fechación y codificación, como literatura?

Los nuevos textos son demostraciones de ecologías locales y ligadas entre sí que actúan juntas para crear una nueva pieza de escritura. De esta forma, también los comentarios y la publicidad que circunscriben un texto en el ambiente de la hiperinformación son parte de él y tienen influencia en su significado. En estos ecosistemas, como lo denomina Goldsmith (2011:72), las versiones finales no existen. El texto es un flujo constante de información y es inherente a lo digital. Algunos autores de la teoría del *uncreative writing* esgriman también el concepto de la neutralidad de la red<sup>11</sup>: todos los datos deben ser tratados igual, sin tratarlos diferente por el usuario, contenido, sitio, aplicación o plataforma — en esta perspectiva, desde *spam* hasta el discurso de un Nobel, por ejemplo, todos son textos y todos pueden por lo tanto ser tratados artísticamente. La nueva escritura, entonces, tiene entre sus pretensiones tratar al lenguaje materialmente, enfocándose en las cualidades formales así como las comunicativas, en sus distintos estados y en sus distintos ecosistemas digitales.

Goldsmith propone el término *nude media* (Goldsmith, 2011:72) para definir a aquellos textos libres de su contexto *online*, es decir, descargados a un ambiente *offline*, como una computadora o un dispositivo

---

<sup>10</sup> Para un mayor acercamiento a la dicotomía entre datos y metadatos y su uso en la técnica creativa del *glitch art*, recomiendo leer el texto *Notes on Glitch* (2011) de Hugh S. Manon y Daniel Temkin.

<sup>11</sup> *Net neutrality*.

inteligente. Reincorporados al flujo de la red, dichos textos se "ecualizan" y se convierten en datos iguales al resto, sin importar su tipo original. La descontextualización y re-contextualización son procesos que crean textos totalmente nuevos.

El lector puede, por ejemplo, copiar el texto de una página web a un procesador de palabras y podrá observar que el texto será totalmente diferente, tanto en aspecto y forma como en contenido, ya que ahora contendrá el texto que antes era periférico como una nueva parte de él —Ilustración 9. Esto es parte de las técnicas de las que el lector dispone como reproductor.

**Ilustración 9. *Nude media*. La página de la Ilustración 1 trasladada a un bloc de notas**

```

NO TE PIERDAS » MacBook Apple watch Resultados Financieros
Apple 2T 2015 Especial AppleTV Lanzamiento Apple Music
PUBLICIDAD
El nuevo Apple TV costará 149 dólares y tendrá una "búsqueda universal", según BuzzFeed

02 de septiembre de 2015 | 17:05 CET
miguel-lopez
Miguel López
Google+
@mlopca
Editor en Applesfera
PUBLICIDAD

Sigue a Applesfera

Newsletter:

Correo electrónico
Suscríbete »
RSS Twitter Facebook Google Plus follow us in feedly
Versión móvil Versión tablet
Appletv

Comentarios 21 |
Guardar Compartir en Facebook Twitter Google+ E-mail
Hace pocos días vimos cómo Mark Gurman ponía un rango de precio aproximado al Apple TV que deberíamos ver dentro de una semana: de 149 a 200 dólares. Ahora es BuzzFeed la que afina más y pone encima de la mesa un precio fijado de 149 dólares como base gracias a lo que aparentemente han confirmado sus fuentes.

De todas formas se habla de ese precio como "introductorio", sugiriendo que quizás tendremos modelos con un almacenamiento o características superiores algo más caros. Ya en rumores más antiguos se hablaba de almacenamientos de 8 GB y más, así que a lo mejor el Apple TV adopta la estrategia de precios basada en almacenamiento que ya tienen el iPhone y el iPad.

```

**(Fuente: Bloc de notas personal)**

Debido a las propiedades manipulativas de la media digital, los textos son susceptibles al remix<sup>12</sup> y la reapropiación en escalas masivas: son obras que no tienen una forma final en el flujo constante de información. Pueden ser convertidas en video y luego a audio y de nuevo a imagen, tomando nuevas formas que se convierten textos independientes según cada estado. Es como el líquido que puede solidificarse y gasificarse. El lector —quien es el verdadero creador de sentido— se convierte en un reproductor, en un procesador de información que con facilidad crea textos y los reproduce a distintos

<sup>12</sup> Para mejor entendimiento de lo que es el remix ver el Capítulo III.

contextos para su práctica lectura. La descontextualización de un texto por cualquier forma de tecnología o actividad es, pues, un proceso de creación.

4. **Post-identidad.** La muerte del autor, como hemos visto, significó no solo la disolución de la figura seminal del texto sino la eliminación de los conceptos de genio, originalidad y estilo. A esto se suma que la fragmentación digital de los medios haya inutilizado cualquier sentido de autenticidad unificada y coherencia. Es decir, el texto es omnipresente y se encuentra en cada esquina de la red y, sin embargo, flota y se mueve en el flujo de información tan rápido como sea necesario para su supervivencia (Bauman, 2010:38).

La literatura apunta hacia la destrucción total de la autoría y la creatividad, apunta al surgimiento de las múltiples identidades —como los avatares o cuentas de una red social— al igual que el surgimiento de las múltiples autoridades en la modernidad líquida: la cultura contemporánea galardona y empodera a la "persona camaleón" (Goldsmith, 2011:103) de Goldsmith: aquella que puede cambiar de identidad con cada cambio de texto o plataforma y al superhombre según la concepción de Bauman (Bauman, 2010:114), que puede hacerse inaccesible a cualquier alcance debido a su rapidez e instantaneidad.

El auge de la memética y del reconocimiento de los memes como unidades culturales de transmisión son claros ejemplos de textos productos de la post-identidad. En ellos, la intervención de distintos lectores/reproductores en el proceso de su difusión hace que pierdan el sentido histórico-sincrónico que alguna vez tuvieron las obras literarias. El lector es un reproductor de ideas que son concretizadas en textos multiformes y nunca finalizados.

Ara Shirinyan es un escritor armenio-estadounidense que se hizo famoso por la creación de un texto que representa muy bien la carencia de la identidad en la literatura de la nueva era. En su obra *Your Country is Great* (2008), tomó los nombres de cada país en el mundo, organizados en orden alfabético, y *googleó* la fórmula: «*[nombre del país] is great*», obteniendo los resultados por nación. Luego, alineó los resultados obtenidos, colocando en cada *stanza* o estrofa un resultado diferente. El producto es una especie de guía turística emocional, creada a partir de contenido reapropiado de usuarios de la red. Sin referencias y sin firma, la obra deja que el lenguaje hable por sí mismo, permitiendo que sea el lector quien procese las opiniones expresadas. Veamos la entrada para la letra G, en donde, por ejemplo, encontramos a Guatemala y Grecia.

Guatemala:

*The number of children needing homes  
and the level of poverty in Guatemala*

*is great*

*Guatemala is great—  
not quite as cheap as Thailand,  
but laid back.*

Grecia:

*Greece is great,  
the people are great,  
the antiquities are great,  
the scenery is great,  
the ferries are great  
the food is great  
and yes,  
the shopping is great*

La selección *customizada* y la yuxtaposición de textos anónimos son ejemplos de literatura de post-identidad, alimentada por la tecnología. En ella el lector debe preguntarse si la identidad del autor tuvo algo que ver con “quien” realmente lo escribió. Esto recuerda las palabras del profesor inglés Walter Ong, cuando dijo que «*las tecnologías no son meras ayudas exteriores sino también transformadores internos de conciencia*», que cambian la visión del mundo y del humano mismo.

El poema titulado *Directory* (2009) de Robert Fitterman demuestra cómo, al simplemente transcribir el directorio de un centro comercial e imponerle limitaciones de forma y de rima con auxilio de *loops* verbales, se propicia la desorientación lingüística por medio de la reflexión en lugar de la expresión. A continuación las tres primeras estrofas:

*Macy's  
Circuit City  
Payless Shoes  
Sears  
Kay Jewelers  
GNC  
LensCrafters  
Coach  
H & M  
Radio Shack  
Gymboree*

*The Body Shop  
Eddie Bauer  
Crabtree & Evelyn  
Gymboree  
Foot Locker  
Land's End*

*GNC*  
*LensCrafters*  
*Coach*  
*Famous Footwear*  
*H & M*

*Lens Crafters*  
*Foot Locker*  
*GNC*  
*Macy's*  
*Crabtree & Evelyn*  
*H & M*  
*Cinnabon*  
*Kay Jewelers*  
*Land's End*

Este listado de directorio propone ser tan adormecedor, muerto y soso como la experiencia misma de visitar un centro comercial. Promueve la desorientación por cualquier medio: es como si imitara las sensaciones de los espejos, el pulido de la cerámica del suelo y el eco. Además de esto, la falta de especificidad repetitiva del poema refleja la naturaleza global del capitalismo al proporcionar marcas comerciales instantáneamente reconocibles en un flujo insensible. Los nombres de los almacenes —GNC, H&M, Jay's Jewelers, etc. — se repiten una y otra vez, emulando la sensación de caminar por los pasillos de un centro comercial. La post-identidad del poema funciona como un recurso poético en el que el lector, ensordecido por el flujo constante de lenguaje “inexpresivo”, es movido directamente a la idea. Esto recuerda a las palabras de Walter Benjamin (1936:34), cuando dijo que se experimentaba la arquitectura en un estado de distracción, puesto que uno percibe la presencia de un edificio mientras camina o hace cualquier otra cosa. Este es el perpetuo estado presente de las cosas, la modernidad líquida en la que los deseos llegan y se van tan rápido como sea necesario para que sigan siendo deseos (Bauman, 2010: 144).

Los movimientos de vanguardia fueron acusados de ser elitistas y de estar fuera de alcance para el lector promedio —disponible solo para los lectores cultos, conocedores, ¿qué literatura al final no es así? — incluso a pesar de estar dirigidos a las “masas”, las cuales los rechazaron como indescifrables e irrelevantes. Esta literatura de post-identidad es verdaderamente *popular*. Las ideas del texto son hechas claras aun antes de ser leído, por lo que no hay forma de que no sea entendido. En otras palabras, una vez entendido el concepto, el texto ha cumplido su función. El lector es movido del reino del objeto hacia el reino de la especulación y de las ideas.

## C. Panorama del nuevo texto.

Debido a que la literatura no se enfrentó a ningún fenómeno que removiera sus cimientos a lo largo de la historia, como ya se ha visto, tampoco se daría lugar en ella un movimiento equivalente a aquel que cambió para siempre la forma de construir y de ver la pintura: el *pop art*.

1. El *pop art* y la literatura conceptual. El *pop art* surge como una respuesta no solo a las corrientes visuales anteriores, sino como una respuesta a la forma entera de hacer arte y al debate dialéctico que lo había regido por toda la historia. Recordemos que la noción dialéctica del arte propone movimientos y contra-movimientos según las distintas épocas de la historia. Hasta la llegada de exponentes como Marcel Duchamp, el debate del arte había estado siempre dividido entre la noción de tradición y la noción de vanguardia. El arte se definía a sí mismo por su lucha con su pasado (Perloff, 2010: 166), el llamado el arte *retinal*<sup>13</sup> de los post-impressionistas y los cubistas.

a. Picasso vs. Duchamp. Kenneth Goldsmith, en su ensayo *Why Appropriation?*<sup>14</sup>, hace una comparación entre la obra de Pablo Picasso y la de Marcel Duchamp, mediante la cual explica la diferencia que marcó el arte conceptual con respecto con toda su tradición en la pintura. En dicha comparación, Picasso es presentado como una candela mientras que Duchamp figura como un espejo.

**Ilustración 10. *Still Life with Chair Caning* (1912) de Pablo Picasso**



(Fuente: <http://www.museupicasso.bcn.cat/es>)

<sup>13</sup> «Since Courbet, it's been believed that painting is addressed to the retina. That's everyone's error. The retinal shudder! Before, painting had other functions: it could be religious, philosophical, moral... Our whole century is completely retinal, except for the Surrealists, who tried to go outside it somewhat. And still they didn't go very far! In spite of the fact that Breton says he believes in judging from a Surrealist point of view, down deep he's still really interested in painting in the retinal sense. It's absolutely ridiculous. It has to change». (Cabanne, 1968:38-39)

<sup>14</sup> Goldsmith, 2011

Para entenderlo mejor, se puede analizar la obra de Picasso titulada *Still Life with Chair Caning* (1912) —Ilustración 10—, una de las primeras obras con rastros cubistas del autor. En ella se muestra, en forma de collage, una amalgama de pintura al óleo, lazo y mimbre de silla. La obra de Picasso es un ejemplo de lo que un artista tradicional hacía —ya fuere ortodoxo, ya vanguardista—: recolectaba los elementos para crear un todo armonioso. El hecho de que los elementos del collage no hayan sido contruidos por él, como el mimbre y el lazo, no rompe de ninguna manera con su armonía, sino que la refuerza: atrae la atención a sí misma. Como una candela, pues, este tipo de arte atrae a la complejidad y a detalles técnicos antes desapercibidos: es absorbente. El arte tradicional era reflexivo y absorbente.

**Ilustración 11. *Fountain* (1917) de Marcel Duchamp**



(Fuente: <http://www.understandingduchamp.com>)

Por otro lado, podemos tomar la famosa obra *Fountain* (1917) —Ilustración 11— de Marcel Duchamp. Consiste en un mingitorio firmado y colgado sobre un pedestal. Al contrario de Picasso, Duchamp apropió un objeto entero, descontextualizando y quitándole a este producto industrial su función original. En lugar de buscar la armonía de la totalidad, Duchamp descartó las cualidades retinales para crear un objeto que requiere del pensamiento más que de la vista<sup>15</sup>. Nadie se acerca a esta obra para admirar la calidad de la cerámica con que está hecha. En lugar de eso, funciona como un espejo. No es reflexiva sino deflexiva, no es absorbente sino generativa —puesto que mueve el pensamiento a otras direcciones o hacia el mismo espectador.

b. Pound vs. Benjamin. La misma comparación puede hacerse en la literatura, aunque con distintos matices y profundidad. La obra monumental e incompleta de Ezra Pound, *The Cantos* (primera

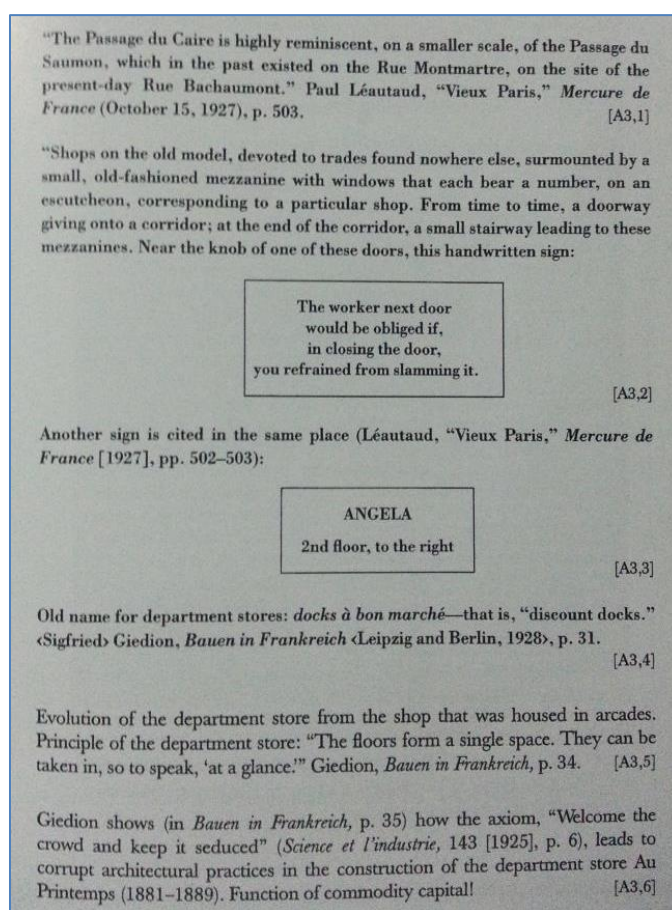
<sup>15</sup> Los términos en inglés, *thinkership* y *viewership* son más apropiados.



como altibajos de una estética y una armonía a lo largo de la obra. En ella, asimismo, Pound introduce claramente ideas suyas: políticas<sup>16</sup>, sociales, estéticas y artísticas, las cuales son el soporte de los textos ajenos, por lo que la obra, como la de Picasso, llama a la reflexión.

Ahora bien, veamos el segundo caso. Walter Benjamin es reconocido dentro del mundo de la crítica por su eclecticismo y su teoría moderna del arte y la tecnología. Entre sus pocas obras, quizás la más reconocida sea *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction* (1936) —Ilustración 13. Benjamin, sin embargo, dejaría incompleta una obra que pudo haber tenido el potencial de cambiar la historia de la literatura (Perloff, 2010:34-55; Goldsmith, 2011:112-115): *The Arcades Project*.

**Ilustración 13. Konvolut A (1908) de *The Arcades Project* de Walter Benjamin**



**(Fuente: *Unoriginal Genius*, Marjorie Perloff)**

La obra, de difícil clasificación, es una amalgama mayormente compuesta de citas, fragmentos completos y unas cuantas anotaciones. Son cerca de 850 fuentes las cuales se recolectan en el texto, con

<sup>16</sup> Es reconocida la polémica que generó *The Cantos* por su postura radical con respecto a la coyuntura política del fascismo durante mediados de siglo xx.

poca intervención original, a manera de unificación. En su lugar, la enorme colección de textos apropiados está superficialmente organizada por categoría. Alrededor del 75% por ciento de la obra son citas, las cuales le tomaron unos 30 años de recolección. Contrario a Pound, en la obra de Benjamin no se trata de armonizar el conjunto, sino que simplemente se presenta una acumulación de lenguaje, de la cual la mayoría no “pertenece” al autor. En ella, en lugar de admirar la capacidad sintética del autor, el lector se da a la divagación sobre la exquisita calidad de las elecciones de Benjamin, al reconocimiento de su gusto. Es lo que él ha filtrado lo que hace que la obra sea exitosa. Como el mingitorio Duchamp, la obra lanza al lector lejos de sí misma, a manera de un espejo.

*The Arcades Project*, sorprendentemente también es un ejemplo de proto-hipertexto (Perloff, 2010:24-49), en el que la narrativa lineal es remplazada por una narrativa sistemática parecida a la de la red. Anticipando la instantaneidad del lenguaje, el libro no tuvo una forma fija, estática, sino que fue organizado como un fichero en el que los textos se comunicaban por medio de nexos lógicos. Es, por lo contrario, una especie de enciclopedia en la que se conectan las diferentes citas por medio de vínculos marcados en las páginas, justo como funciona un sitio de internet, creando una imagen dialéctica, un *screenshot* del momento histórico, en donde el pasado y el presente momentáneamente se fusionan y crean una imagen instantánea.

Los hipertextos, en un ambiente digital, solo son puentes, puertas a la idea. Su utilidad se limita hasta el momento en el que el usuario ha captado la idea para luego ceder su existencia y ser reemplazados por otros mediante vínculos —hipervínculos— que son creados dentro de ellos mismos. El lector es un navegador que va recolectando las ideas en el océano del hipertexto, sin detenerse en ninguna. «*When skating on thin ice, your salvation is in the speed*»<sup>17</sup>, como reza la modernidad líquida. Cuando el objetivo de todo texto debe ser presentar la idea antes de perder al lector, ¿qué mejor que el texto se convierta en la idea misma?

c. Literatura conceptual. En la literatura, aunque hubo múltiples intentos de representar el consumismo de la sociedad capitalista por medio del hiperrealismo<sup>18</sup>, nunca existió una verdadera literatura conceptual. Hubieron movimientos primitivos con la tentativa —desde el situacionalismo y el concretismo hasta la poesía  $L=A=N=G=U=A=G=E$  y la nueva poesía americana— que tuvieron algunas propuestas sobre el uso alternativo del lenguaje, pero nada que desafiara la noción tradicional de originalidad y creatividad. ¿Por qué?

---

<sup>17</sup> Ralph Waldo Emerson.

<sup>18</sup> Tal como el *pop art* lo hizo con la pintura.

El arte visual aprendió del *pop art* de los sesentas cómo *no* ver las obras, sino pensarlas. Alejarse de lo narrativo, de lo lineal y lo transparente y no usar al consumismo como tropos o una alusión, sino como técnica o transformación. Para analizar cómo el *pop art* impactaría el mundo del arte para siempre es necesario recurrir a las teorías de Sol Lewitt (1928-2007), uno de los artistas plásticos más importantes de los inicios del arte conceptual. La propuesta de Lewitt realza la noción de que el arte debe existir únicamente en la mente y que las ideas pueden ser obras de arte, de modo que su representación —texto— pueda ser indefinida e imprescindible para la lectura. En pocas palabras, las ideas no necesitan ser hechas físicas, por lo que no importa en qué forma se manifiesten, siempre seguirán allí.

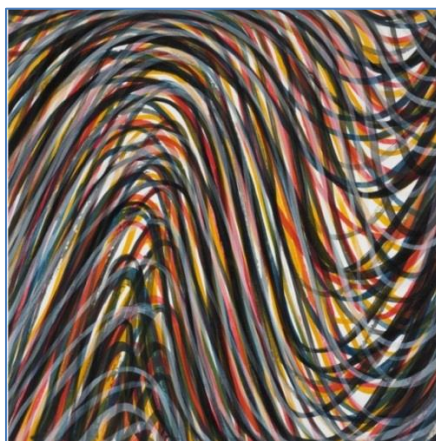
Las pinturas de Lewitt —especialmente en su última etapa— consistían en meras instrucciones, las cuales eran efectuadas por otras personas a libre interpretación. Por ejemplo, a continuación se presenta una pintura suya de 1969:

*On a wall, using a hard pencil, parallel lines about 1/8'' apart and 12'' long are drawn for one minute. Under this row of lines, another row of lines are drawn for ten minutes. Under this row of lines, another row of lines drawn for one hour.*

Y otra de 1970 —Ilustración 14:

*On a wall (smooth and white if possible) a craftsman draws 500 yellow, 500 gray, 500 red and 500 blue lines, within and area of 1 square meter. All lines must be between 10 cm and 20 cm long*

**Ilustración 14. Wavy Brushstrokes Superimposed #1 de Sol Lewitt**



(Fuente: <http://www.moma.org>)

Para su realización, Lewitt contratava a fabricantes<sup>19</sup> para que reprodujeran estas ideas en medios físicos. ¿Qué tipo de injerencia tenían entonces estos fabricantes en el proceso creativo? ¿Cómo interpretar

<sup>19</sup> *Craftmen*, según el propio término de Lewitt (Goldsmith, 2011: 135).

instrucciones tan vagas sin intervenir en la idea original del autor? La clave está en el concepto del texto como idea. El arte conceptual se caracterizó por realzar desde sus comienzos la diferencia entre ver y pensar. El juego entre la materialidad y el concepto traiciona los principios de la mimesis y representa una idea para los nuevos lectores, quienes se enfrentan a la nueva fluidez y liquidez del texto, el cual es capaz de presentarse en una multitud de formatos, según las infinitas posibilidades de interpretación.

Esta forma de ver el arte conceptual atenta contra la noción de artista como ente creativo y, en cambio, propone al artista como una especie de programador, mientras que, por otro lado, el fabricante o *craftmen* se convierte en el reproductor y difusor de la idea. Este concepto fue utilizado no solo en las artes visuales, con artistas como Yoko Ono y el grupo Fluxus, sino también en la música. Un ejemplo de ello fue John Cage, quien componía obras para ser interpretadas, por ejemplo, a lo largo de 18 horas seguidas y por un grupo de músicos contratados. En palabras de Lewitt: «*The draftman perceives the artist's plan, then reorders it to his own experience and understanding*» (Goldsmith, 2011:136). Las nociones del arte sin autoría, el juego entre el autor y el fabricante y el desprestigio del impulso romántico que “debía” caracterizar al arte darían nuevos cimientos a las artes visuales, en las que en la actualidad la apropiación y la *inoriginalidad* son vistas como técnicas artísticas aceptables e incluso ya tradicionales.

Andy Warhol (1928-1987), por otro lado, colaboró a la propuesta del traslado de la idea de artista como creador a la del artista como mediador o reproductor del texto *memetizado*<sup>20</sup> (Goldsmith, 2011:112). El autor original se difumina una vez ha iniciado el evento causal o *trigger event* a partir del cual se realizan las reproducciones. En la era de hiperinformación y de cultura líquida, los textos son filtrados por los lectores, quienes ya no apropian las ideas para sí, sino que las reproducen. Las redes sociales y las plataformas web propician la difusión y descontextualización continua de textos que son recreados con cada lector.

*These regestures -such as reblogging and retweeting- have become cultural rites of cachet in and of themselves. Sorting and filtering -moving information- have become a site of cultural capital. Filtering is taste* (Goldsmith, 2011:178).

El lector como receptáculo ha muerto. El desarrollo del internet y el surgimiento del ciberespacio han revolucionado completamente el texto. En este fértil nuevo contexto, la escritura in creativa se ha convertido en el verdadero *pop art* para la literatura. Tal como se ha visto, su recepción y difusión no dependen del elitismo del lenguaje extravagante sino de la honestidad de su propuesta: se sabe qué es antes de ser leída.

---

<sup>20</sup> Véase Capítulo III.

## D. El nacimiento del reproductor.

*We humans like to think we are the designers, creators and controllers of this newly emerging world but really we are stepping stones from one replicator to the next.*

—Marjorie Perloff

*What is the reader? Once the human is taken out of the picture, the reader begins to assume the identical role as the uncreative writer: moving information from one place to another. Just think of the way you "read" the Web: you parse it, sort it, file it, forward it, channel it, tweet it and retweet it. You do more than simply "read" it. Finally, the long-theorized leveling of roles has been realized, where the reader becomes the writer and vice versa.*

—Kenneth Goldsmith

El lector ha muerto, pero el arte sigue tan vivo como siempre. El movimiento postmoderno del siglo pasado logró matar la figura tradicional del autor al exponer cómo la obra es el producto de un proceso creativo que ocurre en el escritor pero que va más allá de él (Barthes, 1977:25). Es, pues, incorrecto reducir la obra al acto de la producción “original”. Jameson esclarece que la propuesta del estructuralismo y post-estructuralismo sobre la "muerte del sujeto" se hace viva no tanto en la muerte de esa estructura *caracterial* —el sujeto— cuanto de su liberación a ese presente perpetuo y líquido de la hiperinformación (Jameson & Sánchez, 2010: 112). Como parte de la fragmentación de la realidad, los textos se convierten eminentemente inter e hipertextuales, es decir, conectados entre sí y fuera de sí. El nuevo lector no es pasivo, es un programador y reproductor de ideas: es un creador. Ahora bien, para sobrevivir en un mundo de hiperinformación, el lector necesita técnicas que le permitan recolectar y difundir las ideas por medio de textos.

1. Nuevas técnicas de lectura. La ilegibilidad de los nuevos textos ha retado al lector a sobrevivir en un ambiente inhóspito debido a su instantaneidad. El lector recurre ahora, pues, a formas de filtrado de información, de síntesis y de análisis y disección.

En su ensayo titulado *Parcing the New Illegibility* (2011), Kenneth Goldsmith utiliza el término *parsing* o *parseado*<sup>21</sup>, cuya traducción inexacta podría ser diseminar u hojear, para referirse al proceso que adopta el usuario de la web ante textos cuya longitud —o bien, *ilegibilidad*— requiere filtrados de

---

<sup>21</sup> En este trabajo utilizaré el calco semántico *parseado*, *parsear*.

información como nuevos métodos de lectura. Esta palabra proviene del latín «*pars*», término que se refiere a la disección de las distintas partes de un discurso.

El internet reta a los lectores no por la manera formal en la que está escrito —mayormente sintaxis ortodoxa, expositiva y normativa— sino por su enorme tamaño y su falta de linealidad. Sus características exigen nuevas técnicas de lectura como lo son la *sobrelectura* o *parseo* (ojeada), la recolección de datos, *RSS feeds* y otros, en los que el humano imita a los métodos con que usualmente las computadoras analizan textos en búsqueda de palabras claves.

La escritura ilegible puede rastrearse históricamente incluso en textos impresos. Escritores como Gertrude Stein y el grupo *L=A=N=G=U=A=G=E*, así como textos como *Galaxias* de Haroldo de Campos<sup>22</sup>, propusieron medios visuales de lectura diseñados para ser pasados por alto y para tener como fin único el deleite de los ojos, en un sentido visual (Perloff, 2010:76). Stein, por ejemplo, utilizaba medios visuales como estética, dejando en segundo plano la lógica lineal del texto. A continuación se presento un fragmento de la obra *Mrs. Hersland and the Hersland Children* de *The Making of Americans*, de Stein:

*There are then always many millions being made of women who have in them servant girl nature always in them, there are always then there are always being made then many millions who have a little attacking and mostly scared dependent weakness in them, there are always being made then many millions of them who have a scared timid submission in them with a resisting somewhere sometime in them. There are always some then of the many millions of this first kind of them the independent dependent kind of them who never have it in them to have any suck attacking in them, there are more of them of the many millions of this first kind of them, who have very little in them of the scared weakness in them, there are some of them who have in them such a weakness as meekness in them, some of them have this in them as gentle pretty young innocence inside them, there are all kinds of mixtures in them then in the many millions of this kind of them in the many kinds of living they have in them (Stein, 1995:177).*

Este es un pasaje extremadamente visual, con ritmos propulsados por la sonoridad de las consonantes y la verticalidad de las repeticiones, así como las secuencias de las palabras *millions* y *them*. El texto no tiene sentido sintáctico lógico: las palabras no parecen funcionar como normalmente lo harían. El lector puede encontrarlas como entidades sordas pero visuales o también como significantes de un texto construido enteramente por lenguaje. Cualquiera de las dos formas proyecta la idea de que el texto es una carcasa para la idea, y que para llegar a ella el lector debe conocer las reglas del juego y no perderse en la pseudo-narratividad que pueda encontrar (Goldsmith, 2011:162).

---

<sup>22</sup> Ver la sección A.1.a.

Ilustración 15. Página 7 de *Flatland* (2007) de Derek Beaulieu



(Fuente: <http://writing.upenn.edu>)

La escritura asémica<sup>23</sup> es, por otro lado, un ejemplo de las posibilidades de la ilegibilidad como propiedad lingüística y artística. Para la obra titulada *Flatland* (2007), Derek Beaulieu removió todas las letras del libro del mismo título del autor inglés Edwin A. Abbott y las reemplazó por líneas. Para dibujarlas, tomó una regla y comenzó con la primera letra de cada página, trazando una línea hacia la siguiente ocurrencia de dicha letra en la página y luego en la siguiente, y así sucesivamente hasta terminar la página. Luego, tomó la segunda letra de la primera palabra y trazó la trayectoria con la misma modalidad. El resultado son páginas de gráficas que representan el esqueleto lingüístico de la obra. No hay dos páginas que sean iguales. Es una traducción basada en ocurrencias lingüísticas en lugar de contenido semántico, casi como realizar un análisis conceptual estadístico en el texto. El producto es una obra totalmente ilegible y, aun así, basada enteramente en lenguaje.

---

<sup>23</sup> La escritura asémica es una forma de escritura de semántica abierta, cuyo significado el lector es obligado a rellenar e interpretar. Es equivalente a una obra de pintura abstracta, en la que el significado ocurre translingüísticamente, es decir, sin importar el idioma del lector. La escritura asémica incluye obras de caligrafía abstracta, escritura sin palabras y escritura verbal dañada más allá del punto de legibilidad (Gaze & Jacobson, 2013:13-20).

En la actualidad, la literatura in creativa también ha hecho grandes propuestas al respecto. Un ejemplo es la obra *Parse* (2008) de Craig Dworkin. En ella, Dworkin transcribió un libro entero de gramática en base a sus propias reglas. La abstracción del resultado puede notarse inmediatamente en este fragmento:

*Preparatory Subject third person singular intransitive present tense verb adjective of negation Noun conjunction of alternation Noun locative relative pronoun auxiliary infinitive and incomplete participle used together in a passive verbal phrase definite article Noun genitive proposition relative pronoun period Relative Pronoun third person singular indicative present tense verb and required adverb forming a transitive verbal phrase marks of quotation definite article singular possessive noun verbal comma marks of quotation definite article verbal noun genitive preposition definite article singular noun comma marks of quotation* (Dworkin, 2008:27).

El origen del texto es el libro *How to Parse: An Attempt to Apply the Principles of Scholarship to English Grammar* (1984), también de Abbott. Dworkin parseó y transcribió el libro según su propio sistema idiosincrático de análisis, durante cinco años. Lo que presentó finalmente Dworkin es estructura como literatura, así de simple. Carece a propósito del juego rítmico de la visualidad y la oralidad que autores como Stein trataron de imponer. ¿Qué exige entonces el texto del lector? El *parseo*, etimológicamente, tiene como función segregar las partes del discurso, analizar la forma, función y relación sintáctica de cada parte de la totalidad. En otras áreas, como la informática, *parsear* significa analizar las diferentes partes del código para que la computadora pueda analizarlas más eficientemente (Goldsmith, 2011:168). ¿Qué es entonces esta obra?

Un comienzo interesante puede ser preguntarse, en su lugar, ¿qué no es? *Parse* no es un libro de poesía, ni narrativa, tampoco de ficción. No es melódico y no tiene *pathos* ni emociones. No es un libro telefónico ni de referencias, y así sucesivamente. Entonces el lector comienza a analizar paulatinamente la pregunta de cómo puede dicho texto pasar por literatura y cuestiones como: ¿Qué significa *parsear*? ¿Qué nos dice esto del lenguaje? ¿Quién o qué impuso las reglas de la lectura? ¿Qué tan flexibles son? Es ahora cuando el lector comprende que al *no leerlo* es como realmente comienza a *entenderlo*.

Pero, cuando el lector cree que ha descifrado la forma correcta de enfrentarse a la obra, surge un imprevisto. En la página 217, después de más y más fragmentos de estructura repetitiva, aparece la siguiente frase:

*NOUN CARDINAL ROMAN*

*NUMERAL PERIOD*

*SUBJUNCTIVE MOOD*

*The answer is, that we desire here to speak of the fact, not as definite facts, but as possibilities* (Dworkin, 2008:217).

Es una oración trasladada en inglés normativo. Así que entonces la mecánica del texto cambia. Después de todo hay una intervención “creativa”: una frase que invierte el sentido completo del texto. Más adelante encontramos un par más. ¿Por qué? Estos pequeños ejercicios son a la vez un preámbulo para la siguiente versión del libro, en la que planea escribir una novela narrativa a partir del modelo estructural de esta obra. En otras palabras, invertirá la tarea. Para ello colocará sustantivos en cada lugar en donde haya colocado *noun*, verbos intransitivos en donde ha colocado *intransitive verb* y así hasta “rellenar” la obra con lenguaje narrativo. Una tarea monumental que expande las fronteras de la literatura de la nueva era.

Ahora bien, ¿qué pasaría si hubiéramos imaginado la obra de Dworkin como una idea, como una instrucción al estilo Lewitt? “Parsear un libro gramática de acuerdo a sus propias reglas”... Suponiendo que no tuviéramos la concepción de lo que sería leerlo, sostenerlo, examinarlo, ¿nos sería negado el placer de *entenderlo*? Es muy probable que no. La idea es simple pero a la vez muy rica en significado. La fabricación, la precisión de su ejecución, la belleza de su lenguaje y la belleza de su idea podrían haber tenido muchas formas, y ninguna de ellas importaría dado que la idea siempre seguiría allí, presente. Las ideas son consolidadas para formar imágenes instantáneas de la obra de arte, las cuales pueden variar de reproductor en reproductor, pero siempre conservan el mismo núcleo conceptual: son representaciones de una misma idea.

Estamos frente al nacimiento del texto como plataforma para saltar al pensamiento: nos movemos de la lectura al pensamiento y, solo allí, es cuando el lector abraza la verdadera “universalidad”. De nuevo, cualquier persona que pueda entender el concepto entiende, por tanto, el texto. Las obras de la *uncreative writing* están diseñados específicamente para eso, como hemos visto: ser entendidas aun antes de ser leídas —o de no ser leídas en absoluto.

Es necesario reconocer el efecto dominó que la abstracción de la literatura conceptual establece desde su concepción. Si la idea es el verdadero texto, quizá la relación entre las ideas sea mucho más importante que las ideas mismas (Bayard, 2007:75), y así sucesivamente. Cuando la velocidad lo es todo, movernos por encima de las ideas es mucho más efectivo que correr *entre* ideas. No importa qué tan original o iconoclasta sea un texto: como cualquier otro, no es un objeto aislado sino parte de la biblioteca colectiva. El lector debe ser cada vez menos lector y más bibliotecario, conociendo las relaciones que hay entre los textos —i.e. ideas— y no perdiéndose en los textos individuales sino teniendo siempre un mapa mental de la biblioteca colectiva. Solo de esta forma puede ubicarse y sobrevivir. En la era de la hiperinformación, la no-lectura no es una actividad pasiva sino activa, diseñada para los lectores más aptos y más rápidos. La cultura es, después de todo, una cuestión de orientación (Bayard, 2007:45).

Mientras que la lectura es enriquecimiento en el momento en que ocurre, también es un recurso de despersonalización. Dado que al lector le es imposible estabilizar en su memoria el menor de los fragmentos del texto, se ve incapacitado de coincidir con sí mismo. Todo lo que queda después de una lectura es el texto-pantalla, la idea que tenemos del texto.

Los nuevos lectores se enfrentarán al cuestionamiento de la labor que debió constituir la creación una obra monumental —cuya hipertextualidad impide incluso medir—, así que, en un debate contemporáneo de tipo tradicional, la pregunta de “¿cómo fue hecho?” se vuelve más importante que lo que el autor trató de decir. Esto es un golpe bajo para la literatura. Pero, desde una perspectiva actualizada y consciente de la época, es la piedra *rosetta* que dará paso a una nueva concepción de la literatura como un elevador de la lectura hacia el pensamiento.

**Ilustración 16.** Interfaz de una cuenta de Tumblr. En ella que no se muestran descripciones, autores u origen de las imágenes apropiadas



(Fuente: <http://hyperreal-bricolage.tumblr.com>)

2. Nuevas formas de reproducción. Al sentarnos frente a nuestra computadora estamos simultáneamente leyendo y escribiendo, consumiendo y redistribuyendo información, haciendo uso de tecnología para ayudar a llevar nuestros argumentos a las demás personas. En las redes sociales y las demás plataformas de contenido social, lo que luce a primera vista como una masa aleatoria de

información es, de hecho, multidimensional y autobiográfica. Un *timeline* de Twitter desde esta perspectiva, por ejemplo, es un extraño texto infinito que va creciendo y en el que se apropian fragmentos ajenos. Un *retweet* puede tener continuidad y ser coherente dentro del discurso actual de dicha *timeline*, por lo que fácilmente puede ser incorporado al texto. ¿Por qué considerarlo como una cita o un texto ajeno, cuando se adapta de manera natural al nuevo texto? Lo mismo sucede con los estados compartidos de *Facebook* y los reblogs de *Tumblr*. La descontextualización de un texto y reincorporación del mismo en un nuevo discurso sucede tan rápido como el proceso de lectura y es olvidado instantáneamente<sup>24</sup>: pasa a formar parte de una nueva cuenta casi sin distinción.

Esto es más notable en redes como *Tumblr*, en donde cada usuario posee una página exclusiva. En ellas aparecen todos los textos que dicho individuo ha reblogueado. Los textos, no obstante, aparecen la mayor parte del tiempo sin fuente ni origen, al menos hasta que el usuario le da clic a cada uno para buscar dichos datos específicamente. ¿Cómo distinguir qué posts son “originales” y cuáles no? ¿Importa eso realmente?

*Tumblr* es una red social de *microblogging*<sup>25</sup>, su diseño facilita precisamente la anonimidad y la instantaneidad de los textos —ver Ilustración 16—. De este modo, el usuario es impulsado a seguir a otros usuarios por el contenido que postean pero también por el contenido que comparten, que apropian para sí, por su *gusto*. Esto nos retrotrae a la idea de lector como reproductor y filtro de material. Es el mismo lector el que, a manera que va leyendo, descontextualiza los textos y construye nuevos discursos.

Los estados o *tweets* tienen la habilidad de reducir circunstancias complicadas hasta una sola oración. Hay una sensación de urgencia en dicha compresión: incluso los *tweets* más cotidianos —cuando el usuario está compartiendo su desayuno o su alegría por un juego de fútbol— son percibidos sin distinción en un *timeline*, al igual que las noticias de última hora o versos de un poema, demostrando, de nuevo, que el medio es todavía el mensaje: la interfaz de *Twitter* ha reformado el lenguaje ordinario para hacerlo sentir extraordinario. Los estados de las redes sociales como *Twitter*, los cuales son rápidos y efímeros, no ocurren en aislamiento, sino que su valor yace en la rápida sucesión de varios estados. Mientras más contenido el usuario publique y con más frecuencia, más efectivo se vuelve su mensaje y se

---

<sup>24</sup> Algunos *timelines*, como el de *Facebook*, están diseñados para resaltar solo ciertos estados —generalmente los que tengan más éxito—, de modo de que no todos ven todos los nuevos textos que se introducen por el usuario. Esta característica influye en la comunicación, dado que filtra y sesga la lectura del usuario, el cual no puede “escoger” sus lecturas ni tampoco el orden de los textos. En otros *timelines*, como es el caso de *Twitter* y *Tumblr*, permiten la aglomeración de textos —ya sean *tweets* o posts— en orden cronológico, de modo que el lector puede leer todos los estados de un usuario al que sigue. Sin embargo, esto también provoca que el *timeline* crezca exponencialmente y que la instantaneidad de los textos sea más fugaz.

<sup>25</sup> También llamado *nanoblogging*, es un servicio que permite al usuario postear o compartir entradas generalmente cortas —y mayormente visuales—, muy fáciles de compartir.

van acumulando en la “narrativa” personal. Aun así, tan pronto como son publicados, son empujados al fondo y se evaporan más rápido de lo que solía llamarse antes “noticias de ayer”. Al *parsear* toda esta información pareciera haber una urgencia de actuar, responder, clicar, guardar —seleccionar como favorito o dar *like*—, archivar y manipularlo todo. O simplemente no hacer nada. Las palabras del escritor conceptual Tan Lin lo expresan mejor: «*The best sentences should lose information at a relatively constant rate. There should be no ecstatic moments of recognition*». La nueva literatura llama a eso, a lo efímero, lo breve, lo visual. Después de todo, el lector actual ya no tiene tiempo para “sentarse a leer”.

La tendencia de abreviación del lenguaje no es cosa nueva y, sin embargo, cada vez es más notoria. Desde las novelas de tres líneas de Félix Fénéon, las últimas obras de Brecht y la moda de los microcuentos, la acumulación de pequeños textos, en lugar de grandes narrativas, pareciera atraer más a la gente. En la actualidad, las verdaderas estrellas de la literatura no son autores detrás de grandes novelas, son los *tweetstars*, los *power users*, las cuentas con más de mil seguidores: son ellos los que tienen mayor impacto en la comunidad de lectores y los que tienen mayor capacidad de adaptación.

Darren Wershler y Bill Kennedy, escritores canadienses, con su obra *Status Update* (2009), construyeron un programa de minería de datos que combina sitios de redes sociales, recolectando todos los estados de usuarios seleccionados. El motor luego quita el nombre de usuario y lo reemplaza aleatoriamente con el nombre de un escritor muerto. El resultado se presenta como una lluvia de cotidianidades curiosas.

*Kurt Tucholsky is on snow day number two... what to do, what to do? Shel Silverstein is gettin' in a little Tomb Raiding before going into work. Lorine Niedecker is currently enjoying her very short break. Jonathan Swift has got tix to the Wranglers game tonight. Arthur Rimbaud found a way to use the word "buttress" as well<sup>26</sup>.*

El programa construye el poema sin parar, obteniendo constantemente estados tan rápido como son escritos y publicándolos automáticamente en un sitio cada dos minutos. Cada nombre propio en la página es cliqueable, llevando al lector a un archivo o historial de los estados ligados a dicho autor. Si, por ejemplo, se da clic al nombre de Arthur Rimbaud aparece el siguiente texto:

*Arthur Rimbaud is on a goofy musical nostalgia trip. Arthur Rimbaud just picked up a sweet old studio convertible table for 10 bucks at a yard sale round the corner. Arthur Rimbaud is at the shop and assembling a window display with huge budding branches found at the side of the road! Arthur Rimbaud can finally listen to the wonderfulness of vinyl! Arthur Rimbaud would like to learn to read while sleeping<sup>27</sup>.*

<sup>26</sup> Status Update, <http://www.statusupdate.ca>. Recuperado el 16 de julio de 2009.

<sup>27</sup> Status Update, <http://statusupdate.ca/?=Arthur+Rimbaud>. Recuperado el 16 de julio de 2009.

Lo que hacen Wershler y Kennedy pareciera emular lo que el matemático Rudy Rucker llamó una caja de vida o lifebox. Un concepto futurístico en el cual el conjunto de datos acumulados de equis usuario —estados, tweets, correos electrónicos, entradas de blog, comentarios hechos en páginas web, etc. — será reconstruido como inteligencia artificial una manera impresionantemente creíble. El teórico digital Matt Person propone que con esto será posible comunicarse con las personas que hayan fallecido como si estuvieran vivas, en base a lo que escribieron en vida. Es una autobiografía como un constructo vivo y, con el avance del tiempo, será posible también que dichos “fantasmas” digitales puedan crear contenido nuevo, escribiendo nuevas entradas de contenido o copiando y pegando videos. Por el momento, Pearson ha programado ya una rudimentaria cuenta de *Twitter* que publica periódicamente en base a su historial de vida en la web.

¿Cuál es el papel del humano y la creatividad en esto? ¿Es posible que la literatura se escriba sola? Quizás estemos frente al horizonte del nacimiento del texto como un ente literalmente vivo porque el resultado de estas tentativas son poemas vivos, que se van escribiendo al ritmo con que internet es escrito, *parseados* por robots y siendo escritos aunque nadie los lea. Lo que emerge entonces, no es árido nihilismo ni negatividad, sino lo contrario: el texto, al no expresar las ideas de un autor, permite que el lenguaje se exprese a sí mismo. ¿Un lenguaje para no ser leído por el ser humano? El texto es la idea. Utilizando las palabras de Wittgenstein: «*Si observamos un objeto, no necesitamos pensarlo; pero si tenemos la experiencia visual de mencionarlo en nuestra mente podremos darnos cuenta que comenzamos a ver lo que pensamos*». Le hemos dado vida a un monstruo, y ahora viene por nosotros.



### III. EL REPRODUCTOR SEGÚN LA MEMÉTICA

*We need to take Internet memes seriously: [...] the meme concept encapsulates some of the most fundamental aspects of contemporary digital culture.*

—Limor Shifman, 2014

Walter Benjamin discutió el concepto de la originalidad, particularmente aplicada a la reproducción, en su obra *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction* (1936). En ella menciona que «*incluso la más perfecta reproducción de una de arte carece de un elemento: su presencia en el tiempo y el espacio, su única existencia es el lugar en el que sucedió*» (Benjamin, 1936: 13). Pero, ¿es verdaderamente significativo esto en el nueva cultura digital? ¿Qué importancia tiene para el lector el origen histórico/espacial de un texto que, como hemos visto, es instantáneo e hiperinformático? Mejor aún, dentro de la noción de contenido viral, ¿qué es exactamente el autor? ¿Qué papel juega el lector? Para adentrarse en la idea del reproductor en un ambiente de hiperinformación es necesario conocer el concepto de autor como reproductor y el papel contemporáneo de la reproducción memética como proceso vital del nuevo texto, acercarse a las corrientes predominantes de análisis memético y diferenciar el concepto de texto como meme o unidad memética.

En este capítulo analizo el concepto de meme como ejemplo de un texto hiperinformático en el que lector y autor son el mismo: el reproductor. A partir de una definición formal de meme, establezco las diferencias y similitudes con el texto viral y estudio cómo se da el proceso de creación por medio de la descontextualización —“el contexto es el nuevo contenido”. Posteriormente, introduzco el concepto de *spread media*, es decir, una reacción teórica al concepto de viralidad, en la cual el reproductor tiene tanto poder como el autor tradicional. Por último, propongo el remix como ejemplo de la nueva mimesis artística que rige la era de la hiperinformación.

#### A. Memes

Suele conocerse como meme la propagación de elementos como rumores, videos o imágenes de persona a persona vía internet. Sin embargo, es precisamente la ambigüedad y falta de concisión de su definición lo que ha perjudicado el desarrollo de la memética como una ciencia. Según Shifman (2010:54), la solución yace en que un meme debe definirse no como una unidad, sino como un grupo de unidades. El meme es, pues, un grupo de elementos digitales que comparten las características de

contenido, forma y estancia<sup>28</sup> en común, que fueron creados con conocimiento mutuo y fueron circulados, imitados y/o transformados vía internet por muchos usuarios (Shifman, 2014:23). La ventaja de esta definición es que permite diferenciar al meme del viral, ya que todo meme es viral pero no todo viral es meme, como veremos adelante. Asimismo, los memes gradualmente escalan hacia un fenómeno social compartido, lo cual hace que tengan un impacto mucho más fuerte en la cultura. El concepto del meme encapsula algunos de los aspectos más fundamentales de la cultura digital contemporánea e incluso de la cultura participatoria en general en la que vivimos.

Otro avance en el estudio de Shifman, es que propone abarcar la memética desde una perspectiva ya no cultural, biológica o social, sino comunicatológica. Los memes solían ser considerados irrelevantes para el entendimiento de los contenidos de media masivos, debido en gran parte a que consistían en material transmitido simultáneamente de una sola institución a muchas personas. Sin embargo, este ya no es el caso en una era que disuelve las fronteras entre lo masivo y lo interpersonal, lo profesional y lo amateur y cualquier tipo de comunicación vertical u horizontal. Ahora vemos cómo las instituciones se “personalizan” en las redes sociales y los usuarios, por ejemplo, se convierten en empresas al momento de crear una página web. Aunque los memes son aparentes artefactos triviales y mundanos, en realidad reflejan profundas estructuras sociales y culturales: epitomizan la esencia de la llamada era hiperinformática, esta modernidad líquida en la que los nexos de comunicación mueren en el instante.

1. **Memes vs virales.** El arte, al ser mimesis, queda por predefinición sujeto a la reproducción. Ese es un concepto clave para entender las nuevas dinámicas de la literatura de la nueva era y sobre todo del popular término *viral media*. Esta última, sin embargo, es puesta en tela de juicio en las teorías de Henry Jenkins. En su obra *If It Doesn't Spread It's Dead* (2009), explica que las tendencias que hacen una analogía del contenido web como un virus no son lo suficientemente apropiadas para identificar la mecánica de un texto memético —y el resto de la cultura mediática de la era digital—.

Recordemos el concepto de Richard Dawkins de un meme como una unidad de evolución cultural (Dawkins, 1976:45). Para Dawkins, en realidad, dichas unidades culturales podían ser de cualquier tipo y eso fue una de las principales razones de la crítica. Los memes, como contraposición de los genes biológicos, se fundaban en todos lados: en la religión, en la moda, en música religiosa, psicológica, en el arte, etc. Fue el mismo Dawkins quien hizo la propuesta de caracterizar grupalmente a los memes y les llamó *memplexes* a dichos conjuntos (Dawkins, 1976:175). La naturaleza intertextual de los memes hace que estos se presenten organizados en grupos coadaptables, aptos para reproducirse juntos.

---

<sup>28</sup> Sección II.C. *¿Productor o reproductor?*

La importancia del concepto de meme para la cultura digital fue discutida más adelante, con autores como Susan Blackmore, quien hizo uno de los primeros acercamientos a la memética como ciencia, por lo que su obra sería pionera en el campo de la memética virtual. En su libro *The Meme Machine* (1999), Blackmore llama a los memes «*replicadores independientes*» (Blackmore, 2009:34), cuya característica es liderar desde el comportamiento hasta algunos de los procesos evolutivos imprescindibles del humano, como lo es el crecimiento cerebral. La terminología de Blackmore abre un nuevo episodio en la evolución de la memética: la cultural viral o la *viral media*.

La simbología que implícita —o explícitamente, si se le quiere ver así— aplicó Blackmore a los procesos meméticos comenzó una nueva etapa de discusión en la que toda esta alegoría biologicista de la memética sería utilizada para explotar el concepto de memes virtuales. A partir de entonces, se comienza a hacer toda una teoría que explica la visión de la nueva cultura digital y participativa como una analogía de la virología.

Así, para Douglas Rushkoff, por ejemplo, el contenido virtual es una fuerza con vida propia, que infecta a los usuarios uno por uno y que mantiene su misma naturaleza en cada salto (Rushkoff, 1996:8). Los lectores obtienen la información por medio de contactos sociales, así como una persona se contagia por exponerse al contacto físico con un enfermo. Sin embargo, esta perspectiva involucra también otros factores que pueden ser totalmente nocivos para la teoría de la memética y que podrían ser resumidos a dos puntos básicos (Jenkins, Li et al., 2009):

1. Reduce al consumidor a un mero “huésped involuntario”, el cual recibe, comparte y/o reproduce un texto sin ninguna conciencia ni intervención.
2. Dado que el texto se “infecta” inconscientemente, la idea supone que se introducen *a la fuerza* mensajes —para Rushkoff son los memes *per se*— codificados a la mente del lector.

Shifman propone, pues, diferenciar memes y virales. En cuanto a morfología, la principal diferencia es que, mientras que los virales comprenden una sola unidad cultural —como un video, foto o chiste—, los memes siempre son colecciones de textos. Es interesante mencionar que los virales usualmente se convierten en memes al alcanzar grandes difusiones y al encontrarse con el surgimiento de sus derivados<sup>29</sup>. En páginas como *YouTube*, casi cualquier video generado por el usuario que sobrepasa cierto umbral de "vistas" inspira un flujo de emulaciones o imitaciones que reaccionan ante el “original”.

---

<sup>29</sup> Shifman propone que hay tres tipos de contenido en el *spectrum* de la media digital: 1) un viral, que es una unidad cultural; 2) un meme fundado —*founder-based meme*—, que es un meme que surge por un texto específico y fundacional -usualmente viral-, y 3) un meme igualitario —*egalitarian meme*—, un conjunto de memes o memeplex que surge simultáneamente sin un claro texto fundacional.

Aunque se creería que el viral tiene un proceso de difusión pasivo, en comparación con el del meme, ambos envuelven re-contextualización, por lo que ambos son procesos de creación artísticamente activa. Hay algunas características que remarca Shifman sobre lo que hace que un texto que sea viral o memético, en las cuales se resalta que, mientras los memes son promovidos por la participación activa de lectores comunes como reproductores y el papel del humor como creador de nexos emocionales, así como su simplicidad (Shifman, 2014:74-86), los virales son producto del impacto emocional que pueden entablar con el lector y de la reputación de los usuarios como miembros de una comunidad. De esta manera, mientras que los virales pueden ser complejos e “intelectuales”, los memes suelen ser muy sencillos y “de mal gusto”. «*Bad' texts make 'good' memes in contemporary participatory culture*» (Shifman, 2014:45): este adjetivo de “malo” puede ser definido más bien como “incompleto” —los memes siempre tienen la apariencia de estar hechos a la carrera— lo cual sirve como un gancho textual para un diálogo posterior —para que el reproductor decida intervenir— y para la exitosa difusión del meme.

Como ejemplo de viral, se puede tomar en consideración la campaña de *Kony 2012*, de *Invisible Children, Inc.* Este documental se convirtió en uno de los videos más vistos en cuestión de horas y provocó la reacción de innumerables personas alrededor del globo. Los usuarios se mostraban mayormente confrontados por la naturaleza del documental y eran movidos a “compartirlo” a sus comunidades virtuales y redes sociales. Shifman argumenta que, ya que *Kony 2012* fue difundido mundialmente se convirtió en un claro ejemplo de un viral pero no llegó a ser meme sino hasta que alcanzó niveles absurdos de difusión y un conjunto de textos derivados en los que los usuarios se expresaban del original por medio del tributo o de la burla suscitada por la exageración mediática del fenómeno. Así, mientras que el viral es difundido y descontextualizado, el meme es reproducido y manipulado. Vale mencionar que si consideramos a *Kony 2012* como viral estaremos percibiéndolo como una unidad —un video/documental—, mientras que si lo consideramos como meme estaremos percibiéndolo como un grupo —el video/documental más el conjunto de textos derivados de este.

Es importante analizar las diferencias que pudieren haber entre los memes tradicionales o culturales y los memes de internet o virtuales. En estos últimos, el usuario está expuesto al conocimiento del panorama memético en general. Tiene una gran ventaja tecnológica para ver, conocer y reproducir cientos de memes en una sola visita virtual. En esta era hipermemética, un par de clics bastan para experimentar grandes cantidades de memes, los cuales están presentes en las esferas públicas y privadas no como entidades esporádicas sino como grupos monstruosos de textos. En la antigüedad, una persona estaba expuesta a un número muy limitado de manifestaciones meméticas —con el sentido de meme actual— en toda su vida.

Otra diferencia es que en los memes virtuales el usuario se convierte tanto en el medio como en el mensaje del meme. Esto es importante para la consideración del lector como reproductor. En una era de "individualismo social", los reproductores utilizan los memes para expresar tanto su originalidad como su conectividad con los otros, lo cual es irónico pero muy funcional dentro de la sociedad. Se espera que las personas presenten una identidad e imagen única, que se construyan a sí mismos constantemente, pero, al mismo tiempo los individuos participan entusiastamente en la creación de redes sociales, construyendo su identidad con intertextualidad de los otros. Los memes se han convertido en emblemas de una cultura saturada con *branding* o promoción personal. Hay una clara predominancia de lo visual —combinación imagen-texto y video—, lo cual demuestra un aumento del potencial polisémico del meme y envuelve mayor intertextualidad —la continua referencia a la cultura popular que se percibe en la mayoría de estos textos, por ejemplo.

En pocas palabras, la mayor razón por la que el estudio memético debe alejarse de las nociones biologicistas de los mismos es que la diseminación de los memes está basada en agentes intencionales con poder de decisión: las normas sociales, percepciones y preferencias son cruciales en procesos de selección memética. Los usuarios deciden *conscientemente* descontextualizar implícitamente un texto al compartirlo y descontextualizarlo explícitamente al manipularlo: ambos son procesos de reproducción.

El compartir o *sharing* es quizás la técnica más popular para la reproducción en la era hiperinformática. Desde el surgimiento de los memes virtuales a la atmósfera pública —cerca de 2007—, el compartir se ha convertido en un término complejo que describe una variedad de actividades como subir fotografías, estatus, tweets o postear en general. Es, pues, la principal forma de distribución de elementos culturales y a la vez es una forma de expresión, por lo que es una parte fundamental de lo que los participantes experimentan como reproductores en la esfera digital.

Dicho esto, podemos aplicar la teoría de Walter Benjamin a la reproducción de los textos digitales. Cuando él menciona que en el recorrido histórico de una reproducción «*también cuentan las alteraciones que haya padecido en su estructura física a lo largo de la obra, así como también sus eventuales cambios de propietario*» (Benjamin, 1936:14), en esa visionaria apologética de la reproducción, podemos hacer un puente entre la esencia de la obra original y la de la reproducida y observar por primera vez quizás una consagración al proceso de apropiación en la crítica literaria. ¿Cuál es ese puente? O, en palabras un poco más digeridas, ¿qué es lo que mantiene el carácter de una obra continuamente estable aun en sus reproducciones y derivaciones?<sup>30</sup> Benjamin encontró el quid para explicar esto: lo llamó *aura*. El *aura* de

---

<sup>30</sup> Benjamin menciona dos tipos de reproducciones, aplicables a las obras físicas: reproducción manual, o popularmente denominada falsificación, en la que “*lo auténtico conserva su autoridad plena*” y la reproducción técnica, en la que resaltan “*aspectos del original accesibles únicamente a una lente manejada a propio antojo con el*

Benjamin, es la clave para el análisis memético de los fenómenos virales en la web, sobre todo y especialmente el fenómeno de los memes, dada su característica de reproductibilidad por medio de la apropiación y el remix, es decir, la alteración deliberada del meme sin el desecho de su “esencia”.

## B. La reproducción como creación

El concepto de meme cultural de Dawkins trasladado a la cultura viral, aunque conserva la característica de ser un objeto reproducido con variación, competición, selección y retención, no es un producto inconsciente del reproductor. La retención o apropiación necesariamente implica variación de contexto y, por lo tanto, de contenido. Para ilustrar esto utilizaré un ejemplo.

**Ilustración 17. Meme *You Have My Permission to Feel***



**(Fuente: Facebook)**

Un usuario comenta un estado muy sentimental de *Facebook* de un amigo con un meme de carácter cómico. Hipotéticamente, supongamos que el usuario conoció el meme *I Know That Feel Bro* en algún punto de su existencia pero, después verse afectado por una película y situarse en un punto crítico emocional, ha decidido hacer su versión personalizada —Ilustración 17—, utilizando una frase de la película *The Dark Knight Rises* (2012) de Christopher Nolan. Según Limor Shifman, los memes de internet se diferencian por que no necesitan ser “reempaquetados” para ser transmitidos<sup>31</sup>. Es decir que no necesitan ser manipulados ni alterados para poder ser descontextualizados. En el modelo clásico de meme cultural, un meme es reinterpretado por cada lector por el que pasa, de manera que la posibilidad de su transformación es directamente proporcional a la cantidad de usuarios que lo difunden. Por otro lado, los

---

*fin de seleccionar distintos puntos de vista*”. (Benjamin, 1936) Para este ensayo, haré una equivalencia entre “reproducción manual” y “difusión”, por un lado, y “reproducción técnica” por simplemente “reproducción”.

<sup>31</sup> «*In the digital age, however, people do not have to repackage memes: They can spread content as is by forwarding, linking, or copying*» (Shifman, 2013:19).

memes virtuales, debido a sus características técnicas, como archivos de imagen, video, texto, etc., y a la facilidad de compartirlos que proveen las plataformas de uso, como las redes sociales, los foros, las páginas web, etc., en donde no basta más de un clic para reenviarlo al círculo completo de contactos del usuario, pueden ser transmitidos sin ningún cambio. De nuevo, “el contexto es el nuevo contenido”.

**Ilustración 18.** Evolución del meme I Know That Feel Bro: a) “twarz.jpg”, caricatura original subida a Krautchan b) Meme *I Know That Feel Bro*



(Fuente: Facebook)

El usuario está haciendo exactamente esto: compartirlo. Sin embargo, el meme al igual que cualquier texto, contrasta semánticamente con su contexto. En otras palabras, cada vez que un meme es utilizado en un contexto distinto al original puede re-semantizado y re-creado a pesar de que la forma del meme sigue siendo la misma: es apropiado.

El meme de la Ilustración 17 es un derivado del meme *I Know that Feel Bro* —Ilustración 18b— pero además hace referencia a una frase del personaje Bane de la película *The Dark Knight Rises*. La frase, pues, «*You have my permission to die*», es aplicada a la imagen modificada visualmente, lo cual la impregna de motivos literarios que antes no existían, como el de la ironía.

Al alterar la forma del texto se está haciendo una interpretación del mismo, una *variación* (Shifman, 2013: 283), promoviendo la comicidad por medio del contraste con el contexto en el que fue colocado —el estado de *Facebook*—. La forma del meme fue modificada, por lo que el contenido se torna

irónico —cuando en realidad el concepto del meme *I Know That Feel Bro* no juega con la ironía, sino más bien con la simpatía— y la estancia puede resultar despectiva<sup>32</sup>. No nos extrañaría, pues, que la respuesta a este comentario fuera una reacción muy acalorada.

### C. ¿Productor o reproductor?

El desarrollo histórico del meme *I Know That Feel Bro*, aunque un poco complicado debido al anonimato y el mecanismo de subida de los foros públicos —*Krautchan.com*, en este caso—, puede rastrearse hasta un usuario llamado Voyack<sup>33</sup> en mayo de 2010. Las variaciones comenzaron a brotar en famosos foros como *4chan* desde febrero de 2011. Como Shifman menciona, la facilidad de difusión de las nuevas plataformas hace que la longevidad sea la clave para una memética seria<sup>34</sup>. La variación muestra cómo el número de implementaciones de un meme puede significar su actividad flujo directo de la web (Coscia, 2013:32). El problema es que dicha actividad difícilmente puede ser rastreada, ya que tiende a ser publicada en una red social, en donde las políticas de privacidad son muy limitadas.

Una de las bases de datos más importantes sobre memes virtuales —*KnowYourMeme.com*—, utiliza un motor de búsqueda que permite mostrar gráficas de la popularidad de un meme. Pero más allá de esto, no es posible hacer un análisis completo a la ruta de difusión de un meme: simplemente demasiados factores entran en juego y, aun si se lograra las múltiples variaciones reproducidas durante el mínimo de un lapso, son estas suficientes para elevar exponencialmente las trayectorias de difusión de un meme en un mapa<sup>35</sup>. Fuera de los medios sociales, el mapeo de un meme es simplemente improbable. Sin embargo, y a pesar de las complicaciones metodológicas, podemos distinguir ya dos tipos de autor: el productor y el reproductor. La importancia de la originalidad en el meme —el *aura*, de Walter Benjamin— estriba en el éxito de la reproducción, de manera que su longevidad o actividad es representada por la cantidad y constante reproducción de memes derivados que puedan mantener viva el *aura* del original.

---

<sup>32</sup> Shifman cataloga al meme como un “*grupo de contenidos*” que se estructura en tres dimensiones: forma, contenido y estancia. La forma se manifiesta por lo elementos perceptibles del meme (elementos visuales o sonoros), el contenido representa las ideologías o el mensaje que dichos elementos traducen y la estancia se refiere a la posición que toma el usuario frente al texto (sus códigos lingüísticos, funciones del lenguaje y posibles destinatarios).

<sup>33</sup> Recopilado de: <http://knowyourmeme.com/memes/i-know-that-feel-bro>

<sup>34</sup> En un comentario sobre la primera parte de *If It Doesn't Spread, It's Dead*, Jenkins replantea el término de *longevidad* como *actividad*, puesto que el hecho de que los memes sean acumulados en el tiempo no puede catalogarse como “vida” sino que es más bien su constante movimiento y difusión lo que los mantiene vivos. Véase Anexo 1.

<sup>35</sup> Weng et al, 2013

Para abarcar la noción de aura en el análisis del meme, es necesario reconocerlo como poseedor de varias dimensiones meméticas<sup>36</sup>, es decir, aspectos que pueden y deben ser imitados para su sobrevivencia. Estos son:

- Contenido: Ideas e ideologías que se comprenden en el texto
- Forma: La encarnación física del mensaje, percibida por nuestros sentidos
- Estancia: La manera en la que los reproductores se posicionan a sí mismos en relación con el texto, su código lingüístico y sus destinatarios —otros posibles reproductores

**Tabla 1. Dimensiones meméticas del meme *You Have My Permission to Feel***

Forma	Contenido	Estancia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La cara de la caricatura del meme I Know Your Feel Bro recortada sobre una captura de pantalla en la que se muestra Bane.</li> <li>• Texto superpuesto blanco con orilla negra cuya leyenda es: “You have my permission to feel”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imperativo irónico que:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Resalta la emotividad del contexto al que se refiere y</li> <li>2. Expresa la comicidad por medio de un contraste entre la “seriedad” de la frase original y la modificación con la que se contrapone a su nuevo contexto (el comentario de Facebook).</li> </ol> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El sentido del meme se ha vuelto irónico y evoca la función emotiva del lenguaje.</li> </ul>

(Fuente: Creación propia)

Ver a los memes como trinidades de contenido, forma y estancia, requiere que determinemos si los demás reproductores aceptan o rechazan cada una de dichas dimensiones a la hora de reproducirlos. En la construcción de un meme, los reproductores imitan a los otros reproductores para construir memes opuestos en cuanto a sus dimensiones de contenido y estancia, pero similares en forma.

Ante esto podemos preguntarnos, ¿cómo distinguir qué textos comprenden un mismo meme en su connotación plural o *memplex*? Es decir, ¿cómo reconocer el aura que conecta estas distintas reproducciones? Benjamin responde con un tono un tanto místico que es «*la manifestación irrepitable de una lejanía*». La metáfora es clara. El contexto y las tres dimensiones del meme original —forma, contenido y estancia— simplemente no pueden volver a ocurrir en una reproducción. Un texto es un hito histórico y también cualquier meme. No hay dos textos iguales (Goldsmith, 2011:48). Las reproducciones, sin embargo, evocan a aquel meme dejado atrás como una “lejanía” por el hecho de guardar para sí alguna

<sup>36</sup> Tal como propone Limor Shifman en *Memes in Digital Culture* (2014:88).

de sus características originales, aunque las demás varíen, y por tanto pasan a formar parte del mismo meme.

Regresemos al meme de la Ilustración 17. En la Tabla 1 podemos encontrar la disección de sus dimensiones. Al observarlas, podemos concluir que la única dimensión que se conserva, aunque parcialmente, es la forma. El meme derivado se distingue como tal por la semejanza de la silueta de la caricatura original y la referencia explícita a la temática del meme original: los sentimientos, «*to feel*». De esta manera, la reproducción se convierte en una interpretación independiente del original.

La forma es quizás la dimensión preponderante en la lectura de un meme. Para Jenkins, por ejemplo, el meme se sostiene por la forma. A pesar de que nos es imposible en muchos casos rastrear el origen de un meme, en realidad este es un proceso totalmente prescindible, como lo hace notar Benjamin, hablando de la fotografía: «*son posibles muchas copias; preguntarse por la copia auténtica no tendría sentido alguno. Pero en el mismo instante en que la norma de la autenticidad fracasa en la producción artística, se transforma en la función íntegra de arte*» (Benjamin, 1936:12).

El meme, pues, funciona a través de una delgada cuerda que nos liga a un origen incierto. Para poder llegar a ella es necesario adherirse a la contingencia reiterada de alguna de las dimensiones meméticas de una reproducción. El reproductor, al imitar está procreando y entonces la adaptación necesariamente es una resignificación (Jenkins, 2009; Perloff, 2010:45 y Goldsmith, 2011:34). La cuerda con que cuenta el reproductor debe continuar hasta el siguiente reproductor, de manera que la dimensión escogida debe ser lo suficientemente visible y perceptible, hecho facilitado además por la preferencia casi inherente de esta cultura líquida en la que vivimos a favor de la información pre-digerida. Precisamente, nos dice Jenkins, las ideas que sobreviven son las que pueden ser más fácilmente apropiadas y reelaboradas por las distintas comunidades. He aquí el valor del poder del reproductor. Es él quien, por un proceso de *selección* claramente consciente, reproduce sin desechar el *aura*. Ese es el problema de la simbología biologicista de la escuela de Dawkins: los virus hacen ver al usuario como un mero receptor pasivo, mientras que la memética puede ser únicamente fértil en un proceso comunicativo vivo y dinámico, consciente.

Es importante el hecho de que el reproductor está al tanto de los demás reproductores a la hora de la reproducción<sup>37</sup>, en una carrera creativa en la que se entrelazan las dimensiones y se complementan las estancias, de modo que la memética se fortalece como un lazo de múltiples cuerdas. Cuando los memes compiten y colaboran tienen más probabilidades de alcanzar el éxito y la popularidad que necesitan para

---

<sup>37</sup> «*Imitators chose to follow similar ideological and communicative routes, emulating each other's imitations*» (Shifman, 2013:272).

mantenerse vivos. Entre más variaciones hay de un meme, pues, más es reconocido y difundido (Jenkins, 2009). Además, la evolución de la popularidad de un meme no depende del meme *per se*, sino también de su relación con los demás memes.

Coscia también discute la posibilidad de estudiar grupos de memes que comparten influencias de primer grado unos con respecto a los otros<sup>38</sup>, es decir, memes como *memplexes*. Esto podría aplicarse a la teoría dimensional de Shifman y entonces denominaríamos memes a aquellos conjuntos de textos que compiten y colaboran en alguna de las dimensiones meméticas, a manera de una dialéctica positiva que estimula el crecimiento de la popularidad de la dimensiones en común.

Tanto la competencia como la colaboración fortalecen la noción colectiva de un meme como proceso cultural compartido por una comunidad. No olvidemos que la cultura virtual es participativa. Al final, la complejidad de las redes construidas a través de la difusión y reproducción son muestra de que la memética es un proceso vivo, pero solo mientras el reproductor esté activo dentro de su propia red de contactos y espectadores, su comunidad.

## D. El reproductor en la *spread media*

Para Henry Jenkins, después del anterior análisis, el término *spreadability* o difusión, es mucho más adecuado que *virality*. Además de dejar atrás las nociones de usuarios pasivos y de contaminación o infección, la *spread media* estimula también la idea del poder del lector como actor consciente. Esto es importante, asimismo, para el análisis mercadotécnico de un texto, puesto que re-focaliza la atención de las empresas hacia las elecciones del cliente en lugar de las elecciones de la empresa misma, lo cual ayuda a comprender cada vez más la publicidad personalizada. Además, el modelo de la *spread media* diluye la diferencia que existe entre “enfermo” y “contagiado”, haciendo que el poder *memopoyético* sea repartido por igual entre productor y reproductor: no hay ninguna diferencia.

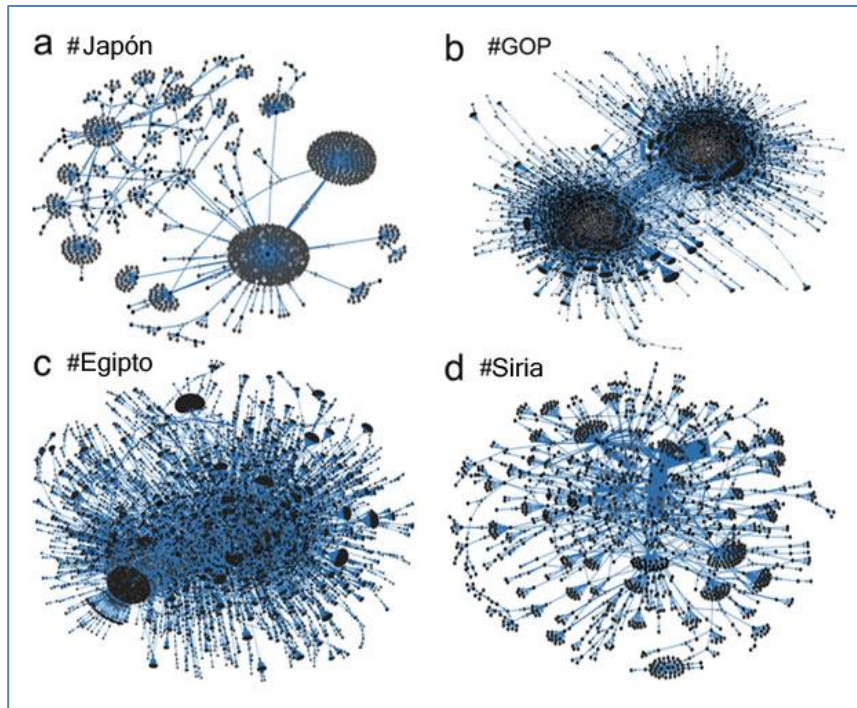
El enfoque de la *spread media* equipara tanto el proceso de transformación como el proceso de mera circulación: ambos son difusión y como tales son igualmente significativos. En otras palabras, los memes se reproducen y resignifican tanto por medio de la modificación directa —remix o sampleado— como por la simple inserción dentro de una conversación (Jenkins, 2013), es decir, la simple apropiación. El proceso de filtrado que hizo el usuario de nuestro ejemplo y la recreación de un meme “original” por uno derivado le abrieran la ruta de difusión a un contexto fértil que permitirá que el acto memético siga vivo. De este modo, el reproductor es en realidad un autor fluctuante que se mueve en conjunto con su producto y muta conforme a las reacciones de los demás reproductores.

---

<sup>38</sup> A estos grupos, Coscia les llama organismos meméticos, «*meme organisms*» (Coscia, 2013:9).

Habiendo dicho esto podemos preguntarnos, ¿hacia dónde se dirigen los memes? Como se ha visto, la cultura participativa permite que los lectores sean multiplicadores de contenidos vivos y no simplemente receptores inconscientes. El impacto de la perspectiva de una *spread media* en el análisis de la memética y de la literatura de la nueva era puede leerse en las comunidades en donde los memes son más fecundos: las redes sociales<sup>39</sup>.

**Ilustración 19.** Mapa de nodos de la difusión de memes. Los puntos oscuros representan nuevos remixes y las líneas significan cadenas de reproductores (Weng et al., 2013)



(Fuente: *Ibidem*)

Es en el caso de algunas redes sociales específicas en las que los memes son más susceptibles de alcanzar el mayor número de reproductores y difusores. Aunque los límites entre las principales redes sociales cada vez se difuminan más, podemos corroborar que solo un grupo limitado de internautas “busca” conscientemente encontrarse con un meme. Según el estudio de Weng et al., la popularidad de un meme es afectada por los distintos filtros, parámetros y hechos virtuales que limitan el alcance de un lector. Entre ellos podemos mencionar la estructura de la red social, la actividad de usuarios y el tamaño de su audiencia potencial, los diferentes grados de influencia de los difusores de información, la calidad

<sup>39</sup> El ensayo conjunto de L. Weng, A. Flammini, A. Vespignani & F. Menczer titulado “*Competition among memes in a world with limited attention*” (2013) hace particular el fenómeno de que, debido a la sobreexposición de información a la que está sujeto el internauta, los memes deben ser “validados” y clasifican en el proceso de selección por medio de los distintos tipos de votación según cada red social (*likes, favs*, etc.) para que el usuario pueda tener acceso instantáneo a aquellos que logren llegar a su rango de intereses.

intrínseca de la información que ellos difunden, la persistencia de los tópicos y la homofilia o el carisma del reproductor (Weng *et al.*, 2013).

La reproducción de un meme obedece no solo a factores endógenos —o virtuales— sino también a factores exógenos —hechos del mundo exterior. Por ejemplo, como se puede observar en la Ilustración 19, los memes basados en los eventos de la Revolución Egipcia de 2011 fueron propagados por medio de usuarios focales y fuertes conexiones, es decir, seguidores con fuertes intereses en el tema. Lo mismo sucede en el caso de la Guerra Civil de Siria a lo largo del 2011. En el caso del Partido Republicano estadounidense —GOP—, se muestra una fuerte polarización de intereses, lo cual a la vez polariza la difusión de los memes. En Japón, por otro lado, se muestra el interés delimitado por herméticas esferas sociales sobre el terremoto de marzo de 2011. Y estos son solo unos cuantos ejemplos. Podemos observar que el mapeo de un meme y de su éxito y popularidad resulta sumamente complicado. El valor y la significación memética solo pueden ser resueltos si la difusión resulta significativa para todos los usuarios envueltos en la cadena memética, de modo que tanto el productor como el reproductor participan de una dialéctica positiva. Sin embargo, las barreras entre la comunicación son muchas. La misma estructura de las plataformas virtuales es una. Otras, como la atención limitada de un usuario, que nunca se encuentra ante el panorama completo de la red —i.e. que se enfrenta ante la *ilegibilidad* de la red— sino que encuentra portales y rutas, son posibles campos fértiles para disciplinas como la neurociencia y la ciberpsicología (Weng, *et al.*:2013).

Shifman propone que la entelequia del meme es graduarse y escalar hacia un fenómeno social. Vemos cómo la influencia de los memes ha afectado e incluso iniciado revoluciones completas, aun en nuestro contexto<sup>40</sup>. «*In recent years the perception of what constitutes political participation has been broadened to include mundane practices, such as commenting on political blogs and posting jokes about politicians*», comenta Shifman y teóricos posmodernos proponen la noción de la política como una proyección de los problemas privados a las esferas públicas (Bauman, 2010:173). Los memes han jugado un papel importante dentro de este nuevo panorama de participación política basada en la web, tanto en las raíces de los movimientos como en campañas de difusión vertical. Entre sus funciones sociales, se destacan como formas de persuasión o apoyo político, acción de raíces sociales —*grassroots action*— y empoderamiento ciudadano —por medio de técnicas como el *culture jamming*—, así como modos de expresión y discusión pública. En ambientes no-democráticos, los memes pueden incluso conllevar una importante función adicional: subversión democrática (Shifman, 2014:161).

---

<sup>40</sup> El #RenunciaYa y la organización de las jornadas de manifestación de la revolución guatemalteca de 2015.

## E. Remix

El autor se ha convertido una figura exclusivamente política y económica. En esta cultura participativa y de hiperinformación, el lector no consume piezas de arte sino arte fragmentado y esparcido a lo largo de la cultura popular: no encuentra datos sueltos sino nudos de información, los cuales se convierten en su influencia y en su forma de ver la vida —su propia biblioteca interior. Es así como el texto absorbe al lector. La intertextualidad implícita de Barthes nos recuerda sutilmente desde hace casi medio siglo que los textos son intrínsecamente hipertextos. Sin embargo, las nuevas capacidades del ambiente de hiperinformación y de las plataformas virtuales nos permiten realizar distintas operaciones que abren un mar de posibilidades para que el lector experimente con dicha intertextualidad. El proceso de producción o autoría conlleva una serie de factores que ligan al reproductor con su obra y, no obstante, su caracterización dentro de la esfera digital irónicamente diluye su esencia.

Según Nicholas Diakopoulos, la producción es más que la selección de textos: es un entramado de factores que él nombra como la originalidad, la autoridad, la intertextualidad y la atribución (Diakopoulos, et al., 2007:14). De ellos, la autoridad y la atribución se han convertido en meros protocolos económicos y políticos, que luchan por mantener a flote la persona *jurídica* del autor<sup>41</sup>. Por otro lado, la originalidad está siendo reconsiderada y replanteada en la contemporaneidad.

Dentro de la memética, los procedimientos productivos suelen comprender a una técnica cuya conceptualización comenzó a verse en la música de la década de los ochentas pero que ahora forma parte fundamental de la cultura digital: el remix. Mientras que algunos hacen algunas divisiones sutiles entre términos —como, por ejemplo, *mimicry* y *sampling*—<sup>42</sup>, el remix engloba los procesos que nos conciernen en este momento. Como una técnica multidisciplinaria, el término se refiere a la producción de nuevo contenido a partir de la combinación o modificación de uno o varios textos preexistentes. Ahora se habla incluso de la cultura remix, que promueve estos mecanismos como herramientas imprescindibles del reproductor. ¿Cómo encaja el remix dentro de la memética?

La respuesta puede formularse así: mientras que un productor utiliza una técnica “tradicional”, el reproductor utiliza análogamente el remix y la apropiación. Para seguir con el mismo ejemplo, el meme *I Know That Feel Bro* ha derivado en un sinnúmero de reproducciones. El caso de la Ilustración 1 muestra

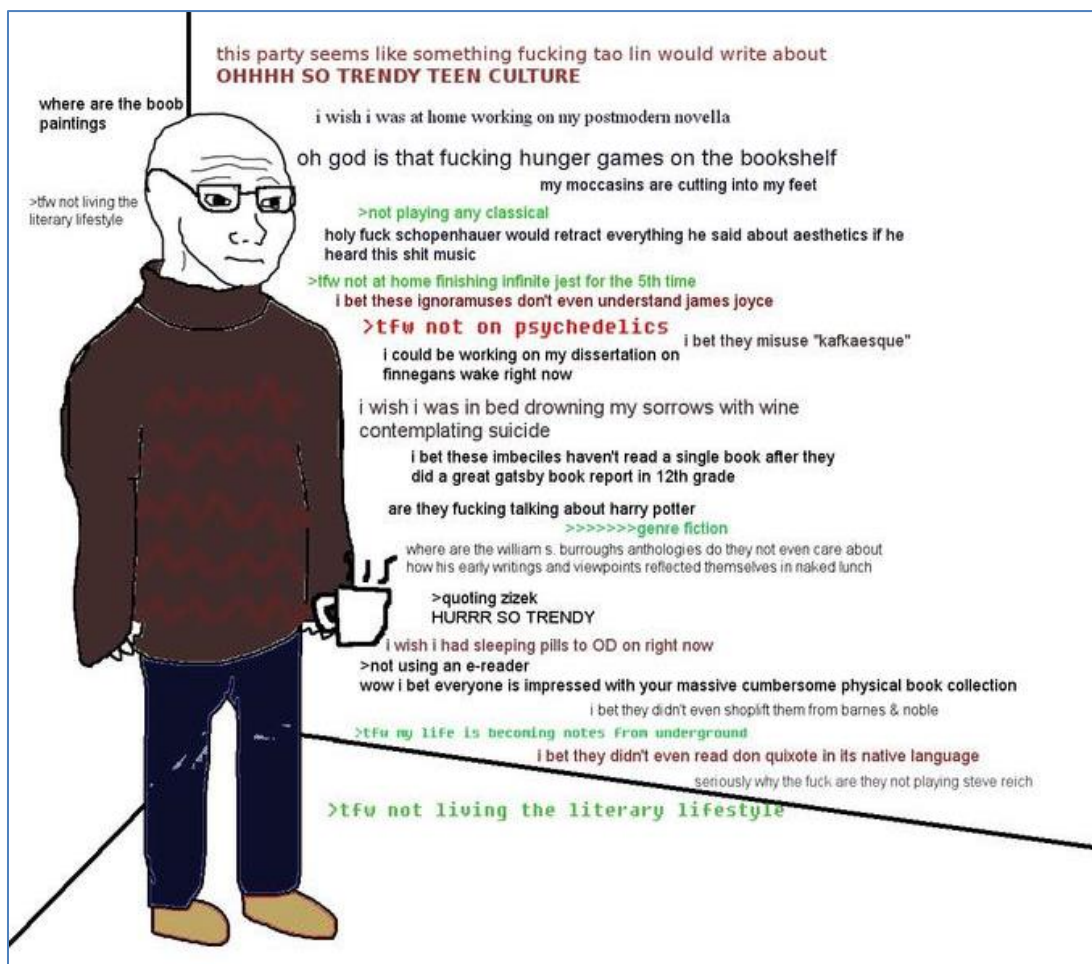
---

<sup>41</sup> *Ibíd.*:15

<sup>42</sup> Según Limor Shifman, *mimicry* es la recreación y *remix* es la manipulación —manipulación basada en tecnología—. Juntos son la nueva manera de mimesis en la esfera artística: la plétora de aplicaciones que les permite a las personas descargar o re-editar contenido ha convertido el remix en una práctica extremadamente popular y vital para la sobrevivencia del usuario en la esfera hiperinformática. Las personas buscan pertenecer al círculo de individuos que "comparten el chiste" (Shifman, 2014:20-22).

cómo, por medio de un remix, el meme alcanza nuevas posibilidades de contenido, ambos posicionados desde una nueva *estancia*. Uno de sus memes derivados es una variante del meme *I Wish I Was at Home* (Ilustración 4), el cual muestra cómo la intertextualidad de un meme puede llegar también a especializarse dentro de diversas comunidades o subculturas.

Ilustración 20. Meme *I Wish I Was at Home*



(Fuente: Facebook)

El meme está conformado por una caricatura en la que se presenta al personaje de *I Know That Feel* —también conocido como *That Feel Guy*— rodeado de gente en un extremo de lo que parece ser una habitación. El texto está organizado en oraciones en cascada, muchas de las cuales utilizan algunos elementos de la sintaxis de texto verde del foro *4chan* —utilizada normalmente como equivalente de las comillas en una cita o para hacer énfasis de ironía<sup>43</sup>. Después de su aparición y dado su potencial

<sup>43</sup> El término “tfw” significa “that face when”, que refiere a la actitud con la que normalmente se actúa frente a la situación planteada.

semántico, el meme fue remixeado como una parodia de diversos grupos sociales —desde el *cyberpunk*, por ejemplo, pasando por la moda *street goth* de las calles de Nueva York y París, hasta los soldados del conflicto ruso-checheno. En la ilustración, podemos observar una serie de afirmaciones que categorizan al personaje dentro del estereotipo de un miembro del círculo literario y lector de filosofía ontológica —referencias a la estética de Schopenhauer— y literatura popularmente intelectual —Foster Wallace, James Joyce, Kafka, Burroughs e incluso Žižek— y la Alt-Lit estadounidense, como Tao Lin. Por medio de la combinación de elementos preexistentes, incluyendo al meme original, las oraciones de *4chan* y elementos producidos específicamente para esta variación, como detalles de la habitación y la ropa y accesorios del personaje, en una plataforma de diseño gráfico en la que las herramientas no permiten mucho detalle ni perfeccionismo —probablemente haya sido Microsoft Paint<sup>44</sup>— se crea un remix.

Los reproductores dependen de los parámetros que impone cada plataforma de trabajo (Diakopoulos et al, 2007:13). Los memes deben acoplarse a la rapidez de una conversación y por tanto deben prescindir del detalle y de la elaboración detenida.

La cultura participativa en la que ahora vivimos y la interfaz hiperinformática de la que somos parte proclaman: *si no difundimos, estamos muertos*. De manera que parte del metabolismo del usuario debe consistir en la difusión de contenido que le dé presencia en la virtualidad. Las copias consiguen incluso preponderar sobre el original. “*La distinción entre autores y público está, por tanto, a punto de perder su carácter sistemático*”, pronunció Walter Benjamin, hace más de medio siglo. Si la producción masiva de los medios impresos estuvo de parte del autor, la nueva cultura digital está de parte de todos los autores, porque cada usuario es un reproductor. Podemos ser testigos de cómo la facilidad —si no espontaneidad— de la reproducción de una obra de arte, pues, modifica la posición pasiva del lector ante el mundo artístico. Su mutabilidad y la velocidad de su difusión es tal que el reproductor (i.e. el nuevo autor y a la vez el nuevo lector) es simplemente parte del ciclo y ya no un iniciador. Muy bien predijo Duhamel en *Scenes de la vie future* (1930): “*Ya no puedo pensar lo que quiero. Las imágenes movilizadas sustituyen mis pensamientos*”. La esfera de autenticidad está fuera de lo técnico, de modo que la obra original es simplemente el fantasma del arte dejado atrás. El mundo se mueve muy rápido.

---

<sup>44</sup> El nombre del usuario que subió el meme incluso es “*MScratch*”. Recopilado en: <http://knowyourmeme.com/memes/i-wish-i-was-at-home#fn1>

## IV. CONCLUSIÓN

El texto ya no puede ser leído como antes, porque ha cambiado más de lo que lo había hecho en toda su historia literaria y antropológica. Es posible que al haberse posicionado frente al horizonte de esta nueva era y no poder reaccionar ni ofrecer soluciones reales haya llevado a la literatura directo a un proceso ascendente de crisis paralelo al de la fragmentación cultural de la época posmoderna. Nos hemos hecho vulnerables a lo largo de más de dos mil años al desafío que conlleva entender lo que significa realmente creación y aun así el arte se sigue limitando con confinamientos históricos, espaciales y temporales, irónicamente anti-humanos. Estamos frente al horizonte del nacimiento del texto como un ente literalmente vivo pero, ¿estamos realmente dispuestos a dejarlo vivir?

Como testigos del declive de las figuras de autoridad y de los antiguos métodos de validación artística, así como de la decadencia del concepto entero de tradición, seguimos dejando que la literatura naufrague en debates sobre la forma, sin entender que los textos son lenguaje puro que se devalúa al ser contenido. La verdadera fluidez del lenguaje es la piedra filosofal de la literatura, pero pareciera que el vértigo de la magnitud de la idea nos arrincona hacia antiguas formas y tópicos tradicionales. Ni aun las vanguardias ni las *arrière-gardes* pudieron cambiar eso: los dobles intentos son desperdicio en lugar de reivindicación.

La mecánica de la dialéctica, como una especie de maldición metaliteraria, nos hace querer todavía responder a corrientes artísticas con contracorrientes, a matar a nuestros padres y a las generaciones anteriores, sin darnos cuenta que vivimos en una era bastarda que no está regida por el tiempo ni el espacio. ¿Cómo responder entonces a la necesidad de no tener necesidades? La era hiperinformática ha estado con nosotros por más de una década y los resultados se siguen invisibilizando a manera que perpetuamos las ideas románticas de la soberanía del genio, del texto como fuente de conocimiento, del estilo e incluso del papel del autor. Tenemos que dejar de ver atrás. La individualización de la sociedad batalla con lo que se nos es enseñado sobre el texto como valor cultural y, en cambio, nos abre el panorama a la búsqueda de lo que realmente significa leer como parte del ciclo creativo.

El lector ha muerto, pero una cosa es segura: el acto de la lectura probablemente sea inmortal. La lectura no-lineal y la no-lectura son términos engañosos que incitan a polémica mucho antes de ser concebidos, pero son tan reales como los fenómenos de consumismo cultural a los que estamos expuestos diariamente frente a la red. El autor tradicional pareciera ofenderse a medida que descubre que su arte ha dejado de tener valor, pero no se da cuenta que dicho arte nunca estuvo realmente a disposición del público. Como literatos solemos menospreciar las manifestaciones populares que toman forma en las

redes sociales, pero buscamos anheladamente la prosa universal, y al hacer caso omiso estamos precisamente matando al arte. Es la ironía de esta crítica vanguardista como perpetuadora de la tradición la que nos debería hacernos reconsiderar el momento y satisfacer así el deseo reprimido que ha espantado a la literatura desde sus orígenes como tal: la liberación del lenguaje.

La educación, como medio de culturización, necesita reformar sus cimientos. No podemos seguir predicando la solidez del texto. No podemos seguir predicando la trascendencia del texto como medio de conocimiento en un momento histórico que nos exige consumir y desechar tan rápido como nos sea posible para no morir ahogados. Si el conocimiento está en la “nube”, ¿por qué, pues, atarlo a la tierra? Estamos atándonos cuando menospreciamos el valor del texto como lenguaje vivo y cuando buscamos el estudio de obras muertas — cuyo mecanismo es el reciclaje del lenguaje— mientras nos negamos a “admitir” las nuevas propuestas de las que hemos sido testigos como parte innegable de la red. Ahora que la verdadera educación está en *YouTube* y la verdadera cultura en *Wikipedia*, es hora de aprovechar la grotesca cantidad de información disponible a nuestros pies, de enseñar a navegar sobre ella, de saber cómo patinar sobre delgadas capas de hielo que se rompen proporcionalmente a nuestra pérdida de tiempo. Ni el arte ni la fetichización del arte pueden salvarnos de la realidad. El texto está alrededor nuestro. ¿Por qué encarcelarnos en el libro?

El mundo ya está reaccionando ante esto. Las carreras basadas en los estudios cerrados del arte, como las Letras y las Bellas Artes, se están replanteando como carreras multidisciplinarias, Estudios Culturales, que tratan de abarcar gamas más grandes de texto por medio de métodos más sintéticos y menos específicos. Las obras están dejándose de consumir como antes porque la sociedad no es como antes. Es tan simple como eso. Ya no conocemos a la sociedad como una comunidad-receptáculo de cultura, sino como una fábrica cultural y eso no es “malo”, como se quiere hacer creer en los círculos culturales tradicionales. No es una revolución hacia el arte populista: es el verdadero arte popular. Es un arte que realmente está al alcance de todos, como lo están *Twitter* y *Facebook*, y es un arte que verdaderamente revoluciona, como los memes de la revolución egipcia de 2011 y la guatemalteca de 2015, pero que como literatura no se quiere reconocer.

Los lectores renacerán como reproductores para vengarse de siglos de victimización, para rescatar eso que los artistas perdieron en alguna parte de la búsqueda de la inspiración y de la fuente. Los textos se convertirán en ideas en nuestras manos —y, sobre todo, fuera de ellas—, con un clic y a veces sin darnos cuenta, al igual que Pígalión dio vida a su arte mientras dormía. Virgilio volverá como un fantasma a enseñarnos el camino del texto hacia la idea y quizás tropecemos y sintamos la nostalgia del cielo en el infierno de la originalidad, de los genios artísticos perdidos en el inframundo y de la imposibilidad de la reconciliación del estilo, pero será muy tarde para volver. La montaña del texto, cada vez más grande, nos

exigirá escalar inmediatamente, antes de que la noche oscura nos absorba en la infertilidad de la tradición. Nuevos lectores vendrán en cuyo poder esté la creación de textos vivos y auto-reproducibles. Literatura programada para ser replicada y para reproducirse más allá de nuestro alcance. El poético acto de programar y escoger la información, de ser filtro, será quizás la última herramienta que el humano pueda esgrimir antes de ser matado por su creación, y se está echando a perder.



## V. BIBLIOGRAFÍA

1. Barthes, Roland. 1977. *Death of the Author*. Image-Music-Text.  
<http://artsites.ucsc.edu/faculty/Gustafson/FILM%20162.W10/readings/barthes.death.pdf> [22 de julio de 2015]
2. Bauman, Zygmunt. 2000. *Liquid Modernity*. Nueva York: Polity Press. 228 págs.
3. Bauman, Zygmunt. 2011. *Culture in a Liquid Modern World*. Nueva York: Polity Press. 144 págs.
4. Bayard, Pierre. 2009. *How to Talk About Books You Haven't Read*. New York: Bloomsbury USA. 208 págs.
5. Benjamin, Walter. 1936. *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. CreateSpace Independent Publishing Platform. 50 págs.
6. Blackmore, Susan. 2000. *The Meme Machine*. Londres: Oxford Paperbacks. 288 págs.
7. Burgess, Jean. 2008. 'All Your Chocolate Rain Are Belong to Us?' *Viral Video: YouTube and the Dynamics of Participatory Culture*. Amsterdam: Institute of Network Cultures. págs. 101-109
8. Cabanne, Pierre. 1968. *Dialogues with Marcel Duchamp*. Nueva York: Viking. págs.38-39
9. Coscia, Michele. 2013. *Competition and Success in a Meme Pool: a Case Study on Quickmeme.com*. Massachusetts: Harvard Kennedy School. 11 págs.
10. Dawkins, Richard. 1976. *The Selfish Gene*. Oxford: Oxford University Press. 224 págs.
11. Distin, Kate. 2005. *The Selfish Meme: A Critical Reassessment*. Cambridge: Cambridge University Press. 240 págs.
12. Elliot, Thomas. 1982. *Tradition and the Individual Talent*. *Perspecta*, Vol. 19. págs. 36-42.  
[http://seas3.elte.hu/coursematerial/RuttkayVeronika/tradition\\_and\\_individual\\_talent.pdf](http://seas3.elte.hu/coursematerial/RuttkayVeronika/tradition_and_individual_talent.pdf) [30 de agosto de 2015]
13. Diakopoulos, Nicholas, *et al.* 2007. *The Evolution of Authorship in a Remix Society*. Georgia: Georgia Institute of Technology. 4 págs.
14. Dworkin, Craig. 2008. *Parse*. Berkeley: Atelos Press. pág.64
15. Gaze, Tim y M. Jacobson. 2013. *An Anthology of Asemic Handwriting*. Uitgeverij. págs. 13-20
16. Goldsmitt, Kenneth. 2011. *Uncreative Writing: Managing Language in the Digital Age*. Nueva Yoirk: Columbia University Press. 272 págs.
17. Hemsley, Jeff y K. Nahon. 2013. *Going Viral*. Nueva York: Polity Press. 202 págs.
18. Jameson, Frederic & U. Sánchez. 2010. *Reflexiones sobre la postmodernidad: Una conversación de David Sánchez Usanos con Frederic Jameson*. Madrid: Abada Editores. 133 págs.
19. Jenkins, Henry; J. Green & S. Ford. 2013. *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. Nueva York: New York University Press. 372 págs.

20. Jenkins, Henry; X. Li *et al.* 2009. *If It Doesn't Spread, It's dead*.  
[http://henryjenkins.org/2009/02/if\\_it\\_doesnt\\_spread\\_its\\_dead\\_p.html](http://henryjenkins.org/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html) [20 de septiembre de 2015]
21. Kilpinen, Erkki. 2008. *Memes Versus Signs: On the use of meaning concepts about nature and culture*. Helsinki: Semiotica. 25 págs.
22. Mallarmé, Stephane. 1897. *Un coup de dés jamais n'abolira le hasard*.  
<https://math.dartmouth.edu/~doyle/docs/coup/scan/coup.pdf> [20 de septiembre de 2015]
23. Manon, Hugh y D. Temkin. 2011. Notes on Glitch.  
[http://worldpicturejournal.com/WP\\_6/PDFs/Manon.pdf](http://worldpicturejournal.com/WP_6/PDFs/Manon.pdf) [20 de septiembre de 2015]
24. Perloff, Marjorie. 2010. *Unoriginal Genius: Poetry by Other Means in the New Century*. Chicago: University of Chicago Press. 232 págs.
25. Rushkoff, D. 1996. *Media virus! Hidden Agendas in Popular Culture*. Ballantine Books. Estados Unidos. 344 pp.
26. Shifman, L. 2013a. *Memes in Digital Culture*. Massachusetts: The MIT Press. Estados Unidos. 200 págs.
27. \_\_\_\_\_. 2013b. *Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Trouble Maker*. Pennsylvania: Journal of Computer-Mediated Communication. págs. 362-377
28. Shifman, Limor y M. Thelwall. 2009. *Assesing global diffusion with Web Memetics: The spread and evolution of the popular joke*. Journal of the American Society for Information Science and Technology. pág. 16
29. Silliman, Ron. 2006. Sin título. <http://ronsilliman.blogspot.com/2006/02/what-does-it-mean-for-work-of-art-to.html> [12 de septiembre de 2015]
30. Stein, Gertrude. 1995. *The making of Americans*. Illinois: Dalkey Archive. pág. 177
31. Weng, Lilian; A. Flammini, *et al.* 2013. *Competition Among Memes in a World With Limited attention*. <http://www.nature.com/srep/2012/120329/srep00335/full/srep00335.html> [12 de septiembre de 2014]
32. Wiggins, Bradley. 2014. *Memes as genre: A Structural Analysis of the Memescape*. Arkansas: New Media & Society. University of Arkansas.
33. Wimsatt, William y M. Beardsley. 1946. *Intentional Fallacy*. Recuperado el 20 de septiembre de 2015 de: [http://letras.cabaladada.org/letras/intentional\\_fallacy.pdf](http://letras.cabaladada.org/letras/intentional_fallacy.pdf)