

1. ARTÍCULOS

“¿Gracias a Twitter, reviven los aforismos?” – Las formas breves en Internet

Miriam Lay Brander

Universität Konstanz, Alemania
miriam.lay-brander@uni-konstanz.de

RESUMEN: El presente trabajo trata sobre la influencia de Internet en el aforismo contemporáneo de habla hispana, preguntándose de qué manera las características de este suponen una adecuación con los medios digitales. Plantea la cuestión en términos de calidad artística y folclórica de las formas breves en la Red y de sus grados de interactividad e intermedialidad, refiriéndose tanto a microtextos de autores consagrados en el género como a creaciones breves de escritores o usuarios poco conocidos o, simplemente, desconocidos. Como se mostrará, las manifestaciones del aforismo en Internet dan un ejemplo de cómo la digitalización contribuye a deconstruir el concepto occidental moderno de literatura, no solo fragmentando, pluralizando y democratizando la autoría, sino también acercando lo culto a lo popular y la escritura a la tradición oral.

PALABRAS CLAVE: aforismo, medios sociales, interacción/interactividad, e-folklore, intermedialidad.

“IS APHORISM REVIVING THANKS TO TWITTER?” – SHORT FORMS ON THE
INTERNET

ABSTRACT: The article deals with the influence of the internet on contemporary aphorism in the Spanish language by asking how the characteristics of this genre show its adaptation to digital media. Based on micro texts created by both amateurs and known writers or users it answers this question in terms of the artistic and folk quality of short forms on the internet as well as their degree of interactivity and intermediality. As we will see, manifestations of aphorism on the web give an example of how digitalization contributes to deconstruct the modern Western concept of literature. This is not only done by fragmenting, pluralizing and democratizing authorship but also by connecting learned to popular culture and written to oral forms.

KEYWORDS: aphorism, social media, interaction/interactivity, e-folklore, intermediality.

De aparición antigua, el aforismo se ha convertido en las últimas dos décadas en un género de moda en diversas literaturas, y especialmente en el ámbito hispánico. El género también se propaga en Internet, canal alternativo para autores y editores al que el aforismo se adapta con mucha comodidad. Sobre todo, los así llamados medios sociales (*social media*) favorecen la difusión del aforismo, así como su transformación. Aparece en particular en los servicios de mensajería pública e instantánea consagrados a la brevedad y en los que Twitter sin duda es el líder destacado. Sin embargo, la *tuiteratura* (Moreno et al.) solo es uno de los medios digitales que favorece la difusión de aforismos conocidos o nuevos, de expertos y *amateurs* en el género. En las revistas y periódicos electrónicos, los blogs y páginas web personales, las redes sociales libres como Facebook o Diaspora* y hasta en Youtube se publican aforismos así como debates sobre el género, sin olvidar las ediciones electrónicas de libros de aforismos o de poesía visual de tipo aforístico. Además, en el ámbito hispanohablante, sitios como aforismos.net, proverbia.net o misfrases.com reúnen aforismos, proverbios, citas y frases célebres ordenadas por autores y temáticas. Algunos de esos sitios ofrecen una *frase del día* que se actualiza automáticamente y que el lector puede incluir en su propia web o blog. Si los servicios como el sitio portugués citador.pt reúnen categorías como citaciones, poemas y rimas, ensayos breves, proverbios, adivinanzas disponibles por temas, autores y palabras

clave, otros sitios invitan a citar frases célebres (*wikiquote*) o a crear sus propios aforismos (elmalpensante.com/aforismos).

Finalmente, cabe precisar que la amplia difusión del aforismo en la Red viene acompañada por un creciente aparato teórico-crítico propagado a través de bitácoras, revistas digitales especializadas así como de suplementos culturales de las ediciones electrónicas de periódicos. Lo que Emilie Delafosse (72) constata con respecto al microrrelato, también puede aplicarse al aforismo: la creciente presencia y la divulgación por Internet de los aportes de los estudiosos sobre el aforismo contribuyen considerablemente a la popularidad del género.

Lo que todos esos textos tienen en común, a pesar de sus diferentes entornos y condiciones materiales-retóricas, es que su efimeralidad y su socialidad están mediadas por el lenguaje escrito. Teniendo en cuenta la fusión del texto e imagen en la Red, el presente artículo además extiende la perspectiva hacia los aforismos publicados en colecciones electrónicas de poesía visual contemporánea, lo cual permite trazar el desarrollo del aforismo hasta géneros que trascienden la escritura y muestran que el potencial transgenérico del aforismo se ve aumentado por la Red.

AFORISMO Y NANOBLOGUEO

“Del aforismo al tuit” (Etxenike) o “Gracias a Twitter, reviven los aforismos” (Coronel): tanto los titulares en los suplementos culturales de los periódicos como los *tuits* mismos¹ proclaman la continuidad entre el

¹ Para citar solo algunos ejemplos muy recientes: “twitter es un gran centro de aforismos, 140 caracteres para expresar una idea me parece genial y desafiante...” (20.02.15); “En 1860 Muere Manuel Carpio, poeta, político y médico, escribió aforismos, estilo de escritura que ahora renace en Twitter” (11.02.15), (faltas de ortografía en el original); “Arthur Schnitzler y Robert Musil no parecían en su día muy partidarios de los *tuits*, antes denominados ‘aforismos’” (09.02.15). Para citar solo algunos ejemplos muy recientes: “twitter es un gran centro de aforismos, 140 caracteres para expresar una idea me parece genial y desafiante...” (<https://twitter.com/ezequielgiova/status/568649665194930176>); “En 1860 Muere Manuel Carpio, poeta, político y médico, escribió aforismos, estilo de escritura que ahora renace en Twitter” (<https://twitter.com/PRDLegislatura/status/565582262868385792>, faltas de ortografía en el original); “Arthur Schnitzler y

género cultivado por Marco Aurelio, La Rochefoucauld o Cioran y los textos breves de máximo 140 caracteres publicados en ese servicio de *nanoblogueo*. Sin embargo, no todos los 65 millones de textos que cada día se vuelcan en Twitter pueden considerarse aforismos. El hecho de que las noticias breves compartan una característica esencial –la brevedad– con este género no alcanza para vincular los *tuits* con la tradición de sentencias cultas, que dice remontarse a los teoremas medicinales de Hipócrates y lograr su plenitud en el ámbito de los moralistas franceses. Por ejemplo, con respecto a las protestas estudiantiles iniciadas el año 2012 en Chile, en Twitter se publicaron frases como las expuestas en las figuras 1-4.



Figuras 1-4. *Tuits* publicados en las etiquetas #Chile y #estudiantes

Las primeras dos frases difícilmente se pueden calificar de aforismos. Mientras que el primero relata un mero hecho, el segundo articula una opinión muy subjetiva sobre este. En cambio, las dos últimas frases sí se pueden reconocer como aforismos. Aunque se refieren indirectamente al hecho de las protestas estudiantiles, son observaciones que podrían aplicarse a una serie infinita de otras situaciones. He aquí nuestra definición del aforismo (género que, desde siempre, se ha mostrado esquivo a las definiciones): se trata de un enunciado conciso que resume una serie de experiencias y observaciones particulares². Comprendido de esta manera,

Robert Musil no parecían en su día muy partidarios de los *tuits*, antes denominados ‘aforismos’ (https://twitter.com/quintanapaz/status/564911987512340480).

² Optamos por una definición básica basada en la que André Jolles ofrece de la locución, la que incluye una pluralidad de variaciones (máxima, sentencia, refrán,

el aforismo es un género transversal que puede insertarse o participar en una serie de tipos discursivos y mediales. De ahí el eclecticismo del corpus que está en la base de este estudio, que va desde el proverbio popular hasta el aforismo elaborado, de la cita hasta la creación propia, de la publicación de aforismos en revistas literarias electrónicas hasta su aparición en los medios sociales como Twitter. Al mismo tiempo, esta definición permite constatar fácilmente que, en contra de muchas afirmaciones que equiparan el *tuit* con este género, los aforismos son bastante raros en relación con la totalidad de los mensajes que aparecen en los servicios de *nanoblogueo*. Pues, en general, los 140 caracteres no se utilizan para compartir verdades hasta cierto grado generalizadas, sino, en su mayor parte, para indicar hechos concretos y articular opiniones personales muchas veces superficiales y poco ingeniosas. Enunciar una opinión de manera breve no debe ser confundido con efectuar un acto de pensamiento. La estricta limitación de la expresión no es capaz, como quiere el *blogger* Antonio Moreno, de convertir “la habitual práctica del *tuit* en un ejercicio para agudizar el ingenio” (Moreno). Eso sí, cada *tuit* comparte un rasgo esencial con el aforismo: señala más allá de sí mismo. Mientras que el aforismo remite a la serie de experiencias u observaciones que él mismo resume, el *tuit* remite a contenidos más amplios dentro de un espacio tanto real como virtual. Luis Mora Vicente lo formula de la siguiente manera en un *tuit* colgado el día 30 de septiembre de 2010:

[Metatwitter, 3] No hablo de pensamientos de 140 caracteres, por cuanto sus enlaces remiten a otros contenidos más anchos (cit. en Mora 195).

Lo planteado anteriormente, también se aplica a las citas de aforismos ajenos muy comunes en los servicios de *nanoblogueo*. Usuarios que se llaman a sí mismos “Soy poesía” (https://twitter.com/soy_poesia) o “Aforismos” (<https://twitter.com/aforysmos>) coleccionan frases agudas de personajes célebres. El límite de caracteres que fija Twitter facilita las citas, las que a su vez permiten la apropiación legal de sabidurías articuladas por líderes políticos, religiosos o artistas. Quien cita un aforismo o una frase, en la mayoría de los casos no lleva a cabo un acto creador, sino

proverbio, apotegma, entre otros) de un género que, desde siempre, se ha mostrado difícil de definir (Jolles).

que expresa su punto de vista con palabras ajenas. Estas las comparte no solo para comunicar su opinión, sino porque supone que también engloba los puntos de vista de sus seguidores y otros lectores potenciales. Así, la cita no solo comprende la propia experiencia u observación del usuario, sino que le sirve para formular una observación general capaz de incluir opiniones de otros usuarios.

Aunque, por consiguiente, haya que tener cuidado con la equiparación de los mensajes de *nanoblogueo* con el aforismo, lo que sí se puede decir es que los servicios como Twitter favorecen la creación y difusión de aforismos. Por ejemplo, gracias al afán de citar, Gabriel García Márquez, sobre todo conocido por sus novelas, parece convertirse en aforista el día de su muerte en Twitter. El 17 de abril de 2014, así como en los días que siguen a la fecha en que murió el escritor colombiano, son numerosos los *tuits* que citan sus frases célebres. Entre las más frecuentes destacan:

Lo único que me duele de morir, es que no sea de amor.

No llores porque ya se terminó, sonríe porque sucedió.

Ningún lugar en la vida es más triste que una cama vacía.

No hay medicina que cure lo que cura la felicidad.

La vida no es la que uno vivió, sino la que uno recuerda, y cómo la recuerda para contarla.

Un hombre solo tiene derecho a mirar a otro hacia abajo cuando ha de ayudarlo a levantarse.

En la recontextualización de frases de las novelas de García Márquez, hay un alto grado de involucramiento y (re)creación por parte de los usuarios. La plataforma de *nanoblogueo* facilita una reescritura de los textos de autores conocidos por parte del lector, quien añade a la frase leída su propio sentido, refiriéndola en este caso a la muerte de García Márquez. Además, es la descontextualización y el reenmarcamento de estas frases lo que las convierte en aforismos. Los usuarios de los servicios de *nanoblogueo*, al apropiarse de una frase leída en la obra de un novelista o de una cita de esta frase por otra persona (apropiación de una apropiación), la transforman en frase independiente que, siendo *retuiteada* una y otra vez, puede llegar a adquirir un carácter proverbial.

El deseo de rendir homenaje a García Márquez también inspira a algunos usuarios a escribir sus propios aforismos (Figuras 5-7).



Figuras 5-7. Aforismos tuiteros publicados en la etiqueta #GabrielGarcíaMarquez en los días que siguen a la muerte del autor

Sin embargo, son escasos los ejemplos donde los usuarios se convierten en aforistas. La facilidad de publicar un *tuit* tiende a disminuir tanto la aplicabilidad general como la calidad estética de las frases. A pesar de ello, las condiciones genéricas del aforismo —concisión y abstracción generalizadora— se ven potenciadas por las especificaciones del *nanoblogueo*. Así, las normas de Twitter han contribuido a la creación de un nuevo género literario llamado *aforismo tuitero*: escritores como Francisco Hinojosa (twitter.com/panchohinojosah), Elena Poniatowska (twitter.com/Eponiatowska) y Juan Villoro (twitter.com/JuanVilloro56), traductor del aforista alemán Georg Lichtenberg, aprovechan Twitter como medio de difusión de sus aforismos³. Pero también se abren paso autores nuevos y se afirman como aforistas sin el soporte de intermediarios. Gracias a Internet, inmediatamente, los jóvenes aforistas alcanzan una gran cantidad de potenciales lectores. El argentino Lucas Worcel, por ejemplo, ganó 7.000 seguidores bajo el seudónimo Korochi (twitter.com/korochi) gracias a sus aforismos, los cuales han sido comparados por sus lectores con las greguerías de Ramón Gómez de la Serna (Fraguas). Tales ejemplos pueden considerarse pruebas de la idea acerca de que Twitter ha insuflado nueva vida al aforismo. Sin embargo, hay que tener en cuenta que al mismo tiempo

³ Estos autores figuran en la lista de “15 escritores hispanoamericanos para seguir en twitter” publicada en la revista electrónica *Arcadia*.

que el género florece en los medios sociales, se multiplican las ediciones de libros de aforismos. Por su parte, el editor José Luis Gallero confiere la presente popularidad del aforismo, más allá de Internet, a su estado híbrido entre “filosofía, poesía y pensamiento moral”, lo que permite al lector un acceso al texto desde varias dimensiones de su vida (Fraguas). Además, el aforismo tuitero rompe con la soberbia del género: “El autor de aforismos quiere ofrecer una verdad cerrada en forma de apotegma. Twitter nos permite evitar esa solemnidad y ensayar o ensayarnos” (Fraguas), afirma Villoro. También se puede argumentar que el género del aforismo responde al gusto por la brevedad, que en nuestros tiempos se debe a una creciente aceleración de la comunicación influenciada por los medios electrónicos. En este sentido, el aforismo reconcilia la creación literaria y el pensamiento filosófico y moral con los requerimientos de la velocidad del mundo actual en que cada vez menos personas se toman el tiempo para leer una obra extensa. Esta idea de la lectura como pérdida del tiempo resuena en uno de los aforismos que el poeta Don Paterson publicó en la revista electrónica *Letras Libres*:

El aforismo es una breve pérdida de tiempo. El poema es una completa pérdida de tiempo. La novela es una monumental pérdida de tiempo (Don Paterson).

En otras palabras, “los aforismos parecen la vía ideal para alcanzar honduras filosóficas sin quemarse las pestañas” (Fraguas).

EL AFORISMO ENTRE SOLEDAD Y PRÁCTICA SOCIAL COLECTIVA

Gracias a los espacios electrónicos donde se crean, citan y comentan aforismos, el género antaño cultivado en la soledad se ha transformado en práctica colectiva. Ese carácter comunitario del aforismo no es una novedad. En el entorno de los moralistas franceses del siglo XVII, considerado por algunos teóricos como la cuna del aforismo literario moderno (Helmich; Fricke), escribir, leer y discutir sobre aforismos formaba parte de un juego social que Norbert Elias describió como “arte cortesano de la observación de los hombres”.

Este arte cortesano de la observación de los hombres está tanto más próximo de la realidad, cuanto que nunca se orienta a

considerar al individuo por sí solo, como una esencia que recibe primariamente desde su interior, sus leyes y rasgos esenciales. Se contempla más bien dentro del mundo cortesano al individuo siempre en su imbricación social, como hombres en su relación con otros. Aun en esto se muestra la total vinculación social de los cortesanos (142).

Tal integración social del cortesano siempre preocupado por su posición dentro de la jerarquía del prestigio de la corte, requería de formas de descripción de los hombres que entrenaran la capacidad de observación tanto de sí mismo como de los demás. Aparte de las memorias, las colecciones de cartas y ciertos tipos de poesía, el aforismo formaba parte de los géneros correspondientes a las necesidades de la sociedad cortesana, ya que se originaba directamente en la conversación social. Por lo tanto, el aforismo no nace del placer de la actividad intelectual a la que el aforista se dedica a solas, sino de una necesidad social.

Mientras que Elias considera el aforismo parte de la comunicación cortesana, Isabelle Chariatte lo sitúa en los salones literarios que permitían a la nobleza cultivar sus actividades intelectuales en la lejanía de las presiones sociales de la corte. Pero también, en ese contexto, el aforismo nace de la interacción entre autores y lectores: “Estamos lejos del mito romántico del escritor solitario, retirado del mundo, inspirado del más allá y meditando sobre la existencia” (67).

A lo largo del siglo XVIII, el aforismo empieza a desprenderse del contexto social de la corte y los salones literarios. Sébastien Roch Nicolas Chamfort escribe sus máximas sin vinculación con la sociedad de los salones. Desde un punto de vista epistemológico, separa al hombre de su entorno cortesano y lo entrega a sí mismo (Jeanson 106-107). Esta soledad se convertirá en el siglo XIX en condición sociológica del aforista. Caracterizando al aforismo como “tan sociable como una piedra”, el novelista y filósofo francés Maurice Blanchot lo identifica como género del aislamiento por excelencia. Probablemente fue el Romanticismo que, glorificando la soledad como condición para que el espíritu se despliegue independientemente, contribuyó decisivamente al aislamiento social del aforista. Maximiliano de Habsburgo, entonces futuro emperador de México, lo formula de la siguiente manera en algunos aforismos que forman parte de sus *Memorias* publicadas en 1869 en México:

En la soledad es donde el alma alcanza pensamientos sublimes (225).

En la soledad se tiene ocasión de conocerse a sí mismo; punto al que jamás se llega en medio de la agitación del mundo (227).

En la soledad desaparecen las pequeñas preocupaciones, el pensamiento toma una dirección más elevada, y se mueve en un círculo más vasto y más libre (227).

Maximiliano puede ser considerado el precursor de una tradición aforística mexicana que se produce alrededor del Ateneo de la Juventud, fundado en 1909⁴. Mientras que para Maximiliano el aislamiento culto constituía la base para una actitud razonable, Julio Torri, en su colección de aforismos y reflexiones, lo condena al terreno de la insociabilidad y la misantropía:

El solitario se alimenta de sí mismo, a sí mismo destruye. Su paisaje es siempre él mismo, su universo lleno está de sí mismo. Cuando viaja o frecuenta otros hombres inteligentes, tendrá que hacer muchas rectificaciones a sus juicios, ideas y percepciones, errores que proceden del vicio mental que se llama soledad y que ha estorbado el sano y libre desarrollo de su entendimiento, anquilosándolo en un monólogo infecundo. El romanticismo preconiza y exalta la soledad, pero el siglo XVIII, más sabio, ensalzaba la sociabilidad, “flor de la civilización”. Del romanticismo data una desproporcionada estimación del yo respecto de los demás. El romántico es a veces un actor genial en un teatro vacío. Él solo llena y rebasa el grande escenario que es el mundo. A menudo antójesenos el romanticismo como una galería de grandes insociables, grandes huraños, grandes egoístas, grandes solitarios (86).

⁴ Al grupo le unía su admiración por la literatura europea, que adaptó a un contexto genuinamente latinoamericano. Una de las características más importantes de las obras del grupo es su afinidad con la perfección estilística que se articulaba en las formas breves como el aforismo, el ensayo breve y el poema en prosa. “Estos géneros —a veces híbridos— les permitían captar el germen de una idea sin tener que desarrollarla o agotarla, lo cual corresponde exactamente a su exigente concepto del arte. La brevedad, la concisión, la sugerencia, apuntan hacia un lenguaje que se podría llamar generacional” (Zaitzeff 755).

Aunque Torri condena la soledad del escritor, esta desempeña cierto papel en la vida de los ateneístas, no con respecto al ideal solitario romántico, sino como un aislamiento intelectual condicionado por circunstancias extrínsecas. Después de que Alfonso Reyes y Pedro Henríquez Ureña hubieran salido del país, a Torri y otros escritores que habían escrito su obra bajo la tutela de Reyes los rodeaba una soledad que los convirtió en “desterrados en su propio país” (Zaitzeff 752) y que contribuía al hecho de que sus obras ocuparan un lugar marginal dentro de la literatura mexicana.

La soledad, tanto en el sentido de marginalidad como en el de la producción solitaria, es sintomática para una gran parte del aforismo moderno latinoamericano. Así, aforistas como el colombiano Nicolás Gómez Dávila (1913-1994) o el brasileño Murilo Mendes (1901-1975) consideran la soledad como precondition para el conocimiento. Mendes escribe en su colección de aforismos *O discípulo de Emaús* (1944) lo siguiente: “A saudade é uma lei espiritual – abstracão do espaço e do tempo” (826). De esta manera, relaciona la soledad erudita con una de las características formales más destacadas del aforismo. La soledad del aforista constituye la condición espiritual para el rasgo formal de aislamiento espacio-temporal que caracteriza al aforismo. Este tipo de soledad erudita encuentra su máxima encarnación en Gómez Dávila, cuyo libro de aforismos *Escolios a un texto implícito*, en alemán apareció bajo el título *Einsamkeiten* (soledades). La actitud solitaria de Gómez Dávila se expresa no solo en el hecho de que no entablara relaciones con otros escritores latinoamericanos, sino también en aforismos como el siguiente:

Canónigo obscurantista del viejo capítulo metropolitano de Santa Fe, agría beata bogotana, rudo hacendado sabanero, somos de la misma ralea. Con mis actuales compatriotas solo comparto pasaporte (385).

A lo cual Julieta Lomelí Balver responde en su blog: “Nicolás Gómez Dávila, si estuviera vivo seguro hubiese encontrado algún amigo interesante en las redes sociales, con quien compartir más allá que el pasaporte”.

El retiro de algunos aforistas se ve menos extremo en el caso de los escritores que, si bien es cierto, no participan en la empresa literaria de su tiempo, sí publican sus aforismos en revistas literarias y culturales. Aunque impidan así la recepción amplia de sus textos breves, por lo menos los hacen circular dentro de ciertas redes intelectuales. Una parte de los aforismos de

Reyes, por ejemplo, se publicaron en periódicos y revistas (63), así como los *Membretes* de Oliverio Girondo, que en su gran parte aparecieron en la revista *Martín Fierro*. En las revistas vanguardistas el aforismo encuentra un nuevo entorno social, aunque restringido a un grupo determinado de escritores. De esta manera, se recupera en parte el carácter de práctica colectiva del aforismo, carácter que este género había perdido durante el Romanticismo. Sin embargo, los vanguardistas cultivan el aforismo no por necesidad social o por el placer de la observación de los hombres, sino más bien como campo de experimentación en busca de nuevas formas literarias. En la era digital, las revistas –ahora en parte electrónicas– siguen siendo un foro en el que los escritores todavía menos conocidos publican sus frases breves. Tal es el caso de la revista mexicana *Letras Libres*, heredera de la tradición y el espíritu de la revista *Vuelta* fundada por Octavio Paz, quien igualmente formaba parte de los aforistas del *Ateneo*⁵. Dado que en México hasta el día de hoy los círculos artísticos son bastante cerrados (Urrero 46), las revistas electrónicas facilitan el acceso de autores que todavía no forman parte de ellos. En otros países latinoamericanos también se van creando espacios virtuales que incluyen al *amateur* en la creación artística. Así, la versión electrónica de la revista colombiana *El Malpensante* reserva un espacio accesible por todos para la publicación de aforismos, creando así un marco artístico en el que se integran procesos sociales. En este sentido, no solo la recepción, sino también la producción del aforismo se abre hacia la colectividad.

INTERACCIÓN E INTERACTIVIDAD

La soledad en el sentido de la desconexión entre el autor y el lector no solo es una condición del aforismo literario moderno, sino del texto escrito en general. Desde el punto de vista científico del flujo de información, el texto escrito no permite ninguna respuesta directa de parte del lector. Así, la escritura tiene un efecto catalizador sobre la soledad, ya que, según el sociólogo alemán Niklas Luhmann, hace posible la comunicación sin interacción (Assmann 14). Desde una perspectiva tecnocrítica, la

⁵ Por ejemplo, en febrero de 2015, se publicaron en esta revista veintinueve aforismos del poeta y músico escocés Don Paterson.

computadora no repara esta desconexión, ya que solo puede ofrecer un simulacro de interactividad sin un verdadero intercambio de información. Además, los tecnófilos olvidan lo que los tecnoescépticos enfatizan: que el texto impreso también funciona como vehículo comunicativo con cierto grado de interactividad. Sin embargo, esta comunicación en la mayoría de los casos queda implícita. Como nos ha enseñado la estética de la recepción (Robert Jauss y Wolfgang Iser, principalmente), el lector participa en la constitución de sentido del texto, pero solo una muy pequeña parte de los lectores toman la pluma para escribir una respuesta explícita en la forma de una reseña, crítica o una carta al director de un periódico o una revista. Así, lo nuevo del ciberespacio no consiste en la interacción entre el autor y el lector, sino en que esta interacción se vuelve mucho más rápida, frecuente y hasta simultánea. Asistimos en la Red a una aceleración de los procesos de intercambio de roles, mediante los que el lector se vuelve también escritor.

En los medios digitales, emisor y receptor se encuentran en un espacio virtual común: están conectados por las mismas máquinas y herramientas, escriben y leen al mismo tiempo una textura fragmentaria y dispersa por todo el mundo (Idensen 143). Texto, lector y escritor, mundo y sociedad constituyen en su conjunto una red rizomática, la que abre un nuevo espacio para procesos de intercambio textual, discursivo y conversacional (Idensen 155). La sensación de los usuarios de estar presentes en el lugar virtual que constituye esta red crece en la medida en que la experiencia en un contexto de comunicación mediado por el ordenador es interactiva (Lacabanne 147). En este lugar accesible desde todos los lugares, el origen temporal de un texto pierde su importancia. En Internet coexisten todos los textos, independientemente del momento cuando ingresaron en la memoria colectiva, como muestra el ejemplo de las citas de frases célebres de Gabriel García Márquez en Twitter.

En las ciencias de la comunicación se distinguen básicamente dos tipos de interactividad, por un lado, una que se refiere a las posibilidades de comunicación instantánea a distancia entre personas mediante los aparatos electrónicos y, por otra, la que concierne a los grados de control que el usuario puede ejercer en un proceso de comunicación dentro de posibilidades preestablecidas por el diseñador de un programa informático (Lacabanne). El primer tipo, también designado como *interacción*, tiene relevancia sobre todo para la comunicación entre personas, el segundo, para la conexión entre personas y aparatos.

En la base de esas dos vertientes podemos describir más detalladamente los grados y tipos de interacción o interactividad de las prácticas de buscar, leer, citar, escribir y comentar aforismos en Internet.

a. *La interacción entre emisor(es) y receptor(es)*

Un primer nivel de interacción consiste en las experiencias de lectura y categorías genéricas compartidas por el escritor y el lector. A través de la perspectiva abierta por la estética de la recepción se ha divulgado la idea de que cada autor también es un lector, en la medida en que escribe ante las expectativas formadas desde su experiencia lectora. Se trata de una interacción mínima que no excede el grado de interacción tradicional entre el autor de un texto impreso y su lector. Conciernen, por ejemplo, a los libros electrónicos de aforismos sin opción de calificación o comentario por parte del lector. Estos tocan un segundo aspecto de igual manera característico de los medios masivos de comunicación tradicionales: la comunicación de una vía (*one-way communication*, Bretz).

Otras apariencias del aforismo en Internet trascienden en un primer paso el modelo de comunicación al que los géneros breves eran sometidos antes de la existencia de los nuevos medios: ofrecen la posibilidad de reaccionar a los aforismos publicados. Este tipo de “comunicación reactiva” (*responsive communication*, Bretz) se puede dividir en dos opciones: una implícita que permite al usuario compartir, por ejemplo, un enlace en su página de Facebook o en Twitter (*elmalpensante.com*), incluyendo un *widget* que se actualiza automáticamente cada día en su blog o página web (*aforismos.net*). La segunda opción reactiva consiste en la posibilidad de responder explícitamente a un aforismo y calificarlo escogiendo entre una señal de conformidad o disconformidad (*elmalpensante.com*), o crear un comentario en Facebook, Twitter, Google+, o también en un espacio que se abre bajo el aforismo tras haber hecho clic en el botón “comentar” (*citador.pt, elmalpensante.com*).

En un tercer nivel, la comunicación por aforismos en el espacio virtual se vuelve completamente interactiva (*fully interactive communication*, Bretz). En Twitter, los aforismos constituyen elementos de un discurso común multilateral, en el que A publica un aforismo, B (C, D...) responde a este, A tiene la posibilidad de responder a B (C, D...), etc. En el caso de este tipo de comunicación, se crea un entorno caracterizado por una sensación

de lugar y que acerca el aforismo tuitero a los antiguos salones literarios. Así, el aforismo se beneficia del surgimiento de nuevas comunidades de carácter virtual, en una sociedad occidental en la que el sentido mismo de comunidad está en crisis (Cleger). Sin embargo, en los “salones virtuales” falta el componente de la oralidad inmediata. Aunque se constituya “un sentimiento de reunión pública” (Escandell Montiel 120), no todos los participantes están presentes al mismo tiempo y las conversaciones no están necesariamente vinculadas (Lessig 55, cit. por Escandell Montiel 120). En cambio, todas las informaciones son visibles para todos al mismo tiempo. Esta simultaneidad está estrechamente vinculada con la translocalidad de la Red que permite el acceso a informaciones de todos los tiempos desde todos los lugares. Por lo tanto, ya no es solamente decisión del autor lo que comparte en un cierto momento, sino que los usuarios pueden elegir los textos que quieren leer.

b. Interactividad entre usuario y programa electrónico

El danés Jens Jensen define la interactividad como “una medida de la capacidad potencial del medio para dejar al usuario ejercer una influencia en el contenido y/o en la forma de la comunicación mediatizada” (trad. por Lacabanne 144). En este sentido, los aforismos publicados en Internet se sitúan por lo menos en tres niveles de interactividad.

El primer nivel, el que Jensen llama interactividad de transición (*transmissional interactivity*), permite al usuario elegir “de un flujo de información en un medio unidireccional” (Lacabanne 145). Las páginas donde aparecen los aforismos contienen otros hiperenlaces, que llevan al usuario a otros textos. Un ejemplo serían las colecciones de aforismos y proverbios en Internet, donde el usuario puede escoger –además de enlaces publicitarios parpadeantes– entre diferentes categorías genéricas (citaciones, poemas y rimas, ensayos breves, proverbios, adivinanzas), así como entre temas, autores y palabras clave. En este caso, la actividad del usuario consiste en la exploración, es decir, en la selección de enlaces para determinar la próxima etapa de lectura, lo que le permite crear conexiones intertextuales y actualizar “el diálogo virtual entre los textos” (Delafosse 74).

Un segundo nivel, llamado por Jensen “interactividad de consulta” (*consultational interactivity*), entra en vigor cuando, en el tipo de páginas

mencionado, el usuario puede plantear preguntas al sistema insertando palabras clave para obtener ciertos resultados de búsqueda.

El tercer nivel de interactividad consiste, finalmente, en que el usuario puede introducir contenidos propios citando (*wikiquote.org*, *africultures.com*) o creando (*elmalpensante.com*, Facebook, Twitter, *blogs*) aforismos él mismo y así codiseñar los contenidos del programa. Vemos que, desde el punto de vista de las ciencias comunicativas, la diferencia entre citar y crear aforismos no desempeña un papel primordial, ya que ambos se sitúan en el nivel más alto de la interactividad. Ambas opciones de interactividad tienden a convertir al lector de aforismos en línea en cocreador (Delafosse 75). De esta manera, las posiciones del autor y el lector se entremezclan más allá de lo que supone la estética de la recepción. En la Red, el lector no solo participa en la construcción de sentido de un texto, sino que está implicado en el proceso mismo de su producción. Los textos o corpus textuales se transforman mediante pequeños pasos, lo que deriva en un tipo de autoría que ya no puede ser atribuida de manera exclusiva a un individuo: se fragmenta y se colectiviza al mismo tiempo.



Figura 8. Encuadre de la página de aforismos de la revista electrónica *El Malpensante*. (<http://www.elmalpensante.com/aforismos>, 19.03.2015)

LA GENERALIZACIÓN DE LA AUTORÍA: FORMAS BREVES Y “E-FOLKLORE”

Los proyectos participativos, los que se localizan en el tercer nivel de interactividad, en principio están abiertos a todo usuario. No obstante, se mantiene la atribución de la autoría y la separación de los aportes individuales. Son iniciados por un individuo o un grupo de personas que determina el marco y controla los procesos, cuando por ejemplo la programación determina la estructura de las contribuciones.

Así, tales proyectos, en parte, siguen obedeciendo a los principios de la cultura libresca (Heibach 171). Sin embargo, las formas de colectividad creativa que encontramos en Twitter o en los espacios donde se pueden citar y crear aforismos libremente, burlan el modelo de autoría del libro. No entran en vigor los criterios artísticos que permiten a un autor la publicación de un libro mientras que a otro la niegan. El derecho a la autoría artística se convierte en bien común. Algunos jóvenes escritores aprovechan esta generalización de la autoría “como medio de experimentación literaria para hacer epigrama, poemínimo, microverso, *poetuit*, haikú, microcuento, aforismo, etcétera” (Moreno et al.). Otros, que carecen de creatividad propia, se transforman en aforistas citando a otros autores. Como comenta Margo Glantz:

Y no solo eso, tuitear constituye un gran desafío, permite caer de bruces en el narcisismo flagrante sin que los parámetros tradicionales de modestia nos ruboricen. Se puede publicitarse [sic] de manera desvergonzada y lícita; difundir, como si fueran aforismos, textos de nuestros escritores favoritos; lograr que el tuitero se convierta en un poeta japonés: ¿quién que es quién no intenta ser ingenioso, transgresor y pergeñar con 140 caracteres (con espacios) maravillosos haikus?

La generalización de la autoría de formas breves en la Red no solo concierne a las creaciones que se pueden calificar de artísticas. Aparte de la difusión de poesía propia o ajena, los medios sociales como Twitter permiten una reacción inmediata a nuevos fenómenos, problemas o acontecimientos, reacción que ya no queda reservada solo para los periodistas o críticos de cultura. Todo individuo que sepa escribir y que tenga acceso a Internet puede articular su opinión sobre asuntos políticos, sociales y culturales. Este tipo de intercambio de opiniones personales tiende a crear un nuevo

género de folclore escrito, oral y visual que ha sido llamado “e-folklore” (Krawczyk-Wasilewska 248) o “netlore” (Frank)⁶.

Para los folcloristas tradicionales, el folclore refleja sistemas de valores, normas y estereotipos aceptados por un cierto grupo social, que se articulan en creencias, ritos, costumbres y géneros como los cantos y cuentos populares, proverbios, etc. Para los antropólogos culturales, el folclore, como parte de una cultura simbólica, revela las actitudes y cosmovisiones cotidianas de grupos sociales. En este segundo sentido, los medios sociales se revelan como una abundante fuente donde es posible observar un pensamiento cotidiano compartido por grupos de usuarios por medio de chistes, leyendas urbanas, fotografías modificadas, noticias falsas, declaraciones de prensa, parodias de canciones, poemas, publicidad política y comercial, caricaturas (animadas), películas breves efímeras (Frank 7) y citas o aforismos.

Ambas tendencias folclóricas, los sistemas de valores relativamente duraderos y las manifestaciones de un pensamiento cotidiano efímero, están presentes en la Red en forma de aforismos y proverbios. La primera tendencia sobre todo se manifiesta en las colecciones electrónicas de frases breves. Estas, sobre todo cuando están ordenadas por países, prolongan las colecciones de literatura oral (cuentos, fábulas, leyendas, proverbios, refranes, adivinanzas, preceptos, etc.) elaboradas por etnógrafos, administradores coloniales, maestros y misioneros a partir de finales del siglo XIX en las excolonias españolas, francesas y belgas (Lay Brander, “Transferts de ‘sagesse noire’” 81-92). Este afán de coleccionar proverbios de una comunidad nacional o social se ha mantenido hasta hoy, tanto en forma de libros como en forma digital. Lo que distingue las colecciones de frases breves en Internet de un *Refranero Mexicano* o de colecciones como *Provérbios brasileiros* y *Contes, dictons, proverbes et devinettes du Cameroun et du Togo* es la preponderancia del idioma sobre el origen nacional, étnico o genérico⁷. Así, una cita de Oscar Wilde traducida al

⁶ Mientras que el e-folklore incluye también formas de expresión orales (aunque sean puestas por escrito), “netlore”, según Frank, carece de oralidad: “Netlore, then, is not oral, it is not communicated face-to-face, is not passed from generation to generation and does not exhibit much variation” (9).

⁷ No obstante, algunas colecciones de proverbios ya anticipan este aspecto transnacional, sobre todo cuando, como en el caso de África, las fronteras lingüísticas

español se encuentra al mismo nivel que un proverbio africano y por pocos *clicks* se llega desde un aforismo del escritor español Wagenberg a una sabiduría confuciana. No es un secreto que además de borrar los límites entre naciones y grupos sociales creando un espacio virtual transnacional, la Red deconstruye las jerarquías establecidas por el canon. Mientras que el refrán formaba y sigue formando parte del habla popular —en www.aforismos.com los refranes son clasificados como “Máximas del acervo popular”—, el aforismo científico o literario se cultivaba exclusivamente en los círculos cultos: en los salones literarios, en las redes intelectuales o en los círculos de amigos más íntimos de algunos aforistas. En las colecciones electrónicas de microtextos coexisten en un mismo sitio las citas literarias con los refranes, las frases cultas con los dichos populares. Solo cuenta la capacidad de esos microtextos de adicionar experiencias y observaciones particulares más allá del tiempo y del espacio en que fueron creadas⁸. Así, las colecciones electrónicas de aforismos confirman el hecho de que Internet borra el límite entre oralidad y escritura establecido en el siglo XIX, cuando la literatura occidental se había formado como sistema social independiente. El hipertexto da sacudidas al concepto occidental tradicional de literatura no solo fragmentando, pluralizando y democratizando la autoría, sino también acercando lo culto a lo popular y la escritura a la tradición oral.

En cuanto al segundo fenómeno del folclore electrónico, sobre todo manifiesto en la circulación de citas y en la publicación y reenvío de microtextos en los medios sociales, da información acerca de las preocupaciones cotidianas de un gran público. Ninguna pieza de folclore se sigue transmitiendo si no expresa un punto de vista compartido. Así, la frase “Ningún lugar en la vida es más triste que una cama vacía” de Gabriel García Márquez se ha tuiteado más de 500 veces entre el 19 de enero y el 19 de marzo de 2015. En cambio, la frase “Aunque se sufra como un perro, no hay mejor trabajo que el periodismo”, igualmente de García Márquez, solo se encuentra en un solo mensaje dentro del mismo período. Mientras que la segunda frase solo articula el punto de vista de un cierto

no coinciden con las fronteras nacionales. Además, existe una serie de antologías de aforismos que reúnen fragmentos en diferentes lenguas traducidos al español.

⁸ Tampoco importa si se trata de un fragmento que se desprendió de una obra más amplia o de una obra en sí misma.

grupo profesional, dentro del que probablemente no todos estarían de acuerdo con esta afirmación, la primera parece expresar preocupaciones ampliamente compartidas: el miedo a la soledad y a la ausencia de amor o erotismo. El hecho de que este aforismo toca algunas de las necesidades humanas más básicas (comunidad e intimidad), asegura su alta presencia en el mundo virtual.

Citados de memoria, como ocurre en el caso de “Ningún lugar en la vida es más triste que una cama vacía”, algunos fragmentos circulan y se transforman hasta perderse en el anonimato. En este sentido, también se acercan al material folclórico cuyo origen ya no es verificable (Zaid). Como medio de difusión ilimitada, Internet contribuye a borrar el origen escrito de una serie de frases, así como el hecho de que muchas veces formaban parte de una obra más amplia. Así, nace en la Red un nuevo género de folclore que ya no corre de boca en boca, sino de *post* en *post*.

MULTIMEDIALIDAD E INTERMEDIALIDAD DEL AFORISMO EN LA RED

Además de facilitar la difusión de los aforismos, la Red promueve las formas multimediales del aforismo, es decir, su presentación en combinación con otros medios (visuales, indexicales, auditivos)⁹. Los aforismos ilustrados en videos y publicados en Youtube proporcionan un ejemplo¹⁰. Refiriéndose a la mera coexistencia de diferentes medios, la multimedialidad no tiene efectos transformadores sobre el aforismo: los aforismos citados o ilustrados en Youtube mantienen el orden secuencial del lenguaje y así se pueden entender perfectamente sin los medios que los rodean. En cambio, la *intermedialidad* ha sido descrita en términos de “fusión conceptual”, que se lleva a cabo cuando los diferentes medios se entremezclan hasta que ya no se pueden distinguir (Higgins 52-53). Esta fusión de diferentes medios, a diferencia de la multimedialidad, provoca un efecto de transformación

⁹ No hay que olvidar que el aforismo digital, como cada texto electrónico, es intrínsecamente intermedial por su materialidad técnica, siendo al mismo tiempo interfaz y programación (Goicoechea 200).

¹⁰ Así, se han realizado en pantalla aforismos de Pablo Picasso (www.youtube.com/watch?v=MFZXcmOJFIg, 13.03.15) y del director Robert Bresson (www.youtube.com/watch?v=723UQ2W7yQU, 13.03.15).

(Heibach 94-95): los medios digitales favorecen el entrelazamiento del lenguaje con otros signos y así promueven la creación de nuevos géneros que se desprenden de un marco meramente literario. Para algunos críticos, la literatura digital sigue refiriéndose principalmente al “hipertexto”, el que se considera como un nuevo género literario que se ha adaptado a los requerimientos del medio mostrando características como el uso de frases y acápites más cortos y construcciones fragmentarias o no-lineales. En los últimos años, sin embargo, el concepto de literatura digital se ha convertido en un recipiente que contiene una gama amplia de géneros, tales como: la poesía concreta kinética, las instalaciones interactivas, las novelas blog, etc. (Goicoechea 187).

El aforismo, por su naturaleza corta y fragmentaria, se corresponde perfectamente con las imposiciones del medio digital. Si Fernando Clemot explica la correlación entre el microrrelato y la Red “por el hecho de que ‘brevedad e inmediatez son características definitorias’ en ambas formas de expresión” (Delafosse 72), esto también es correcto en cuanto al aforismo. Este, cabe precisarlo, no solo se asocia fácilmente con los espacios hipertextuales, sino también con los géneros no discursivos. Ejemplo de ello son algunas obras de poesía visual que se han publicado en Internet y que comparten los rasgos principales del aforismo, las cuales resumen una serie de experiencias u observaciones particulares en un fragmento no solo textual, sino texto-visual (figuras 9 y 10). En el primer fragmento (figura 9), se combinan palabras sueltas, que permiten varias versiones de un aforismo (“Arte es lo que tú digas” o “Es arte porque tú lo digas”), con improntas de unos labios en movimiento. En el segundo ejemplo (figura 10), es la frase “No hay nada más peligroso que una mente cerrada”, la que “cae” en un paraguas puesto al revés. Sin entrar en los detalles de una interpretación de estas piezas de poesía visual, salta a la vista que el orden lineal del aforismo se disuelve sin que este pierda su agudeza.

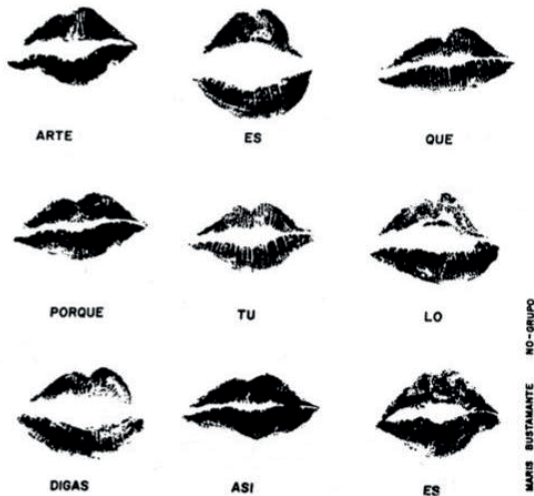


Figura 9. *Poesía visual mexicana* 2/23 (<http://www.poesiavisualmexicana.com.mx/volumen2.html>, 19.03.2015)

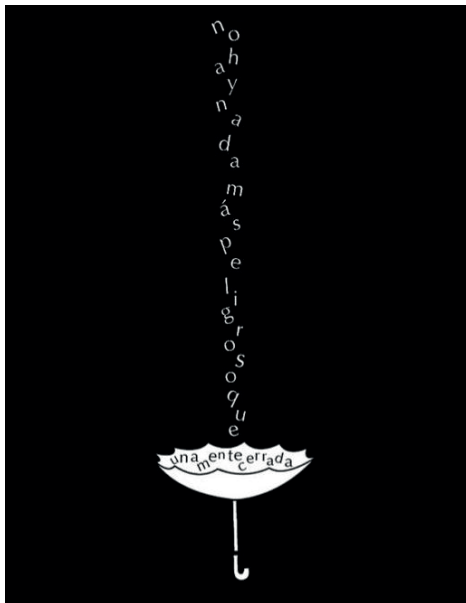


Figura 10. *Poesía visual mexicana* 5/48 (<http://www.poesiavisualmexicana.com.mx/volumen5.html>, 19.03.2015)

El aforismo y la poesía visual provienen de tradiciones artísticas distintas, cuyos puntos de intersección cada vez más frecuentes, desde mi perspectiva, aún no han sido tematizados por la crítica. Además, el “aforismo visual”, por así llamarlo, no tiene su origen en Internet. Muchas piezas de poesía visual fueron presentadas en libros y exposiciones antes de ser publicadas de nuevo en páginas de Internet¹¹. Sin embargo, la Red les ha otorgado una nueva vida tanto a la poesía concreta (Goldsmith 61-62) como al aforismo. Por lo tanto, no es de extrañar que estos dos géneros se fusionen sin problemas en este nuevo entorno privilegiado para ambos. Además hay que reconocer que la Red, por sus capacidades multimediales, constituye un espacio predilecto para la representación de obras intermediales. Por tanto, el carácter transgenérico y texto-visual del aforismo se ve potenciado en Internet. La presencia en la web no solo facilita la intermedialidad dentro de una obra, sino también la vinculación de obras provenientes de diferentes tradiciones artísticas con la ayuda de enlaces. Por ejemplo, en enero de 2004 se publicó en la versión electrónica de *Letras Libres* un ensayo de Gabriel Zaid titulado “Citas y aforismos”, que hace referencia a la obra *Citas y aforismos 2112* (Figura 11) publicada en 2003 por Manuel Monroy en la misma revista. Sin ser el texto de Zaid un comentario crítico de la obra de Monroy, el hecho de enlazar las dos páginas y retomar parte del título de la obra de Monroy

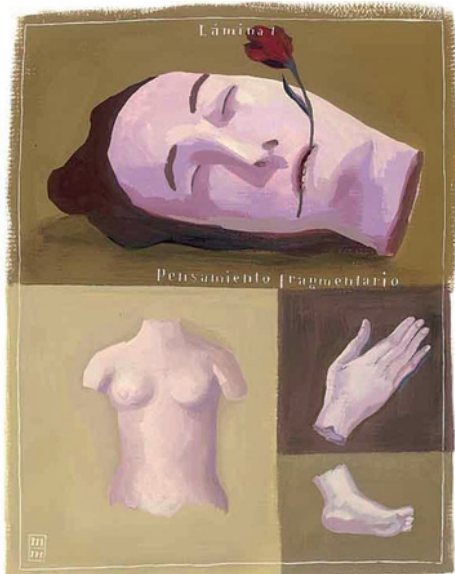


Figura 11. *Citas y aforismos 2112* de Manuel Monroy. <http://www.letraslibres.com/imagenes/citas-y-aforismos-2112>

¹¹ Eso también ocurre, por ejemplo, con los artefactos de Nicanor Parra, publicados en el sitio de la Universidad de Chile dedicado al autor (<http://www.nicanorparra.uchile.cl/index.html>).

junto con insertarla en el texto, es una manera de vincular los géneros del aforismo y la poesía visual.

Aunque la obra de Monroy en principio no fue creada para su publicación digital, su inserción en el ciberespacio permite un diálogo entre ella y otras formas de expresión digitales. Lo que distingue este intercambio entre autores y obras en las revistas electrónicas del diálogo que se sostiene entre varios autores en las revistas impresas, es su vínculo por enlaces, cuestión que crea una relación dinámica e inmediata entre diferentes obras discursivas y artísticas, situándolas en un mismo espacio abierto y virtual. El espacio cerrado de la página impresa se abre a un espacio infinito compuesto de una red de “relacionalidades” potencialmente ilimitadas.

CONCLUSIÓN

Las posibilidades y requerimientos que conllevan los medios digitales reviven o potencian ciertas características que el aforismo tenía en el pasado, al mismo tiempo que tienden a deconstruir o transformar otras. Ofreciendo nuevas formas de interacción, los medios sociales reaniman el carácter de recepción comunitaria que el aforismo tenía en el entorno cortesano del siglo XVII y XVIII en Francia y el que había perdido durante el Romanticismo. Por su brevedad, el aforismo fomenta la comunicación rápida e inmediata al mismo tiempo que, por su grado de abstracción, es capaz de englobar las opiniones de varios e, incluso, de una cantidad ilimitada de usuarios. En el último caso, el aforismo se convierte en un género de folclore electrónico, que transmite tanto un saber tradicional como las preocupaciones cotidianas de un gran público. Este fenómeno de e-folklore va de la mano de una fragmentación, pluralización y democratización de la autoría, que ya no queda reservada solamente al aforista-poeta, también presente en la web. Además, las posibilidades multimediales e intermediales de la Red potencian la transgeneridad y transmedialidad del aforismo, es decir, su capacidad de conectarse o fusionarse con otros tipos discursivos, artísticos o mediales y así libera al aforismo de la relación firme que contrajo con la escritura durante el siglo XIX. En suma, las manifestaciones del aforismo en Internet dan un ejemplo de cómo la digitalización contribuye a derribar las fortalezas del sistema moderno en el que se enmarca la literatura occidental, abriendo

paso a un sistema dinámico e intermedial del género, que engloba espacios transociales y transculturales.

BIBLIOGRAFÍA

- ASSMANN, ALEIDA. “Aufmerksamkeiten. Einleitung”. *Aufmerksamkeiten. Archäologie der Literarischen Kommunikation VII*. Eds. Aleida Assmann y Jan Assmann. München: Fink, 2001. 11-23. Impreso.
- BALVER, JULIETA LOMELI. “Dime para qué usas el internet y te diré de qué adoleces”. *FilosofiadelaPenuria.blogspot*, 2014. Visitado el 26 de marzo de 2015. Digital: <http://filosofiadelaPenuria.blogspot.ch/2014/04/dime-para-que-usas-el-internet-y-te.html>.
- BRETZ, RUDY. *Media for Interactive Communication*. Beverly Hills CA: SAGE Publications, 1983. Impreso.
- CHARIATTE, ISABELLE. *La Rochefoucauld et la culture mondaine. Portraits du cœur de l'homme*. Paris: Classiques Garnier, 2011. Impreso.
- CLEGER, OSVALDO. *Narrar en la era de las blogoficciones. Literatura, cultura y sociedad de las redes en el siglo XXI*. Lewiston: Edwin Mellen Press, 2010. Impreso.
- CORONEL, JORGE. “Gracias a Twitter, reviven los aforismos. Las máximas inundan la Web y las librerías”. *La Nación*, 16 de abril de 2011. Visitado el 26 de marzo de 2015. Digital: <http://www.lanacion.com.ar/1366005-gracias-a-twitter-reviven-los-aforismos>.
- DELAFOSE, ÉMILIE. “Internet y el microrrelato español contemporáneo”. *Letral* 11 (2013): 70-81. Impreso.
- ELIAS, NORBERT. *La Sociedad Cortesana*. 2ª ed. México: FCE, 1996. Impreso.
- ESCANDELL MONTIEL, DANIEL. *Escrituras para el siglo XXI. Literatura y blogosfera*. Madrid: Iberoamericana, 2014. Impreso.
- ETXENIKE, LUISA. “Del aforismo al tuit”. *El País. El periódico global*, 17 de junio de 2012. Visitado el 26 de marzo de 2015. Digital: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/06/17/paisvasco/1339950424_947043.html.
- FRAGUAS, ANTONIO. “La filosofía del ‘pienso, luego tuiteo’. Twitter y otras herramientas de Internet insuflan nuevos aires al aforismo”. *El País. El periódico global*, 3 de abril de 2011. Visitado el 26 de

- marzo de 2015. Digital: http://elpais.com/diario/2011/04/03/cultura/1301781601_850215.html.
- FRANK, RUSSELL. *Newslore. Contemporary Folklore on the Internet*. Jackson, MS: UP of Mississippi, 2011. Impreso.
- FRICKE, HARALD. *Aphorismus*. Stuttgart: Metzler, 1984. Impreso.
- GOICOECHEA, MARÍA. “The Reader in Cyberspace”. *Reading Moving Letters. Digital Literature in Research and Teaching*. Roberto Simanowski, Jürgen Schäfer y Peter Gendolla, eds. Bielefeld: Transcript, 2010. 183-205. Impreso.
- GOLDSMITH, KENNETH. *Uncreative Writing*. New York: Columbia University Press, 2011. Impreso.
- GÓMEZ DÁVILA, NICOLÁS. *Escolios a un texto implícito*. Gómez de Restrepo, ed. Bogotá: Villegas Editores, 2002. Impreso.
- HEIBACH, CHRISTIANE. *Literatur im elektronischen Raum*. Fráncfort del Meno: Suhrkamp, 2003. Impreso.
- HIGGINS, DICK. “Intermedia”. *Leonardo* 34.1 (2001): 49-54. Impreso.
- IDENSEN, HEIKO. “Die Poesie soll von allen gemacht werden! – Von Literarischen Hypertexten zu virtuellen Schreibräumen der Netzwerkkultur”. *Literatur im Informationszeitalter*. Dirk Matejovski y Friedrich Kittler, eds. Frankfurt/New York: Campus Verlag, 1996. 143-184. Impreso.
- JEANSON, FRANCIS. *Lignes de départ*. Paris: Seuil, 1963. Impreso.
- JOLLES, ANDRÉ. *Las Formas Simples*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria, 1972. Impreso.
- HELMICH, WERNES. *Der moderne französische Aphorismus*. Tübingen: Niemeyer, 1991. Impreso.
- KRAWCZYK-WASILEWSKA, VIOLETTA. “E-Folklore in the Age of Globalization”. *Fabula. Zeitschrift für Erzählforschung/Journal of Folktale Studies/Revue d'Etudes sur le Conte Populaire* 47 (2006): 3-4. Impreso.
- LACABANNE, RAÚL. “¿Qué entendemos por interactividad?” *Red Mercosur de Facultades de Diseño y Arte Multimedial, Terceras Jornadas Interuniversitarias*. Buenos Aires: Área Transdepartamental de Artes Multimediales – IUNA, 2010. Impreso.

- LAY BRANDER, MIRIAM. “□ Intimos arquipélagos’: La aforística en *Cadernos de João de Aníbal Machado* y la poética de la archipelización”. *Revista Chilena de Literatura* 90 (2015): 129-150. Impreso.
- _____ “Transferts de sagesse noire. Les recueils de proverbes de langue française à l’époque coloniale”. *Transferts de savoirs sur l’Afrique. Acteurs, Institutions, média en France et en Allemagne – de l’époque coloniale au postcolonialisme*. Michel Espagne y Hans-Jürgen Lüsebrink, eds. Paris: Karthala, 2015. 81-101. Impreso.
- MAXIMILIANO DE HABSBURGO. “Aforismos”. *Memorias de Maximiliano*. México, D.F.: F. Escalante, 1869. 203-228. Impreso.
- MENDES, MURILO. “O Discípulo De Emaús”. *Poesia Completa e Prosa*. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1994 [1945]. 813-891. Impreso.
- MORA, VICENTE LUIS. *El lectoespectador*. Barcelona: Seix Barral, 2012. Impreso.
- MORENO, ANTONIO. “Twitter, aforismo, haiku y Mundial”. *Mundial*, 11 de julio de 2014. Visitado el 26 de marzo de 2015. <http://mundial2014.iic.uam.es/twitter-aforismo-haiku-y-mundial/>. Digital.
- MORENO, ISAI; CHIMAL, ALBERTO; ESPARTACO, DANIEL. “Escribir en Twitter es como hacer un misil: debe llevar potencia y puntería”. *La Jornada*, el 1º de abril de 2013. Visitado el 26 de marzo de 2015. <http://www.jornada.unam.mx/2013/04/01/espectaculos/a12n1esp>. Digital.
- PATERSON, DON. “Aforismos”. *Letras Libres*, febrero 2015. Visitado el 26 de marzo de 2015. <http://www.letraslibres.com/revista/poemas/aforismos>. Digital.
- PUBLICACIONES SEMANA. “15 escritores hispanoamericanos para seguir en Twitter”. *Revista Arcadia*, abril de 2011. Visitado el 5 de marzo de 2015. <http://www.revistaarcadia.com/libros/articulo/15-escritores-hispanoamericanos-para-seguir-twitter/24742>. Digital.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: RAE, 2012. Visitado el 23 de mayo de 2015. <http://lema.rae.es/drae/?val=aforismo>. Digital.
- TORRI, JULIO. “Almanaque de las horas”. *Tres libros. Ensayos y poemas. De fusilamientos. Prosas dispersas*. México, D.F.: FCE, 1996. 82-91. Impreso.
- URRERO PEÑA, GUZMÁN. “La ruta electrónica de las letras iberoamericanas”. *Cuadernos Hispanoamericanos* 618 (2001): 39-52. Impreso.

WITTGENSTEIN, LUDWIG. *Tractatus logico-philosophicus*. Madrid: Alianza Editorial, 2009. Impreso.

ZAID, GABRIEL. “Citas y Aforismos”. *Letras Libres*, 2004. Visitado el 26 de marzo de 2015. <http://www.letraslibres.com/revista/convivio/citas-y-aforismos>. Digital.

ZAITZEFF, SERGE I. “Hacia el concepto de una generación perdida mexicana”. *Revista iberoamericana* 55/148-149 (1989): 751-757. Impreso.

Recepción: 06.04.2015

Aceptación: 14.05.2015