PENSAR A SOLAS DUELE

Editorial Universidad de Sevilla

Calidad en Edición Académica
Academic Publishing Quality
COLECCIONES
Avalado por ANECA FECYT
Promovido por une

COLECCIÓN LITERATURA

DIRECTOR DE LA COLECCIÓN
Juan Montero Delgado

SECRETARIOS
Jaime Galbarro García. Profesor Permanente Laboral
Ezequiel Moreno Escamilla. Profesor Interino

CONSEJO DE REDACCIÓN
Areta Marigó, Gema. Universidad de Sevilla
Delgado Pérez, María Mercedes. Universidad de Sevilla
Maldonado Alemán, Manuel. Universidad de Sevilla
Martos Fernández, Juan. Universidad de Sevilla
Molina Castillo, Luis Fernando. Universidad de Sevilla
Montero Delgado, Juan. Universidad de Sevilla
Pajón Leyra, Irene. Universidad de Sevilla
Pérez Pérez, María Concepción. Universidad de Sevilla
Prieto Pablos, Juan Antonio. Universidad de Sevilla
Utrera Torremocha, María Victoria. Universidad de Sevilla

COMITÉ CIENTÍFICO
Avramovici, Jean-Christophe. Université Paris-Sorbonne
Calvo Rigual, Cesáreo. Universidad de Valencia
Carriedo López, Lourdes. Universidad Complutense
Costa, Virgilio. Universidad Tor Vergata (Roma)
Galván, Fernando. Universidad de Alcalá de Henares
Gargano, Antonio. Università degli Studi di Napoli Federico II
Gibert, Teresa. Universidad Nacional de Educación a Distancia
Gil Fernández, Juan. Real Academia Española
Gómez Camarero, Carmen. Universidad de Málaga
Gualandri, Isabella. Università degli Studi di Milano
Marello, Carla. Università degli Studi di Torino
Marx, Friedhelm. Otto-Friedrich-Universität Bamberg
Pérez Jiménez, Aurelio. Universidad de Málaga
Puig Montada, Josep. Universidad Complutense
Siguán, Marisa. Universidad de Barcelona
Valis, Noël. Yale University

PENSAR A SOLAS DUELE

La creación de comunidades literarias en América Latina

Andrea Carretero Sanguino,
Laura María Martínez Martínez y
Juan Manuel Díaz Ayuga (coords.)

LITERATURA
EDITORIAL UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Sevilla 2026

LITERATURA

Nº 182

EDITORIAL UNIVERSIDAD DE SEVILLA

COMITÉ EDITORIAL DE LA EDITORIAL UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Elena Leal Abad (Directora)

Concepción Barrero Rodríguez

Rafael Fernández Chacón

María del Pópulo Pablo-Romero Gil-Delgado

Manuel Padilla Cruz

Marta Palenque

María Eugenia Petit-Breuilh Sepúlveda

Marina Ramos Serrano

José-Leonardo Ruiz Sánchez

Antonio Tejedor Cabrera

Esta publicación ha sido posible gracias a la financiación del Departamento de Literaturas Hispánicas y Bibliografía de la Universidad Complutense de Madrid y de la Sección Departamental de Literaturas Hispánicas y Bibliografía de la Facultad de Ciencias de la Información de dicha universidad.

Primera edición: 2026

© Andrea Carretero Sanguino, Laura María Martínez Martínez y Juan Manuel Díaz Ayuga (coordinadores), 2026

© De los textos, los autores 2026

© Editorial Universidad de Sevilla, 2026

c/ Porvenir, 27 41013 Sevilla

https://editorial.us.es / info-eus@us.es

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación, sin permiso escrito de la Editorial Universidad de Sevilla.

DL: SE-1897-2026

isbn: 978-84-472-3139-3

Motivo de cubierta: *Teoría y praxis en el bar*, de Daniel Santoro

Impreso en papel ecológico.

Maquetación: Dosgraphic s.l. (dosgraphic@dosgraphic.es)

Impresión: Masquelibros

ÍNDICE

Prólogo. Miradas desde lo comunitario en la literatura latinoamericana
Andrea Carretero Sanguino, Laura María Martínez Martínez
y Juan Manuel Díaz Ayuga 11

Escrituras comunitarias, redes y (des)apropiaciones de la autoría

Big Borges: el escritor argentino y las redes sociales
Ana Gallego Cuiñas y Daniel Torres Salinas 23
1. Introducción 23
1.1. Borges y la cultura (digital) de masas 25
1.2. La figura de escritor de Borges 31
1.3. Borges y las redes sociales 34
1.4. Objetivos 36
2. Métodos de *Big Data* 37
3. Resultados 39
3.1. Volumen: los grandes números del fenómeno Borges en Twitter 39
3.2. Contenido: alcance y características 42
3.2.1. De aforismos y afectos: las grandes frases de Borges . . . 42
3.2.2. Iconografía, contenidos audiovisuales y mensajes destacados 47

3.3. Comunidad digital en torno a Borges 49
A modo de reflexión (abierta) final 54
Bibliografía 57

El tempo de la literatura argentina: las generaciones de postdictadura y los talleres literarios de Buenos Aires
Irene Díaz Castellanos 61
1. Introducción 61
2. Los talleres y las generaciones literarias en el tiempo 62
2.1. Dictadura 64
2.2. Postdictadura. 66
2.3. Crisis de 2001. 67
3. Tipos de talleres 69
4. Lo colaborativo y la creación literaria 70
5. Talleres y clínicas de escritura en el campo literario 74
Conclusiones 78
Bibliografía 80

Juntos en contra del mito del autor. Autoría y colectividad en la obra de Cristina Rivera Garza
Stefanie Mayer 81
1. En contra del mito: Cristina Rivera Garza y la autoría 81
1.1. «La primera persona del plural». El silencio y la dependencia de los demás 84
1.2. *El mal de la taiga*. Escrituras comunales y el rol del lector 86
1.3. *El invencible verano de Liliana*. Autoría colectiva, feminismo y un lenguaje nuevo 90
Conclusiones 95
Bibliografía 96

Formas colaborativas de lectura y escritura en la era digital: reconfiguraciones de las prácticas literarias contemporáneas
María Belén Bernardi 99
1. Introducción 99
2. Formas colaborativas de lectura y escritura 100

3. Escrituras en el cruce de las coordenadas de la autoría y la literatura más allá de la nación: nuevas formas de comunidad . . 108
A modo de conclusión 113
Bibliografía 114

Comunidades de mujeres: redes feministas en la literatura latinoamericana

La comunidad prolongada. Una mirada a la trayectoria poética de Blanca Varela desde lo comunitario
Adriana Bermejo Lozano 121
1. Introducción 121
2. Una comunidad en movimiento. Los inicios relacionales de Blanca Varela. 123
3. París era una fiesta. Las comunidades transatlánticas de Blanca Varela 128
4. Haciendo comunidad. Blanca Varela y las poetas peruanas de los ochenta 133
Conclusiones 138
Bibliografía 141

Redes literarias (trans)feministas en el siglo XXI: referencias intertextuales e interautoriales para la construcción de la comunidad de las *casi ciegas*
Marta Pascua Canelo 145
1. Introducción 145
2. La comunidad de las *casi ciegas* 147
3. Análisis de las referencias intertexuales e interautoriales 151
4. Redes literarias (trans)feministas en el siglo XXI 155
Conclusiones 159
Bibliografía 161

Las revistas literarias: laboratorios compartidos para la creación de comunidades

El impacto de la comunidad literaria en torno a Victoria Ocampo y la revista *Sur* en la construcción del imaginario literario latinoamericano de Roger Caillois
Manuel Macera Fumis 167
1. Introducción 167
2. El imaginario latinoamericano de Roger Caillois anterior a 1939 . . 170
3. La perspectiva transnacional de la búsqueda identitaria latinoamericana de la revista *Sur* 172
4. Victoria Ocampo y *La Croix du Sud* 175
5. En busca de la *esencia* latinoamericana 178
Conclusiones 183
Bibliografía 185

Una burbuja epistolar en el campo literario hispanoamericano: el caso de «Correspondencias» y su comunidad trasatlántica en español
Sergio I. Rosas-Romero 187
1. Introducción 187
2. Redes/comunidades literarias, *gatekeepers* y estéticas digitales . . . 190
3. Análisis de las «Correspondencias» 194
3.1. Simulacros epistolares 196
3.2. *Ethos* compartido 199
3.3. La guardiana de la llave 202
Conclusiones 206
Bibliografía 207

PRÓLOGO
MIRADAS DESDE LO COMUNITARIO EN LA LITERATURA LATINOAMERICANA

Andrea Carretero Sanguino
Laura María Martínez Martínez
Juan Manuel Díaz Ayuga
Coordinadores

«Pensar a solas duele», escribió Roque Dalton en su poema «Estudio con algo de tedio». Y quizás sea por eso que la historia literaria de América Latina pueda leerse a través de sus espacios comunitarios. Como oposición a la soledad del trabajo intelectual, por la conciencia de que el eco de una idea depende de los demás o por entender la literatura como un intento (no siempre exitoso) de comunicación, la historia de la literatura latinoamericana está repleta de escritores que se han buscado los unos a los otros. Ya sea en el café «La Paz» de la Avenida Corrientes, donde se reunió la intelectualidad argentina en la década de los setenta –y que Jorge Luis Borges mira a través del ventanal en el cuadro «Entre la teoría y la praxis» de Daniel Santoro–, en los talleres de las librerías o en los coloquios universitarios que han hecho coincidir a generaciones de investigadores, siempre hay una red que rodea el proceso creativo y afecta a sus interpretaciones.

Desde este no querer pensar(se) a solas, la literatura latinoamericana se transforma en una constelación de espacios compartidos, en un transitar de escritores, lectores, editores y críticos, que dialogan y se retroalimentan, condicionando la propia producción literaria y poniendo en duda la noción romántica del creador genial y solitario. Las obras revelan sus costuras colectivas, sus diálogos, sus influencias, y descubren en sus formulaciones las huellas de lo común. De ahí, por ejemplo, la importancia de las revistas como espacios de encuentro, como «laboratorios» –dirá Beatriz Sarlo en su artículo «Intelectuales y revistas: razones de una práctica» (1992)– donde la literatura se ensaya, ofreciendo a los demás las primeras versiones de los textos o los destellos iniciales de nuevas corrientes estéticas. Es allí donde también germinan las diatribas, las traducciones, las notas críticas y sus respuestas. Un espacio que, frecuentemente, ha servido para articular el «nosotros» de las generaciones, ya sean los vanguardistas de *Martín Fierro*, insultando al grupo Boedo, los surrealistas de *Mandrágora*, distanciándose de Neruda, o la construcción del autodenominado grupo «Shanghai» en torno a la revista porteña *Babel*. Junto a estas, los congresos de literatura, los talleres o diversos espacios de reunión e intercambio se han erigido en hitos significativos en la creación de comunidades. Desde el icónico Segundo Congreso Internacional de Escritores para la Defensa de la Cultura (1937) –mejor conocido como el Congreso de Escritores Antifascistas–, pasando por los fructíferos encuentros organizados desde los años 60 y 70 por la Editorial Casa de las Américas, hasta llegar a los emblemáticos cafés, bares y talleres literarios, como el conocido Café La Habana, eje de la vida cultural y política de Ciudad de México en la segunda mitad del XX. Lugares y tiempos que han permitido contribuir a la construcción de lo que Pierre Bourdieu denominó como «campo intelectual». Espacios de creación de comunidades literarias a los que, en las últimas décadas, se ha sumado la omnipresencia de internet y de sus comunidades virtuales. Redes que han permitido la interacción inmediata entre autor-lector, la proliferación de nuevos medios de lectura y escritura, que han desbordado los lenguajes artísticos tradicionales y propuesto nuevas formas de creación colectiva mediadas por lo digital.

La importancia que lo colectivo y sus múltiples redes han tenido (y siguen teniendo) en la configuración de la literatura latinoamericana nos llevó a organizar, en la Universidad Complutense de Madrid, el X Coloquio Internacional de Jóvenes Investigadores en Literatura Hispanoamericana (CIJILH), titulado «*Pensar a solas duele*: la creación de comunidades literarias en Hispanoamérica», los días 16 y 17 de noviembre de 2023. El presente libro, como una selección de las mejores investigaciones presentadas en el mismo, profundiza en los debates –tan fructíferos– que surgieron allí, al mismo tiempo que recorre las redes comunitarias que, de manera explícita o implícita, subyacen en gran parte de la creación literaria latinoamericana, en sus procesos de construcción estética, en sus traducciones e intertextualidades, y en su diálogo incansable con los otros.

Bajo el título «Escrituras comunitarias, redes y (des)apropiaciones de la autoría», el primer bloque de este volumen aborda, desde diferentes perspectivas, las redes personales y literarias que permiten trascender el carácter individual de las prácticas escriturales y las líneas de fuga que desarticulan el concepto clásico de autoría. En *Estética relacional* (1998) Nicolás Bourriaud propone comprender la creación artística contemporánea desde la colectividad de la producción, de tal forma que las prácticas artísticas se consideren sobre la base de la invención de relaciones entre sujetos. Así, las obras serían «la propuesta para habitar un mundo en común y el trabajo de cada artista, un haz de relaciones con el mundo, que generaría a su vez otras relaciones» (1998: 23). En esta línea, el abordaje de la discusión sobre las escrituras contemporáneas sigue la idea de la escritura como ser-en-común de Jean Luc Nancy (*La comunidad desobrada*, 2001) y las ideas que recoge el ensayo *Los muertos indóciles* (2013) de Cristina Rivera Garza, que proponen el cuestionamiento del concepto de autoría encarnada en el individuo y trabajan desde prácticas de desapropiación y escritura colectiva que contribuyen también a la expansión de la configuración de la «figura del escritor» gracias a la reproducción y circulación de las obras y las imágenes de los autores en las redes sociales. En este sentido, las redes y los medios digitales participan de formas de creación de un relato comunitario que encarna los problemas sociales

contemporáneos. La relación entre la escritura y la comunidad virtual comienza a darse en la década de 1990 con las primeras escrituras digitales. Estas, como una suerte de laboratorios de escritura experimentales, que siguen desarrollándose en nuestros días, dependen de la interacción del lector, que pierde el carácter de observador para formar parte de una comunidad de usuarios que participa de la escritura. La posibilidad de interconexión infinita permite la difusión de obra y pensamiento, al tiempo que construye comunidades literarias alrededor de temas y preocupaciones comunes.

Desde esta perspectiva, los trabajos que articulan este primer bloque entablan un diálogo constante con las formas de comunidad en la escritura y de creación colectiva como son, de diferentes modos, los talleres literarios, los *blogs* y las redes sociales, permitiendo entender la literatura como un ejercicio inacabado y siempre en diálogo con las tensiones sociales, los discursos e implicaciones políticas que condicionan su producción, distribución y lectura.

El título que abre este volumen, «Big Borges: el escritor argentino y las redes sociales», bajo la firma de Ana Gallego Cuiñas y Daniel Torres Salinas, propone el uso de las herramientas del Big Data para el análisis de la «figura del escritor» y la reproducción, circulación y consumo de la imagen autorial y los textos literarios de Jorge Luis Borges en las redes sociales. El brillante y minucioso trabajo que lleva a cabo la profesora Gallego, de la mano de Daniel Torres Salinas, da cuenta del impacto de los medios digitales en la construcción de la imagen y los textos orales de Borges, que circulan en la cultura digital de masas, y cómo ello alimenta la política iconográfica, aforística y afectiva del autor, al tiempo que explican su visibilidad en el presente. Para los autores del artículo, Borges se convierte en un modelo de interpretación de la esfera digital y las redes sociales, de tal modo que, tanto por la presencia del escritor como figura canónica de la literatura como por la recurrencia de la vertiente más aforística y filosófica de su producción literaria, los medios digitales, particularmente la red social Twitter (ahora conocida como X), contribuyen a ensanchar y enriquecer la poética borgeana. Al mismo tiempo, el exhaustivo análisis del volumen, el contenido y las comunidades que generan tuits sobre

Borges, gracias a la aplicación de la informetría y la ciencia de datos, permiten reconfigurar el campo de la teoría literaria y proponer nuevas herramientas de análisis de la literatura.

Por su parte, Irene Díaz Castellanos propone en «El tempo de la literatura argentina: las generaciones de postdictadura y los talleres literarios de Buenos Aires» un ejercicio de mapeo de las relaciones inter e intrageneracionales, partiendo de la creación y la actividad de los talleres literarios en el contexto argentino. A través de un recorrido que transita desde la dictadura hasta la crisis de 2001, pasando por el periodo de postdictadura, se pregunta por los límites colaborativos de la creación y las posiciones que asumen maestro y discípulo. Estas posiciones, al mismo tiempo que cambian la concepción del escritor, la profesionalización y las dinámicas mercantiles del mundo editorial, varían en el espacio comunitario en el que se convierten los talleres, fomentando así que estos sirvan al campo literario como vías de rentabilización del capital simbólico, modos de institucionalización de las prácticas literarias y como espacios de lanzamiento al mercado de nuevas voces que nacen, precisamente, en el contexto de una comunidad de escritura que marca los tiempos del devenir de la literatura contemporánea.

Partiendo de *La escritura a la intemperie* (2021) de Vicente Luis Mora, María Belén Bernardi analiza en «Formas colaborativas de lectura y escritura en la era digital: reconfiguraciones de las prácticas literarias contemporáneas» la convergencia del giro errante o diaspórico, el digital o electrónico del campo cultural contemporáneo para pensar la literatura como un «campo expandido» (*Mundos en común*, Garramuño 2015) que permite reconfigurar las prácticas literarias en el presente. Los circuitos alternativos que inauguran nuevas formas de lectura y escritura desde las prácticas comunitarias posibles en el campo digital permiten redibujar los modos de circulación, difusión y recepción de la literatura que, en el siglo XXI, parecen estar signados por un descentramiento geográfico, epistémico y disciplinar que aboga por la pluralidad en las prácticas escriturales y la concepción de la autoría proponiendo un acercamiento al campo literario que deberá siempre partir de las ideas de comunidad y desapropiación.

También el cuestionamiento acerca de la construcción de la autoría es el eje que vertebra el trabajo titulado «Juntos en contra del mito del autor. Autoría y colectividad en la obra de Cristina Rivera Garza» de Stefanie Mayer. A partir de un análisis del ensayo «La primera persona del plural» (2019), la novela *El mal de la taiga* (2019) y el texto *El invencible verano de Liliana* (2021), todos firmados por la mexicana Cristina Rivera Garza, Mayer sostiene cómo el concepto de autor/a ha virado de lo individual a lo relacional y colectivo por medio de ejercicios de desapropiación, siguiendo el concepto de la propia Rivera Garza, que invita al/a la lector/a a involucrarse en el texto. Al mismo tiempo, las diversas estrategias textuales que abren la voz única de la autora hacia la polifonía privilegian la presencia de otros materiales de escritura, que inauguran otros imaginarios sociales y nuevas formas de solidaridad y comunalidad en la literatura contemporánea.

En nuestra historia reciente, los movimientos feministas han dejado su huella en la cultura, atravesando de muy diversas formas las producciones artísticas de nuestro tiempo. Estallidos sociales como las manifestaciones por el 8M o las campañas de visibilización en redes sociales, como el #MeToo, han potenciado el carácter comunitario de la lucha feminista. En el campo literario, las escritoras, en un ejercicio cercano al activismo, han fomentado la construcción de comunidades de mujeres, bien al amparo de las dinámicas del mercado editorial, bien desde una perspectiva de sororidad y con el afán de compartir espacios de pensamiento y de creación. Si bien la reciente etiqueta del «nuevo boom latinoamericano femenino» ha sido criticada por el trasfondo homogeneizador y el objetivo mercantil que esconde, muchas de las escritoras que la prensa incorpora en este grupo han reconocido las zonas compartidas que transitan su obra y su figura autorial, poniendo de relieve la importancia de la construcción de genealogías. Desde la crítica literaria se ha desplazado la mirada hacia lo colectivo y se ha buscado la configuración de estas genealogías de escritoras olvidadas por la historia de la literatura, para anclarlas desde múltiples aristas al panorama cultural y quebrar el discurso falogocéntrico de la excepcionalidad, donde siempre era una única poeta la adelantada a su tiempo y una única escritora la que sobresalía. De este modo, tanto

desde el punto de vista de las escritoras contemporáneas como desde el terreno académico en el presente, se inauguran nuevas formas de resistir al ejercicio de historización hegemónico, desde la sororidad y el reconocimiento del legado recibido, que caracterizan al pensamiento feminista y que se concretan, desde coordenadas espaciales y temporales diferentes, en el bloque «Comunidades de mujeres: redes interautoriales y genealogías feministas».

Desde la mirada a lo colectivo, Adriana Bermejo Lozano interroga la figura de Blanca Varela en su capítulo «La comunidad prolongada. Una mirada a la trayectoria poética de Blanca Varela desde lo comunitario». Mediante una revisión cronológica de la trayectoria de la poeta peruana, Bermejo Lozano plantea la comunidad literaria como el eje vertebrador del análisis y sugiere un espacio colectivo que transita desde el ámbito familiar y el entorno de la Universidad de San Marcos en los primeros años, la peña Pancho Fierro y el espacio íntimo de Puerto Supe, la generosidad de Octavio Paz en París y las compañías existencialistas de Sartre y De Beauvoir, hasta el grupo de poetas peruanas de los ochenta, donde Varela se convirtió en faro de una red de escritoras más jóvenes como Carmen Ollé, Giovanna Pollarolo o Rocío Silva-Santisteban.

Marta Pascua retoma el ejercicio genealógico y lleva a cabo, en su trabajo «Redes literarias (trans)feministas en el siglo XXI: referencias intertextuales e interautoriales para la construcción de la comunidad de las *casi ciegas*», una revisión de la estirpe de la «casi ceguera» femenina partiendo de la idea de comunidad que atraviesa el campo literario y académico. A partir de las referencias intertextuales e interautoriales presentes en textos de Lina Meruane o Guadalupe Nettel, entre otras, Pascua Canelo evidencia la potencialidad del carácter comunitario constituyente del giro *transfeminista* que atraviesa la literatura actual y el papel esencial que toman las deficiencias visuales –el ojo torcido– frente a la hegemonía patriarcal en la construcción de otros proyectos de resistencia desde la literatura escrita por mujeres.

Entre los múltiples cambios de foco que ha habido recientemente en la investigación en literatura latinoamericana, destaca el giro material en torno a las revistas culturales. Estas dejan de ser consideradas

meras fuentes y repositorios de parte de las trayectorias literarias de los escritores para erguirse como objetos de estudio en sí mismos y artefactos completos. Se abandona la lógica extractivista con la que la historia literaria tradicionalmente ha mirado a las revistas y, como plantea Horacio Tarcus en *Las revistas culturales latinoamericanas: giro material, redes intelectuales y redes revisteriles* (2020), los textos pierden autonomía como materia de investigación y empiezan a depender de su contexto. Cobra importancia la disposición del texto en la página, la temática de las otras piezas que lo acompañan, lo temprano o tarde que aparece en el número o detalles –supuestamente nimios– como el tamaño de los rótulos del título o del nombre del autor. Por un lado, las revistas comienzan a postularse como el reflejo inmediato de las tendencias artísticas del momento, como el espacio del ensayo y del error. Por otro, se posicionan como instantáneas concretas del campo intelectual, entramados que entrañan los movimientos del capital simbólico y evidencian, a la par que constituyen, las comunidades de escritores. En este último sentido ahonda el bloque final del libro: «Las revistas literarias: laboratorios compartidos para la creación de comunidades».

En el capítulo «El impacto de Victoria Ocampo y la revista *Sur* en la construcción del imaginario literario latinoamericano», Manuel Macera Fumis se remonta a las décadas centrales del siglo XX e investiga el poso que tuvo la revista dirigida por Ocampo en el joven escritor francés Roger Caillois y en el posterior catálogo de la primera colección de literatura latinoamericana en Francia que después dirigió: *La Croix du Sud*. A través de un detallado análisis, Macera Fumis problematiza la vacilación –incluso superposición– entre una concepción latinoamericana exótica y una concepción permeada por la relación de Caillois con Argentina y con los intelectuales del grupo Sur.

Con «Una burbuja epistolar en el campo literario hispanoamericano: el caso de "Correspondencias" y su comunidad trasatlántica en español», Sergio Rosas Romero se instala en la contemporánea *Cuadernos Hispanoamericanos* para desentrañar el mecanismo de la sección «Correspondencias» coordinada por Valeria Milles. Rosas Romero estudia una variada selección de correspondencias para mostrar cómo

el género epistolar se retuerce (y se performa) en la inmediatez del siglo XXI y fagocita un espacio de conversación comunitario sobre la escritura y la literatura actual. Los dos capítulos del último bloque atienden a la potencia colectiva de las revistas y ponen de manifiesto los distintos vericuetos a través de los cuales el acto de escribir, solitario en la mayoría de ocasiones, transita hacia lo comunitario. Estableciendo la mirada en las revistas, sendos autores se distancian del efecto solidificador del libro para situarse en el tiempo gerundio de un proyecto intelectual por naturaleza grupal, que se dilata y se complejiza número tras número.

De este modo, los tres bloques que organizan las diferentes contribuciones tributan a un modo de análisis de la literatura y su circulación desde lo colectivo. Si el sistema neoliberal capitalista ha trazado el camino hacia el individualismo, quizá desde la literatura pueda dibujarse una cartografía alternativa, que permita seguir pensando de forma conjunta nuevas estrategias para imaginar la comunidad desde el ejercicio literario desarrollado en y desde América Latina.

Escrituras comunitarias, redes y (des)apropiaciones de la autoría

BIG BORGES: EL ESCRITOR ARGENTINO Y LAS REDES SOCIALES*

Ana Gallego Cuiñas
Daniel Torres Salinas
Universidad de Granada

1. Introducción

El escritor argentino Jorge Luis Borges es uno de los autores más citados en artículos científicos de cualquier disciplina cuando se habla de *Big Data*[1]. Relatos como «La biblioteca de Babel», «El Aleph», «El idioma analítico de John Wilkins», «Tlön, Uqbar, Orbis Tertius»

* Este trabajo es resultado de la Unidad Científica de Excelencia Iber-Lab. Crítica, Lenguas y Culturas en Iberoamérica de la Universidad de Granada (ref. UCE 18-03). Una primera versión de este texto fue publicada en inglés, con el título «Big Borges: What Can Big Data Show About a Classic Writer on Social Networks?», en Torres Salinas y Gallego Cuiñas (2023: 207-233).

[1] Carolina Ferrer demuestra, en un estudio sobre la presencia de Borges en las bases bibliográficas, que Borges es más citado –no solo epígrafes sino conceptos– en textos de científicos (de matemáticas, biología, genética, antropología, medio ambiente, geografía, arqueología, sociología, lingüística, etc.) que en trabajos de literatura y crítica (2012: 505-506).

o «Jardines de senderos que se bifurcan» funcionan como ejemplos de las ideas de infinito, acumulación, condensación, causalidad, virtualidad y simultaneidad que rigen el *dataísmo* digital del siglo XXI. A esto hay que sumar las múltiples intervenciones artísticas realizadas a partir de los grandes datos de las obras borgeanas, como sucede con *Libros de arena* (2003)[2] o *Cuatro días con Borges en mente* (2012)[3], del artista Mariano Sardón, *El Aleph engordado* (2009), del escritor Pablo Katchadjian, *Remake* (2011), de Agustín Fernández Mallo, o *Borgestein* (2012) de Sergio Bizzio.

Todo ello responde al doble efecto que produce la poética de Jorge Luis Borges. De un lado, ontológico –en un sentido filosófico y técnico–, dado que se utilizan los textos de Borges para comprender la naturaleza, conceptualización y problemática de los nuevos medios digitales, cuyo paradigma sería el cuento «Pierre Menard, autor del Quijote» (Martínez 2007). De otro, el efecto es epistemológico, dado que Borges se convierte en método, es decir, en modelo de interpretación –casi podríamos decir que en algoritmo– de la esfera digital y de las redes sociales, hasta el punto de ser considerado como un precursor de internet por el modo en que aparecen esbozadas las nuevas tecnologías en su obra (Brook 1995; Lapidot 1990 y 1999; Sasson-Henry 2007; Block 2008; Brown 2009; Callus y Herbrechter 2009; Acuña Zumbado 2012; Rojo 2015; Newhouse 2019). En este rubro, el relato paradigmático sería «Kafka y sus precursores», debido a que, después de la irrupción de las técnicas digitales y de la Inteligencia Artificial, leemos la ficción borgeana de otra manera.

Pero Borges no solo es un «clásico» (Calvino 1993)[4] y un objeto de culto en el discurso humanista, científico y tecnológico de nuestro

[2] *Vid.* https://marianosardon.com.ar/books/books_esp.htm [consulta: 30/04/2025].

[3] *Vid.* https://www.marianosardon.com.ar/day_borges/borges_mind_esp.htm [consulta: 30/04/2025].

[4] Premat certifica que a Borges se le lee (y se consume, añadimos nosotros) como un clásico: «Se puede considerar, en todo caso, que Borges es el mayor clásico de las letras latinoamericanas» (2022: 9).

tiempo, sino que –paradójicamente– lo es también en los medios de masas, sobre todo en redes sociales como Twitter[5]. No cabe duda de que este discurso mediático –asentado en su mito y en su producción oral– forma parte de su obra y de su poética de la ficción; por eso es necesario analizarlo desde un punto de vista combinado, cuantitativo y cualitativo, para calibrar de manera holística su impacto actual en los medios. De otra parte, el estudio de caso que presentamos abre una nueva línea de investigación que habría de ensanchar la noción de «figura de escritor» (Gallego Cuiñas 2020) a partir de la (re)producción, circulación y consumo de la imagen autorial y del texto literario –oral y escrito– en las redes sociales. Incluso nos sirve para replantearnos el valor de la literatura en la cultura (digital) de masas y la necesidad de resignificar la estética de la recepción en la época de los grandes datos.

1.1. Borges y la cultura (digital) de masas

En la década de los setenta y ochenta, Borges ya se había convertido en un personaje público, un escritor que era reclamado por los medios de comunicación de todo el mundo y que se prodigaba en apariciones asiduas en la radio, la televisión y la prensa (*cf*. Borges y Ferrari 1992, 1999; Borges y Carrizo 1997)[6]. En sus intervenciones orales, derrochaba inteligencia, erudición y humor para hablar de lo más sublime y de lo más prosaico, haciendo continuas referencias tanto a

[5] Actualmente esta red social ha pasado a ser X, pero seguimos utilizando el nombre anterior, Twitter, porque así se llamaba en los años en que se concentra este estudio.

[6] Pineda Cachero cuenta que en esos años hacía hasta tres o cuatro entrevistas al día (2002: 52). Annick Louis precisa que esto sucede sobre todo cuando deja su puesto en la Biblioteca Nacional y se produce un repliegue a lo doméstico: Borges comienza a atender a los periodistas, estudiantes y críticos en su casa (2020: 276).

libros como a anécdotas personales (Bruni 1999; Pauls 2004)[7]. Y eso es justamente lo que llama la atención de un autor cuya obra escrita es signo de ilegibilidad: su capacidad para «traducir» los códigos de la alta cultura a la cultura de masas sin hacer distinciones y fascinar a un público no especializado[8].

Esta peculiar relación de Borges con los *mass media* no ha sido muy atendida –de forma específica– por la crítica (Bruni 1999; Saítta 2018; Pineda Cachero 2002); aunque sin duda hay dos trabajos fundamentales para abordar esta cuestión: el célebre capítulo que le dedica García Canclini en *Culturas híbridas* (1990) y el reciente artículo de Annick Louis «A momentary lapse of history» (2020). En el primer caso, Canclini estudia el lugar protagónico que adquiere la figura de Borges en los medios en la segunda mitad del siglo XX y el modo en que contribuye a la profesionalización del escritor cuando hace extensivo su discurso literario –como Octavio Paz– a la cultura de masas. Se convierte entonces en un referente autorial de lo que puede hacer un escritor en lengua castellana con los medios (García Canclini 1990: 95), de cómo construir un marco de lectura de la propia obra y de sí para la doxa académica y, simultáneamente, para los medios de masas.

Por su lado, Annick Louis, que ha trabajado la figura de autor de Borges durante décadas, se centra en su artículo en la construcción del personaje público de Jorge Luis Borges entre 1976 y 1986, que es el que articula una «poética de los medios» en diálogo y dependencia con su obra literaria (2020: 271). No sorprende entonces que su producción oral tenga casi la misma extensión que el resto de la obra de su vejez (Premat 2022: 86). Aunque es su ficción –el reconocimiento nacional,

[7] Esta situación se producía incluso cuando los periodistas le pedían que opinara sobre temas políticos –por su antiperonismo manifiesto– o insistían en que hablara de su vida privada: de su relación con la madre o de su polémico matrimonio con María Kodama, a pesar de ser conocida su «política del pudor» como la llama Pauls (2004: 45).

[8] Borges ironizaba acerca de su fama y del hecho de que la gente comprara sus libros y no los leyera. Esta idea sigue circulando en la actualidad: la ficción de Borges es poco leída por su dificultad intelectual.

la traducción primero en Francia y luego en EE. UU. o el Premio Formentor– la que le otorga la fama –el nombramiento como director de la Biblioteca Nacional, como profesor de la UBA, los distintos *honoris causa*– y su figura mediática la que lo hace popular (Louis 2020: 281). ¿De qué forma? Para Louis inciden dos factores: el papel de «enfant terrible, polémico y provocador» (Louis 2020: 271) que desplegaba en las entrevistas, y el predominio en paralelo de la imagen de «viejo poeta sabio y universal» que se impuso en los medios (Louis 2020: 277), sobre todo desde que perdió la vista a mediados de los cincuenta[9]. Este hecho biográfico, como apunta Julio Premat, cambia su manera de concebir la literatura y provoca su conversión en un escritor oral (2022: 85), de sí mismo y de los otros. Alan Pauls también incide en esta transformación y en la actitud performática de Borges en los medios, donde se iba prodigando cada vez más: «La reivindicación de la taciturnidad, la voz baja como estandarte, la promoción de la malicia y de la burla que se filtran en una frase lacónica» (2004: 47). Esta idea nos parece fundamental porque nos sirve para explicar en la actualidad su fuerte presencia en las redes sociales: lo que podríamos denominar el «capital iconográfico» de Borges. O lo que es lo mismo, el modo en que su imagen –su cuerpo– responde al prístino imaginario romántico del escritor: un anciano invidente, solemne e ingenioso que habla y no escribe. Al menos no de la forma tradicional, porque el último Borges dicta.

Sin embargo, hasta la fecha no se ha estudiado la forma en que Borges, su imagen y sus textos orales se (re)producen y circulan en la cultura digital de masas. Hay que aclarar que entendemos por «cultura digital de masas» toda aquella cultura que es generada, transmitida y experimentada en un medio digital. La cultura de masas, tal y como la entendía Adorno en su *Dialéctica de la Ilustración* (1944), no solo se ha ampliado exponencialmente en el último cuarto de siglo a través del medio digital, sino que está dominada por tres componentes

[9] Hay una asociación frecuente entre la llegada de la fama de Borges y su ceguera. Incluso él mismo la considera «un rasgo determinante de su posición de escritor» (Premat 2022: 91).

propios de este medio: lo audiovisual, lo aforístico y lo afectivo[10]. Estas tres «políticas de la cultura de masas» explican tanto el extraordinario éxito como las «condiciones de reproducción» de la palabra y de la imagen de Borges en el siglo XXI.

La primera, la iconográfica, responde a la imagen de Borges que se asimila al prototipo –podríamos decir también cliché– del genio universal: un anciano con bastón, ciego –como el gran Homero[11]– y cosmopolita que es capaz de dialogar con un astrofísico, un experto en cábala o con Mick Jagger. Las fotos de la vejez de Borges son las más prodigadas en todos los medios: «En los últimos años de su vida, las imágenes visuales de Borges enmarcaron, completaron y determinaron sus textos» (Premat 2022: 97)[12]. Pero incluso en el mercado, el rostro de Borges aparece en monedas, bolsos, camisetas, tazas y cómics, al mismo nivel que Shakespeare y Virginia Woolf. También es objeto de memes, montajes en YouTube, citas de su discurso oral en redes sociales y composiciones *trap* en las que se reproduce su poema «Ajedrez» al estilo de Bizarrap[13]. ¿Qué significa esto? Una primera deducción es

[10] Tal y como afirma Cabot: «Ante todo hay que señalar que la cultura actual no es una cultura digital, esto es solo el medio, sino que es una cultura audiovisual. La digitalidad es la última frontera, por ahora, de un proceso tan antiguo como la razón humana: la reducción de la multiplicidad a unidad, o, si se quiere, la reducción comprensiva de la complejidad de la realidad. Complejidad que aumenta al mismo ritmo que aumenta nuestro conocimiento de ella» (2013: 24).

[11] Premat precisa a este respecto: «La identificación con Homero, el primer escritor legendario de Occidente es explícita, tanto como el valor atribuido a la ceguera: perder la vista es un disparador de la escritura; una escritura que va a construir una memoria específica, un pasado épico, para desembocar por fin en la emergencia de una vida virtual, una vida hecha de "un rumor de gloria y de hexámetros"» (2022: 93-94).

[12] Obsérvese el claro paralelismo entre esta imagen de Borges y la de Einstein, si bien la de este último, como resultado del carácter universal de la ciencia, tiene un alcance global.

[13] Véase el vídeo que subió Diego Palatino en 2022 en su cuenta de Instagram @lectordeltren: https://www.instagram.com/p/CZaJvW3jsfT [consulta: 30/04/2025].

que el aura clásica y pop de la figura de Borges se impone a la de su obra ficcional en los medios de masas y deviene en emblema «del Gran Escritor» (Premat 2022: 86).

La segunda política sería la aforística, que se trenza con el uso de la brevedad, la exactitud y la oralidad. En este sentido, el discurso oral de Borges, procedente de las múltiples entrevistas que concedió[14], funciona como un doble del escrito. Esto es: Borges tiene la gran capacidad de hablar como escribe, con sentencias que parecen sencillas pero que contienen perífrasis, paradojas y analogías verdaderamente sorprendentes, en las que aparecen términos que calificamos como borgeanos: «conjetural», «vasto», «fatigar» o «acaso». La práctica borgeana del aforismo, en la esfera ficcional y pública, propició que se elaborara un documental *Borges para millones* (1978) –el título, que parece un oxímoron, es símbolo de la fusión entre alta cultura y cultura de masas en la figura de Borges–, a partir de las declaraciones, en forma de sentencias seductoras, que dio «el maestro» en los medios. A esta facultad obedece igualmente el compendio de frases de Borges que publicó en 1979 Blas Matamoros: *Diccionario de Jorge Luis Borges*. Organizado conforme a tópicos tradicionales y atemporales como el amor, el arte, el cine, la filosofía, la historia, los argentinos, los libros, la literatura, la política, la religión, el tango o la sociedad, contiene las frases más populares de Borges, las mismas que circulan en la actualidad por internet. Lo que atrae de las opiniones aforísticas de Borges es la ilusión de verdad, de sabiduría y de autenticidad que ofrece el formato oral en que se enunciaron, mediante un lenguaje preciso y cuidado que hace olvidar la impostura y factura ficcional de todo discurso mediático. Por eso, el escritor oral es el privilegiado en las redes sociales, el Borges más legible y reproducible; no el de los cuentos y ensayos, que es ilegible y críptico.

La tercera y última política alude a la era del capitalismo afectivo (Illouz 2007; Santamaría 2018) o de las emociones (Ahmed 2011) que potencia sobremanera la cultura digital de masas mediante la

[14] Hay que recordar que para Borges la entrevista es un género literario.

hibridación entre lo sentimental y lo mercantil. Las consecuencias en el campo cultural son claras: por una parte, el arte se asocia antes a emoción y diversión que a la emancipación o resistencia. Por otra, cuanto más capital simbólico tiene un artista, más valor –económico– se otorga a su espacio biográfico, por lo que termina produciéndose un desplazamiento del mito al hombre. Como indica Canclini ya en los noventa: «Lo más frecuente es que el público desplace su concentración de la obra a la biografía del artista y sustituya la lucha con las formas por la anécdota histórica» (1990: 130). Sin embargo, en lo que respecta a Borges, aunque el interés en su espacio biográfico fue mayor desde que se casó con Kodama, su autoridad en la esfera de los afectos (sus conocidas frases sobre el amor, la amistad o la vida) viene dada por lo iconográfico[15], es decir, por la imagen del artista «como héroe representativo de las grandes emociones» (García Canclini 1990: 139), que procede del imaginario romántico del siglo XIX. Así, como veremos, el Borges que se pondera en los medios es el «comunicador» (Lipovestky 2020: 94) que opera como un gurú de los sentimientos o de la *eudaimonia*; como un medio de expresión subjetiva y autolegitimación para los usuarios de las redes.

En conclusión, en estas tres políticas de la cultura (digital) de masas que explican la visibilidad de Borges encontramos: i) un aumento del valor de cambio del significado por encima del significante (es decir, del contenido antes que del tratamiento y la innovación formal); ii) mayor valor social del Borges oral y aforístico que del narrativo y estético; iii) una apropiación y valor de uso del mito del escritor culto como modo de subjetivación y autolegitimación afectiva; iv) la persistencia de los valores románticos en la recepción y uso de la imagen del escritor que circula en la cultura de masas.

[15] Como señala Ana Peluffo (2015) se ha prestado poca atención a la relación de Borges con la cultura de las emociones dentro de su obra escrita.

1.2. La figura de escritor de Borges

En el último cuarto de siglo, el capitalismo neoliberal ha entrado en una nueva fase ontológica, donde el mercado, los afectos, los procesos de subjetivación y las nuevas tecnologías han saturado todas las esferas de la vida, incluida la cultura literaria. Esto ha derivado en un cambio significativo en la legitimación y valoración del estatuto cultural y social del escritor. Su resemantización y sobreexposición como personaje mediático, su constitución en artículo de consumo y la multiplicidad de gestos o escenas que median su imagen pública (digital) han vuelto fundamental el estudio de la figura de escritor en la agenda de la crítica literaria del siglo XXI (Gallego Cuiñas 2022b). Incluso se podría sostener que es uno de los significantes más reveladores de los cambios que se han dado en la relación entre literatura y cultura de masas. Y es que pocos actores sociales dependen tanto como los escritores de un contexto, de un público y de un mercado, «en lo que son y en la imagen que tienen de sí mismos, de la imagen que los demás tienen de ellos y de lo que los demás son» (Bourdieu 2003: 21). En esa imagen mediática, en esa actuación del personaje público que es causa y efecto del sentido de la obra, se juega también el valor social de la literatura. De este modo, «las estéticas son relativas a las posiciones que ocupan los autores en el campo» (Sapiro 2016: 37) porque sus intervenciones públicas forman parte de la obra y construyen otra dirección interpretativa para su poética.

A pesar de la centralidad que ha adquirido el escritor en nuestra cultura, hasta el siglo XXI no hay un interés creciente por las figuras de autor[16] en los estudios literarios (*cf.* Díaz 2007; Meizoz 2007; Premat 2009; Louis 2013; Gallego Cuiñas 2015; Fontdevila y Torras 2016),

[16] En el campo crítico predomina la denominación «figura de autor», pero nosotros preferimos hablar de *figura de escritor* para trascender la noción de autoría ligada a la propiedad (intelectual) del texto y poner el énfasis en el ejercicio específico de la profesión literaria dentro del mercado cultural, cuyas formas de tasación del valor son diferentes a las de otras profesiones artísticas (Gallego Cuiñas 2020).

puesto que se sigue considerando –bajo un esencialismo de corte romántico– un tema y un problema exterior al texto, donde no se pone en juego el valor literario. Esto explica por qué la figura de escritor de Borges en el ámbito de lo público no ha sido tan estudiada como cabría esperar (a excepción de García Canclini, Louis, Premat y Saítta, a los que se suma Lefere) y que aún queden parcelas sin cubrir, como sucede con los usos[17] de los textos orales y de la imagen borgeana en las redes sociales. Esta desatención a las figuraciones del escritor perpetúa la separación artificial entre alta cultura y la cultura de masas, como si el autor no se (re)produjera, circulara y fuese consumido también por el mercado global y mediático y como si ello no constituyese un (otro) marco de visibilidad y de legibilidad. Borges, en cambio, sí valoraba esta cuestión de «volverse autor» (Premat 2022: 8) y estaba muy atento a otras figuras de escritor en su biodiscurso, donde citaba continuamente a «autores, figuras de autores, con sus gestos, sus manías, sus idiosincrasias, como quien cita textos» (Molloy 1999: 231). Lo que le interesaba era el mito, el modo en que un escritor forja una imagen, como hacía él, para delimitar «sucesivos campos de producción y de recepción» (Lefere 2015: 159) que no solo lo auto legitiman sino que lo consagran[18]. Es más, como afirma Annick Louis, «las reflexiones tempranas de Borges sobre la cuestión de la fama (en ensayos de *Inquisiciones*, *El tamaño de mi esperanza* y *El idioma de los argentinos*, ver Louis, 2014: 353-354) crearon en él una consciencia aguda de las implicaciones de los procesos de canonización, que exploró y tradujo en formas textuales y en posiciones durante el resto de su carrera» (Louis 2015: 18)[19].

[17] Entendemos la categoría de «uso» no solo en sentido marxista sino como lo propone Virno (2017): una «apropiación» que emana de la relación entre vida y lenguaje, entre sujeto y objeto.

[18] Recordemos que, por ejemplo, en «Presencia de Miguel Unamuno» notamos cómo lee sus textos al socaire de la imagen del escritor, que es la que proyecta en la obra.

[19] En este sentido, Louis habla de dos periodos en la construcción del autor-Borges: uno de 1919 a 1955, y otro desde la vuelta del peronismo en 1973

En la cultura (digital) de masas, los modos de (auto)representación autorial ya no se circunscriben solo al texto-libro sino a los textos e imágenes que constituyen la figura mediática del escritor (en entrevistas, conferencias, notas, fotografías, redes sociales, etc.). El valor social se desplaza entonces de la obra, del texto-libro que deviene en categoría zombi, al autor, la imagen y el texto-oral. Esto supone pensar en una epistemología de la figura de escritor que habría de abordarse desde tres gestos (Gallego Cuiñas 2020):

1. la postura*:* el modo en que el escritor ocupa una posición en el mercado y es visible en varias instancias de mediación: publicaciones, traducciones, enseñanza, festivales, másteres, congresos, redes sociales, etc.;
2. la pose*:* la estrategia performática de circulación de la imagen y la escenografía que despliega en el ámbito de lo público;
3. el mito: consecuencia de la recepción positiva en la academia, de la legitimación de la alta cultura y del cumplimiento del horizonte de expectativa de los lectores.

El caso de Borges es revelador en este sentido puesto que no solo representa a la perfección estas tres instancias epistémicas, sino que se ha alzado como paradigma posmoderno de la figura de escritor clásico que triunfa en las redes sociales. Es evidente que la «pose» borgeana de los setenta y los ochenta ha contribuido significativamente a extender en la sociedad «el mito» de escritor erudito y cosmopolita –descrito en el epígrafe anterior– que se sigue reproduciendo en la cultura digital de masas casi cuarenta años después de su muerte. Esto deviene en una «postura» digital específica en redes sociales como Twitter, donde Borges ocupa el lugar público del escritor romántico

---

hasta su muerte en 1986 (2015: 18). Ella también se encarga con brillantez de explorar el modo en que la ficción textual de Borges compone una imagen del escritor (por ejemplo, «El Aleph», «Tlön», «Pierre Menard», etc.). Para Lefere el libro más autobiográfico de Borges sería *El Hacedor* (2015: 154), porque es donde fija su imagen última.

(la figura del escritor por antonomasia), pero también el de la visibilidad de lo literario en los *mass media*, que, a pesar de su pérdida de influencia social, sigue ligado a posiciones de prestigio que los usuarios de redes sociales perpetúan con sus tuits.

1.3. Borges y las redes sociales

El avance de las industrias creativas, la democratización y la espectacularización de la cultura han favorecido la proliferación y profesionalización de nuevas instancias de mediación de lo literario como las redes sociales. La figuración del escritor, como decíamos en el epígrafe anterior, ya no se disemina solo en textos de ficción, discursos orales, reportajes y entrevistas, sino en fotos posadas en Instagram, memes, vídeos, blogs, bots y redes sociales. De entre todos esos yoes simbólicos y materiales que se expanden en la cultura digital de masas, el que ha pasado más desapercibido para la crítica literaria ha sido el que tiene que ver justamente con el tema que nos ocupa: las redes sociales, dispositivo privilegiado para la promoción literaria y para la construcción de la figura de escritor hoy día (*cf*. Gallego Cuiñas 2022a).

Se impone, pues, avanzar en el análisis de las figuraciones del escritor a partir de redes sociales como Twitter –la más atenta a la cultura literaria y a lo emocional[20]– desde una lectura crítica, sociológica y *dataística*, para ver cómo opera esta red con el campo literario, a través de mecanismos de reproducción y apropiación de ciertos escritores y textos. Las redes sociales funcionan con una economía de la

[20] Como sostiene Helgueta Manso, Twitter es una de las «plataformas predominantemente (hiper)textuales y, por lo tanto, literarias, frente a las aplicaciones audiovisuales» (2022: 45), donde lo textual tiene un lugar secundario. De otro lado, Twitter tiene como motor la dimensión afectiva, en su costado positivo y negativo, no como Facebook, que no admite insultos ni enfrentamiento directo.

representación afectiva que se modula a partir de la imagen y del discurso (auto)biográfico del escritor, dos textualidades que certifican y significan no solo la autenticidad o singularidad del mito autorial sino la del propio (re)productor y consumidor. En efecto, lo primero que observamos es que los tuiteros citan a Borges porque provoca un «efecto de lectura» inteligente en quien lo nombra, aunque no lo haya leído, al tiempo que genera un capital emocional en búsqueda de reconocimiento social: «yo leo/conozco a Borges». Como explica Sosa Escudero, Borges siempre ha provocado «una sensación contradictoria: por un lado, que uno debía leerlo; hacerlo requería una formación intelectual que solo unos pocos elegidos poseían, validados por una suerte de secta secreta que otorgaba un permiso para "borgear" luego de algunas maniobras iniciáticas» (2020: 16). Por ese motivo, el Borges que circula en redes es el oral, el aforístico y el afectivo: el consumible y legible, que se aviene a una lectura de lejos para la vida; y no el de la obra literaria resistente e ilegible, que se aviene a la lectura de cerca para los especialistas en literatura.

Aun así, el espacio digital se antoja como un medio provechoso para la reflexión crítica porque sirve para: i) medir la visibilidad de un escritor clásico en la cultura de masas actual, lo que permite revitalizar la dialéctica entre literatura y sociedad; ii) pensar la categoría de figura de escritor desde formatos nuevos como las redes sociales, que perpetúan el icono romántico y ponderan las formas breves y los contenidos afectivos; iii) confrontar el ser autor (la escritura) con la imagen autorial (la figura de escritor) para evidenciar la forma en que se ha ido subordinando el autor como propietario intelectual de la obra –que no vende–, al escritor como actor del sujeto-escritor que (se) vende como obra, cuyo primer referente en la historia de la literatura contemporánea en lengua española es, sin lugar a dudas, Jorge Luis Borges. De este modo, la figura de escritor de Borges en Twitter es signo material de una determinada idea de escritor (clásico), de literatura y de subjetividad que opera en la cultura digital de masas de nuestros días, la cual se ha convertido en una vía primordial para la construcción del valor social de lo literario, cristalizado en la capacidad de reproductibilidad –digital– de un sujeto-escritor, ya no de

una obra. Y la de Borges solo es parangonable con la de Shakespeare, hasta el punto de que tanto la recepción académica global de sus textos como su presencia en redes sociales lo convierten en uno de los escritores contemporáneos más (re)conocidos como intelectual –como clásico– en todo el mundo.

1.4. Objetivos

La presencia de Borges es cada vez más notoria en la red social de Twitter, medio en que se difunden constantemente mensajes sobre él y aparecen distintas apropiaciones de su imagen y de sus frases que, sin duda, afectan a la construcción de su figura autorial y a la recepción de su obra. Partiendo de este hecho, el objetivo marco que articula y guía esta investigación se centra en el análisis de la difusión, recepción y asimilación de la figura de Borges en Twitter, mediante técnicas informétricas (Moed 2017) y Big Data (Zgurovsky y Zaychegnko 2020; Barroso-Hurtado, Arroyo-Machado y Torres-Salinas 2021) que nos permiten construir un marco teórico de legibilidad. A nivel práctico, hemos articulado y fragmentado nuestro objetivo general en tres subobjetivos específicos:

1. Volumen: en primer lugar, conocer cuál es el volumen y la frecuencia de los tuits sobre Borges y determinar algunas de sus características básicas como el idioma y la medición de la difusión y las interacciones que generan dichas publicaciones.
2. Contenido: en segundo lugar, determinar el contenido que se comparte deteniéndonos en dos de los aspectos incluidos en las tres políticas de la cultura de masas: la política aforística por un lado y, por otro, la política iconográfica.
3. Comunidad: en tercer lugar, nos centramos en identificar quiénes son los actores, en este caso cuentas de Twitter, más relevantes a la hora de difundir la obra de Borges, identificando sus características básicas (tipo, sector, seguidores, etc.).

Los resultados alcanzados arrojan luz en dos direcciones complementarias: una teórica y otra metodológica. Desde la perspectiva teórica, nuestra investigación amplía los horizontes de discusión crítica acerca de la relación entre literatura y cultura de masas a partir del modo en que se reproducen las figuras de escritor clásico en las redes sociales. Esto se antoja como un extraordinario revulsivo para repensar a su vez la teoría de la recepción, la figura de escritor y el valor social de lo literario en el medio digital. Desde una perspectiva metodológica, constatamos la viabilidad y aprovechamiento del uso de las técnicas informétricas más avanzadas y del Big Data para la recolección de datos masivos sobre un escritor, en este caso Borges, en una red social. De este modo, mostramos las diferentes posibilidades, epistémicas y técnicas, de análisis que ofrece Twitter para su aplicación y desarrollo en investigaciones posteriores que podríamos incluir dentro de la categoría general: «(Literary) Cultural Analytics».

Por último, hemos organizado este trabajo en tres secciones: una dedicada al método, otra sobre resultados, dividida en tres subapartados (frases, contenido audiovisual y comunidad), y una última con reflexiones finales a modo de cierre.

2. Métodos de *Big Data*

Para realizar el análisis propuesto se han descargado con *Tractor,* aplicación de Big Data para la captura de datos (Hurtado 2021; Sierra-Rodríguez 2022) los tuits que mencionaban a Borges durante el marco temporal comprendido entre el uno de enero de 2018 y 12 de diciembre de 2021. Nos concentramos, por tanto, en un período amplio de cuatro años. Para identificar los tuits se han considerado las diferentes formas en las que el autor argentino es citado en Twitter sin generar ruido, que son las siguientes: «Jorge Luis Borges», «Jorge L Borges», «JL Borges», «Borges JL», «Borges, Jorge Luis» y «Borges, Jorge L». Se han recuperado los tuits publicados en todos los idiomas, si bien en determinados estudios, como en el aforístico, solo se utilizan los

tuits redactados en español. Nos referimos a dichos conjuntos de tuits como «colección global» y «colección en español». Finalmente, en relación con la estrategia de búsqueda, hay que especificar que se han tenido en cuenta las tipologías de tuits convencionales (*tweets*) pero también aquellas tipologías que implican difusión e interacción de los usuarios como las respuestas (*replies*), los retuits (retuits) y los retuits con comentario (*quotes*)[21].

El total de tuits que se han recuperado considerando las cuatro tipologías asciende a 205 216 (colección global). Dichos tuits fueron exportados en formato *.csv* y sometidos a procesos asistidos de normalización como, por ejemplo, el realizado para las frases que implicó el diseño de una rutina semiautomática para su identificación y unificación. Para analizar el contenido y las comunidades, la principal herramienta empleada ha sido el software *Graphext*[22], otra plataforma *online* de pago orientada al Big Data y al denominado *knowledge discovery*. Esta permitió transformar los datos, visualizarlos y explorarlos para el descubrimiento de patrones, tendencias y su posterior dilucidación crítica. Más concretamente, *Graphext* nos ha permitido determinar los emoticonos y *hashtags* más empleados, analizar las biografías de las cuentas, establecer el sector profesional de los usuarios y, finalmente, para el análisis de las comunidades, generar una red ilustrativa de co-menciones. Es decir, en esta red dos cuentas aparecerán vinculadas en la visualización si tienen menciones simultáneas, con lo cual hemos podido delimitar una serie de comunidades y/o cuentas similares (Robinson-García, Arroyo-Machado y Torres-Salinas 2019).

[21] Véase: https://help.twitter.com/es/using-twitter/types-of-tweets [consulta: 30/04/2025].

[22] Véase: https://www.graphext.com/ [consulta: 30/04/2025].

3. Resultados

3.1. Volumen: los grandes números del fenómeno Borges en Twitter

Tabla 1. Evolución anual del número de tuits publicados sobre Borges durante el período 2018-2019 considerando año e idioma de publicación

Tuits: Idioma de publicación	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Total 2018-2021	% idioma
Español	32480	37099	39566	34902	144047	70%
Inglés	7197	7404	7636	7345	29582	14%
Portugal	1338	1517	2002	1718	6575	3%
Italiano	1407	1480	1403	1512	5802	3%
Turco	999	1198	1367	1282	4846	2%
Francés	993	1021	1319	956	4289	2%
Holandés	947	876	1156	1092	4071	2%
Catalán	708	780	895	724	3107	2%
Otros idiomas (41)	779	788	840	890	3297	2%
N.º total de tuits	**46848**	**52163**	**56184**	**50421**	**205616**	**100%**

El conjunto global de tuits que mencionan a Borges asciende a 205616 y han sido redactados en 49 idiomas (tabla 1), donde el español es el que más presencia tiene con 144047 (70%), seguido del inglés con un 29582 (14%). El resto de los idiomas obtienen valores iguales o menores al 3% y logran, por tanto, una representación muy poco significativa. El número bruto de tuits anual es bastante estable, con cifras que rondan los 50000 tuits, siendo 2020 el año que más mensajes borgeanos se tuitean, un total de 56184. Asimismo, el promedio de tuits

diarios (ilustración 1) se sitúa en 141 con enormes picos en fechas clave de la biografía de Borges como el día de su cumpleaños, el 24 de agosto (2300 tuits de promedio), o el de su fallecimiento, el 14 de junio (1000 tuits de promedio). Curiosamente, en el Día Internacional del Libro, que se celebra el 23 de abril, Borges también recibe gran atención, lo que lo confirma como epítome de la figura de escritor clásico: el gran lector, rodeado de libros que tiene una vasta erudición.

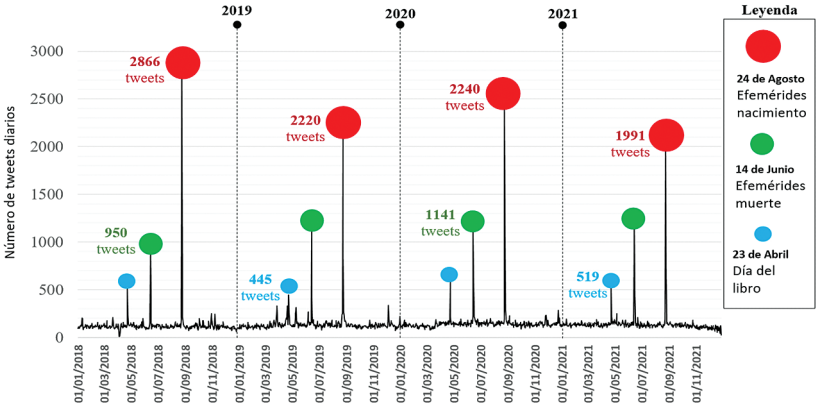
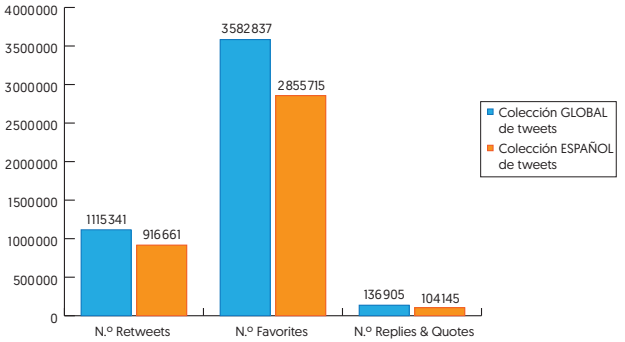


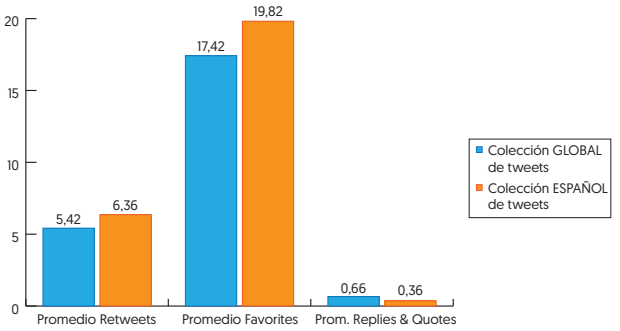
Ilustración 1. Evolución diaria del número de tuits desde el uno de enero de 2008 hasta el 1 de diciembre de 2021 sobre Borges destacando aquellos días (efemérides nacimiento, efemérides muerte y Día del Libro) donde se han escrito un mayor número

Una vez se ha determinado el volumen y la frecuencia de tuits sobre Borges en la ilustración 2, hemos procedido a examinar el número de interacciones y reacciones generadas por dichos tuits. Para ello calculamos indicadores, tanto para la colección global de tuits (barras azules), como para aquellos publicados en español (barras naranjas). En 2.1 se aprecia que los mensajes se han difundido a través de un total 1 115 341 retuits y además en 3 582 837 ocasiones han generado una reacción por parte del lector, dado que han sido añadidos a favoritos. Casi todas las interacciones y reaccionados han sido en español, lo que cristaliza el dominio de esta comunidad lingüística; a lo que hay

que sumar, según los promedios observados, que también en esta lengua se encuentran los más retuiteados y añadidos a favoritos (2.2). Podemos afirmar pues que no solo se publica un número elevado de tuits en español sobre Borges, sino que además estos son los más difundidos y apreciados por los usuarios. En definitiva, lo que demuestran estas cifras es que Borges es un referente destacado en la comunidad tuitera iberoamericana, motivo por el cual en los siguientes análisis nos centramos exclusivamente en esta comunidad o colección de tuits.



2.1. Número de Interacciones o Reacciones



2.2. Promedio de Interacciones o Reacciones

Ilustración 2. Indicadores globales de los tuits relacionados con la difusión y la interacción atendiendo tanto a la colección global de tuits recuperados como a la colección de tuits publicados en español