

# **VERSOS ENTRE REDES**

**Lucía Lamora Aranda**

**Universidad de Sevilla**

## **Resumen**

En los últimos años, la concepción de la poesía como un género reservado para una minoría ha ido en detrimento a favor de una proliferación de textos y, principalmente, de lectores de poesía. Las librerías se llenan de estanterías dedicadas a este género y las editoriales crean colecciones específicas para dar cabida a la multitud de voces que comprenden el panorama poético español contemporáneo. El principal factor que ha causado este cambio de paradigma es internet, y con mayor efecto, las redes sociales. El presente trabajo es una aproximación a las nuevas realidades de la poesía en el mundo virtual. Con este objetivo, proponemos un análisis del fenómeno desde la perspectiva de sus propios protagonistas, los (ciber)poetas de nuestro país.

Palabras clave: poesía, redes sociales, (ciber)poetas, nuevas tecnologías, democratización.

## **Abstract**

In recent years, the conception of poetry as a genre reserved for a minority has been to the detriment of a proliferation of texts and, mainly, of poetry readers. Bookstores are filled with bookshelves dedicated to this genre and publishers create specific collections to accommodate the multitude of voices that comprise the contemporary Spanish poetic panorama. The main factor that has caused this paradigm shift is the internet, and with greater effect, social networks. The present work is an approach to the new realities of poetry in the virtual world. With this objective, we propose an analysis of the phenomenon from the perspective of its own protagonists, the (cyber)poets of our country.

Key words: poetry, social network, (cyber)poets, new technology, democratization.

## **Introducción**

Los nuevos cauces de expresión poética han motivado la creación de un verdadero fenómeno socioliterario, la Poesía 2.0, cuya delimitación todavía está por determinar. Nos encontramos ante un movimiento en constante cambio que comprende una cantidad inabarcable de autores y textos poéticos inmersos en una realidad definida por la democratización, el hibridismo, la inmediatez y la horizontalidad.

El interés de su estudio radica en las posibilidades de investigación que ofrece la literatura digital y en la transformación de la poesía en un género de masas, asunto que ha quedado, en cierto modo, al margen de los estudios académicos en la última década.

Desde esta perspectiva, concebimos esta investigación como una aproximación al fenómeno de la Poesía 2.0 en un interés por comprender en mayor medida nuestro entorno cultural en la era digital.

La selección del corpus de autores se ha realizado teniendo en cuenta tres criterios socioliterarios: el año de nacimiento, el número de poemarios publicados (teniendo al menos, uno en el mercado) y su grado de actividad poética en las redes. Partiendo de estos parámetros se han distinguido tres grupos de autores que conforman las diferentes caras de la poética joven española contemporánea.

### **1. Estado del arte**

De acuerdo con el momento de eclosión y de desarrollo de las relaciones entre el género poético y la red, los estudios que se ocupan de analizar este fenómeno comienzan aproximadamente a principios del segundo milenio. Sin abarcar el universo de las redes sociales -por ser todavía inexistentes o por su escasa popularidad-, estos primeros análisis procuran esclarecer las cuestiones relativas a una nueva realidad que empezaba a gestarse en nuestro país: la inclusión de las nuevas tecnologías en nuestra cotidianeidad y, en particular, en las prácticas poéticas del momento. De este modo, teóricos como Carlos Fajardo Fajardo en su estudio “Poesía y posmodernidad” (2002) observan una transformación en la figura del poeta, marcado ya con una terminología definitoria: el ciberpoeta.

En esta línea, unos años más tarde, Agustín Fernández Mallo amplía la visión propuesta por Fajardo en su obra *Postpoesía. Hacia un nuevo paradigma* (2009). A partir del concepto “poesía postpoética” acuñado por el autor, se procura dar respuesta a los interrogantes que nos plantean las prácticas poéticas de principios de siglo. En lo que nos concierne, Fernández Mallo se cuestiona si la concepción del género poético se ha visto modificada por las nuevas tecnologías, atendiendo a la ruptura de límites entre la esfera privada y la pública y a la evolución en los modos de lectura que comenzaban a producirse en ese momento.

Desde una perspectiva más amplia, el XX Congreso de Literatura Española Contemporánea celebrado en la Universidad de Málaga en el año 2010 (Literatura e internet: nuevos textos, nuevos lectores) supuso un avance en las investigaciones sobre literatura digital. Bajo la dirección de Salvador Montesa se recopila un conjunto de estudios que abarcan desde la producción y la recepción literarias en la red hasta la consideración de la figura del escritor y del lector en la narrativa, la poesía y la dramaturgia desarrollada en el mundo virtual.

En el 2012, Vicente Mora publica en la web del Instituto Cervantes una compilación de breves ensayos bajo el título: “Redes sociales, textovisualidad y transmedia: literatura y nuevas tecnologías”. La idea principal que subyace de las reflexiones de Mora es que las nuevas tecnologías están consiguiendo que surjan nuevas formas de crear literatura. Expuestas una serie de cuestiones introductorias, Mora se centra en el universo del blog -plataforma de éxito en el momento de publicación de dichos artículos- y en la problemática autorial derivada del mundo virtual.

*Malos tiempos para la épica. Última poesía española* (2001-2012) es un estudio clave para comprender la situación poética previa a la eclosión del género lírico en la red. Publicada en el año 2013, la obra editada por Luis Baqué Quílez y Alberto Santamaría

comprende las reflexiones de críticos y escritores sobre los diferentes caminos que ha adoptado la poesía desde principios de siglo, entre los que destacamos el artículo de Raúl Quinto, “La poesía después de Internet”. En él, Quinto defiende una nueva concepción de lo poético acorde con la sociedad de la información en la que vivimos. Teniendo presente la herramienta fundamental en ese momento para la escritura en internet (el blog), el autor apunta una apreciación que será recurrente en posteriores investigaciones: no podemos analizar las nuevas prácticas poéticas con los criterios que se aplicaban cuando no existían las nuevas tecnologías.

Los estudios publicados en los primeros años del siglo XXI responden, generalmente, a un interés por comprender las múltiples facetas derivadas de la conjunción literatura y red<sup>1</sup>. Las transformaciones que el género poético fue experimentando durante estos años fueron recogidas en los estudios mencionados. No obstante, con la aparición y la posterior popularidad de redes sociales como Facebook, Twitter y unos años más tarde, Instagram, el objeto de estudio se multiplicó exponencialmente y, con ello, aparecieron los primeros trabajos dedicados a analizarlo.

En este contexto, la tesis doctoral de Celia Corral Cañas (*Nuevos ámbitos en la creación de arte verbal*, 2014) supone el primer acercamiento (desde el ámbito académico universitario) a la poesía creada o publicada en la red en diferentes plataformas digitales, entre ellas, las redes sociales<sup>2</sup>. Teniendo en cuenta la escasez de análisis críticos que hasta el momento se habían realizado sobre estas cuestiones -en contraposición con el elevado número de producciones poéticas que iban encontrando su razón de ser en la red-, Corral Cañas nos ofrece una lectura crítica de una serie de poemas a fin de determinar los enclaves que configuran la nueva poesía pensada por y para el mundo virtual.

Una mirada diferente al fenómeno es ofrecida por María Rosal Nadales en su artículo “La poesía en los tiempos del blog: jóvenes poetas españolas” (2016). A partir de entrevistas realizadas a diferentes autoras, Rosal Nadales se propone comprobar si las nuevas formas de producción y de recepción de la poesía -enmarcadas en la democratización cultural que define la era digital- han podido derribar las desigualdades de género en el universo poético. La conclusión derivada de los testimonios de las escritoras es rotunda: a pesar de los avances que los blogs y las redes sociales pueden suponer para la poesía, el menosprecio -en muchos casos- hacia las producciones poéticas femeninas no ha desaparecido.

---

<sup>1</sup> En palabras de Morales Sánchez: “en los últimos años son numerosos los estudios que, desde diversas perspectivas, han puesto de relieve, entre otros aspectos, las distintas ramificaciones que el universo literario ha adquirido progresivamente en la red” (2010:387).

<sup>2</sup> Las investigaciones que se han realizado en el ámbito universitario a nivel nacional -además de la obra de Corral Cañas- quedan conformadas por dos trabajos de fin de grado. Desde una perspectiva más amplia, Evangelina López Megías expone en su trabajo *Literatura en internet: poesía en redes sociales* (Universidad de Valladolid, 2016) las relaciones entre la publicidad y la poesía y cómo las redes sociales han modificado los entramados del mercado literario. Por otra parte, encontramos el análisis realizado por Ignacio Fernández Fernández, *Poesía en internet. Blog y redes sociales* (Universidad de Salamanca, 2015), el cual se centra en analizar una plataforma de difusión de lo poético en particular: Tumblr.

En el año 2018 se celebra en la Universidad de Granada el I Coloquio Internacional “Poéticas en las redes sociales. La nueva poesía española en la era digital”. Producto de este ciclo de conferencias se publica, ese mismo año, el volumen *Nuevas poéticas y redes sociales* bajo la coordinación de Remedios Sánchez. En este ensayo colectivo se recogen las reflexiones de 23 investigadores y poetas de diferentes generaciones que, adoptando distintos enfoques de estudio, dan cuenta de la complejidad que está adquiriendo el fenómeno. El interés principal de este volumen es analizar y reconocer las nuevas voces que están surgiendo en el panorama poético español y que tan poca atención han recibido por parte de la crítica literaria. Afirmando la potencia de la relación poesía y redes sociales, los artículos que conforman esta obra vendrían a responder a esa necesidad de estudio que denuncia Sánchez en la introducción de la obra.

En el terreno de la crítica literaria, resalta el reciente estudio *La lira de las masas* (2019) de Martín Rodríguez-Gaona. Retratándolo como un fenómeno sociológico más que literario, el autor perfila los rasgos distintivos de los poetas nativos digitales que encabezan las listas de ventas en España. El consumo de la poesía más allá de intereses puramente literarios, la evolución del escritor hacia el producto mediático o la predominancia de la popularidad frente a la calidad son algunos de los factores que, si bien no son novedosos en el mundo literario, sí se presentan -según Gaona- como claves definitorias de la nueva poética española.

La Poesía 2.0 ha pasado a ocupar las páginas de los periódicos nacionales en formato de entrevista, artículo o columna de opinión, en un interés por explicar lo que está sucediendo en la poesía joven en nuestro país. “La poesía estalla en las redes” de Andrea Aguilar es considerado el primer artículo de prensa en llamar la atención sobre este fenómeno. Desde entonces, gran parte de las noticias dedicadas a su análisis han insistido en la revitalización que ha experimentado la poesía gracias a las redes sociales, en la novedad del fenómeno y en la incipiente generación de autores que adoptan, según el artículo, distinta denominación<sup>3</sup>.

El número de artículos en periódicos y revistas nacionales continúa creciendo, lo que da cuenta de la vitalidad del fenómeno. Si los primeros trabajos académicos denunciaban la escasez de investigaciones dedicadas a esta cuestión, la revisión bibliográfica nos ha permitido constatar un aumento considerable de fuentes que, desde diferentes perspectivas, se ocupan de ir avanzando en la comprensión de los cauces poéticos que fluctúan por las redes sociales. Cabe señalar, al respecto, una clara distinción entre los estudios académicos y los artículos de prensa. Los primeros procuran adoptar una perspectiva socioliteraria mientras que los segundos, por su idiosincrasia genérica, inciden en las cuestiones más anecdóticas del fenómeno.

## **1. Poesía y red(es)**

### **1.1. Los límites de la ecuación**

---

<sup>3</sup> A saber: Instapoets, la generación encantada, literatura follow, poetas Superpop, poetas millenials, generación hashtag, entre otros.

Las relaciones entre poesía y red han originado un fenómeno que sobrepasa los límites de lo literario (Valverde, 2018; Remedios Sánchez, 2018; Rodríguez-Gaona, 2019). El concepto de poesía se ha ido adaptando a las circunstancias de producción y de recepción que ofrecen las nuevas tecnologías (Bouso et al., 2015; Corral Cañas, 2018). La mutabilidad del término ha conllevado la aparición de múltiples denominaciones que, en un interés por darle nombre a esta nueva realidad, dan cuenta de la escasa homogeneidad que presentan los estudios al respecto<sup>4</sup>: ciberpoesía (Cuquerella Jiménez- Díaz, 2015; Corral Cañas, 2014), poesía 2.0 (Escobar, 2017) parapoésía (Valverde, 2018), poesía de Instagram (Cantó, 2018), poesía pop tardoadolescente (Rodríguez- Gaona, 2019), Populist poetry, Fast poetry (Sandeep Parmar y Majorie Perloff En Valverde, 2018), e-poesía (Bellón, 2008; Corral Cañas, 2014), entre otras.

Las relaciones entre el género lírico y la(s) red(es) se han visto motivadas, en un primer momento, por la brevedad propia del discurso poético. El fragmentarismo que define nuestro actual modo de consumir lo cultural se ajusta a los diferentes formatos en los que se manifiesta la poesía en la red (Aguilar, 2014). No obstante, el impacto tecnológico en la literatura no es una realidad exclusiva de nuestro tiempo. La adaptación del texto a las nuevas formas de producción y de difusión ya se produjo, por ejemplo, con la invención de la imprenta o del género cinematográfico (Mora, 2012, 2013; García Montero, 2018).

Las plataformas digitales han condicionado formalmente la escritura, predominando “la brevedad, la sobreproducción y lo efímero, así como el anonimato y las identidades ficcionales” (Rodríguez- Gaona, 2019:62). La poesía amplía sus cauces de expresión hacia la música o el diseño gráfico, lo que potencia la relación entre texto e imagen ya iniciada en la fase anterior. El deseo de interactuar con el público lector y la capacidad de convocatoria que tienen las redes sociales son mecanismos que se explotan sobremanera por parte de los poetas nativos digitales. El proceso de configuración de la Poesía 2.0 manifiesta un verdadero cambio sociológico: internet ha modificado la relación entre la literatura y la sociedad creando un nuevo paradigma de socialización literaria (Rodríguez-Gaona, 2017).

## **1.2.La democratización de lo poético**

El imparable desarrollo de las nuevas tecnologías que se viene produciendo en las últimas décadas y la consiguiente participación en plataformas digitales por parte de la ciudadanía han desencadenado un proceso de democratización cultural que “no consiste en garantizar el acceso a todas las personas a los productos culturales, sino en facilitar que todas ellas puedan ser productoras” (García Teresa y G.Pyne, 2018:228).

---

<sup>4</sup> De acuerdo con Corral Cañas: “El panorama terminológico es extenso, variado y confuso, como corresponde a un fenómeno de actualidad en el que los límites de los géneros se difuminan entre sí y en el que aparecen nuevas variedades inclasificables en categorías analógicas. Como consecuencia, tenemos diversidad de términos para un mismo concepto, cuyos matices diferenciadores son arbitrarios e, incluso, contradictorios” (2014:196).

En lo que nos ocupa, la democratización de lo poético en la red ha constituido “un magma singular donde se mezclan poetas que hacen crítica, críticos que hablan de poesía, poetas que exponen su obra a la crítica, críticos que escriben poesía...” (Rosal Nadales, 2016:185). La aparente facilidad con la que cada individuo, independientemente de su formación literaria anterior, puede publicar en la red lleva consigo una gran dificultad: saber destacar en el universo poético virtual.

La posibilidad de que todo el mundo pueda compartir sus propias producciones en la red ha derivado en un “floreamiento desmedido de todo lo expresable, tanto en la creación como en la crítica” (Corral Cañas, 2014:73). La sobreabundancia de poemas en el espacio virtual hace que se cuestionen los parámetros de calidad literaria de las propias producciones (Corral Cañas, 2014; G. Maldonado, 2016; Rosal Nadales, 2016, Rodríguez-Gaona, 2019). En este cambio de paradigma “se han destruido los criterios para establecer cualquier atisbo de calidad o jerarquía” (Rodríguez-Gaona, 2019:24), filtros que han sido reemplazados por los intereses del público lector y de las editoriales que se ocupan de gestionar la publicación de las obras.

La redefinición de las prácticas poéticas en la red ha desencadenado una controversia en el seno de la poesía joven actual. Si se tiene en cuenta la premisa de que todo el mundo con acceso a la red puede escribir, ¿Cualquier persona que publica sus textos puede ser considerado un poeta? ¿Toda producción poética en la red tiene calidad literaria? Y en último término, ¿qué puede ser considerado poesía?

Por un lado, se encuentran quienes consideran la *Poesía 2.0* un negocio rentable, un “capitalismo en versión poética”, una poesía comercial que carece de calidad donde “el valor literario es residual o hasta resulta secundario” (Rodríguez-Gaona, 2019:34). Por otro lado, están los que defienden la idoneidad del fenómeno por la desvirtualización que se ha producido en torno a la poesía como un género reservado para una élite cultural (Ber, 2018: web). Asimismo, valoran su acercamiento al público juvenil y el consiguiente aumento del hábito lector en los jóvenes (Llorens, 2016).

El debate que ha suscitado la poesía en las redes sociales se ha originado, principalmente, porque ha sido juzgada con los mismos parámetros que operaban en décadas anteriores (Sánchez, 2018). Sin embargo, se muestra necesario comprender esta nueva poesía desde otra perspectiva (Mora, 2013; Ber, 2018; Morales, 2018): la de la poesía juvenil, “una literatura para los jóvenes que se ha visto obligada a adaptarse al lenguaje de los jóvenes y a su canal por excelencia”, motivos por los que “no puede ser tratada con ni desde los fundamentos críticos propios de la poesía con mayúsculas” (Valverde, 2018:60). De acuerdo con Valverde (2017: web):

Es cierto que resulta a veces complicado reconocer como poesía una parte del trabajo de los jóvenes que se han dado a conocer en las redes sociales. Tal vez porque no se trata de poesía a secas, sino de Poesía Juvenil, un género que no había sido explotado y que ahora ha surgido con mucha fuerza. [...] Querer analizar la poesía juvenil desde la perspectiva de la poesía es tan injusto como equivocado.

En el proceso de democratización en el *a priori* está inmersa la poética joven actual, la decisión sobre qué poemarios se publican o qué autores cobran cierto renombre

no se fundamenta en términos de libertad. Las editoriales y los medios de comunicación son los factores que desencadenan una “ilusoria democratización de la poesía” (Arlandis, 2018:91) en la que priman las leyes del mercado frente a la autonomía de la creación poética (Rodríguez-Gaona, 2019). La consecuencia última de esta situación capitalista aplicada al ámbito literario es que la principal y única motivación para escribir sea el beneficio económico posterior.

## **2. El post es el poema**

Los poemas que se publican en las redes sociales comparten una serie de características que, si bien no resultan totalmente novedosas con respecto a las producciones poéticas anteriores, sí reflejan cierta influencia del canal por el que transitan (Mora, 2013; Rodríguez-Gaona, 2019). De estas producciones se ha acusado un estilo popular, urbano, cercano a la música pop e incluso, en algunas ocasiones, al tono empleado en las campañas publicitarias (García Montero, 2018). Las líneas principales que definen las manifestaciones poéticas en las redes son la intermedialidad, el lenguaje coloquial y la brevedad.

El discurso poético se construye a partir de un lenguaje claro, conciso y directo. Se evita el hermetismo que ha caracterizado al género lírico en otros movimientos y se incorpora un léxico discreto que “busque favorecer la legibilidad y la inmediatez de la comprensión” (Martínez Pérsico, 2018:148). Por ello, la naturalidad y la espontaneidad se configuran como estrategias en la creación poética actual. El objetivo es crear un poema accesible en el que el mensaje adquiriera las mismas características que su medio de difusión y, para ello, la utilización de un lenguaje fragmentado y superpuesto en la pantalla es un recurso al que se acogen las voces poéticas en la red.

De acuerdo con la brevedad que permite el discurso poético y que exige la pantalla de los dispositivos electrónicos en los que se consume la poesía digital, “la estructura de estos micropoemas suele ser bimembre y se construye a partir de antítesis y oposiciones [...] fundadas muchas veces en imágenes cromáticas, auditivas y sustantivos abstractos” (Martínez Pérsico, 2018:149). Los condicionantes que marca el canal -las redes sociales- potencian el empleo de oraciones coordinantes y yuxtapuestas, con una clara tendencia al polisíndeton y a la repetición anafórica (Martínez Pérsico, 2018).

Respecto al contenido de los poemas, la incorporación masiva de lo autobiográfico, lo cotidiano y lo anecdótico se entremezcla con una expresión sentimental y de denuncia social -entre las que destaca el movimiento feminista- (García Montero, 2018). El (des)amor y el sexo sin tabúes protagonizan gran parte del contenido poético en la red, que oscila frecuentemente “desde el vitalismo y la sensualidad desenfadada a la revelación silenciosa de la intimidad” (García Cerdán, 2018:122; Arlandis, 2018). Lo emotivo y lo testimonial se han convertido en los pilares base de un nuevo discurso poético que se nutre de “situaciones personales con proyección en el otro (el receptor)” (Morales, 2018:31). En consecuencia, los lectores pueden conocer con mayor profundidad la vida personal de los poetas y tienden a identificarse con los sentimientos que recogen en sus poemas (Morales, 2018)17.

Por su parte, las posibilidades creativas que brindan las redes sociales han posibilitado la configuración de poemas híbridos en los que se combinan texto, imagen, vídeo e icono. Este proceso de transtextualidad digital (Rodríguez-Gaona, 2019) requiere de un escritor multifacético que domine “elementos ajenos a la palabra, algunas técnicas de programación web, de diseño gráfico e incluso de marketing” (Martínez Pérsico, 2018:147).

En lo que respecta a los aspectos formales, los poemas presentan un amplio repertorio de procedimientos tales como la prosificación, el versículo o el salmo. Los versos no responden a parámetros métricos, rítmicos ni a un tipo de estrofa determinada, aunque sí presentan estructuras similares a los haikus o poemas breves (García Cerdán, 2018). En este sentido, la crítica señala dos posibilidades: bien los poemas en la red suponen la creación de nuevas formas independientes, bien se trata de una adaptación de géneros tradicionales (aforismos, microrrelatos, micropoemas) al nuevo medio de transmisión (Corral Cañas, 2014).

### **3. La difusión y la recepción de la poesía en la(s) red(es)**

El nuevo canal se particulariza por la inmediatez en la difusión del mensaje poético: la creación, la publicación, la lectura y la crítica de un poema pueden producirse en un lapso temporal inimaginable antes de la consolidación de estas plataformas. Desde la configuración de los primeros blogs hasta los últimos festivales y encuentros poéticos, la poesía joven española se ha ido adaptando y nutriendo simultáneamente de las particularidades del “canal 2.0”.

Los blogs –o bitácoras, en su traducción a nuestra lengua- fueron creados en 1997 y tuvieron “desde el principio un claro componente literario, en razón de su base textual, que los emparentaba con los diarios privados” (Mora, 2012: web). En este sentido, algunos autores utilizaron los blogs como un espacio para la reflexión y otros lo contemplaron como herramienta para ejercer crítica literaria (Bellón, 2008). La irrupción de la plataforma *Blogger* en 1998 –y su posterior popularización en 2004- supuso un punto de inflexión en la redefinición de las prácticas literarias de nuestro siglo (García- Teresa y Payne, 2018). De hecho, tal y como apunta Corral Cañas, los blogs pueden ser “el lugar al que acudir para estudiar el panorama literario de las primeras décadas del siglo XXI” (2014:126).

El influjo que ejerció la blogosfera en el desarrollo de la poética española de principios de siglo “fue perdiendo fuerza debido a la aparición de otro tipo de plataformas de gran afluencia que repercuten también en la literatura y, en concreto, en la poesía: las redes sociales” (Corral Cañas, 2014:128). La sobreabundancia de bitácoras y el sistema de comunicación que ofrecían fueron los factores que, junto con el desarrollo de *Facebook* o *Twitter*, propiciaron la caída de este soporte digital. Las diferencias entre ambos soportes apelan a la permanencia de la obra poética en los blogs frente al sentimiento efímero que desprenden las redes sociales:

Facebook o Twitter son puro presente. [...] La memoria, el recuerdo, es algo para lo que la herramienta no está concebida. El blog, sin embargo, mantiene aún algo del sentido de permanencia que tiene el diario o el libro impreso. Al final, creo que tanto Facebook como

Twitter tienen que ver más con el decir que con la escritura. Mientras que el blog sigue siendo la transposición democratizada de la pasión escritural (Miguel A. Hernández-Navarro, 2012a: web; en Corral Cañas, 2014:124).

Las redes sociales amplían el abanico de posibilidades en cuanto a promoción literaria y creación de comunidades poéticas entre lectores y/o autores con ciertas afinidades estéticas (Corral Cañas, 2014). Las características de estas plataformas “dinamizan la difusión de propuestas literarias emergentes (brindando herramientas para la autoedición, la publicidad y la crítica)” (Rodríguez-Gaona, 2011:234). Twitter e Instagram se han convertido en las herramientas más utilizadas para la difusión de la poesía joven actual. Sin embargo, no son las únicas.

Paralelamente a la consolidación de las redes sociales, proliferan nuevos espacios poéticos en la red. Ejemplo de ello es la plataforma *Youtube*, donde se desarrollan fructíferamente los denominados videopoemas, archivos audiovisuales en los que aparece el propio autor recitando un poema o se elabora un videoclip en torno al texto lírico<sup>19</sup>. Asimismo, encontramos en la red páginas web de autores y revistas literarias como *OcultalIT* o *La tribu: un cuarto propio compartido* entre otras, donde se recogen producciones escritas o audiovisuales que no se publican en Facebook o en Instagram.

Fuera del espacio virtual, el fenómeno de la *Poesía 2.0* se difunde en festivales de poesía (*Poemad* en Madrid, *Cosmopoética* en Córdoba o *Perfopoésia* en Sevilla) y en las Ferias del Libro de las diferentes ciudades españolas. En esta línea, se ha desarrollado una práctica de difusión poética conocida como *poetry slam*, que consiste en “un encuentro de poesía recitada en el que participan los propios autores frente a una audiencia que puntúa tanto sus versos como la manera en que los hacen llegar al público” (Phillips, 2018: web).

En los primeros años de consolidación del fenómeno (entre 2010 y 2014) determinados locales -principalmente bares del barrio de Malasaña en Madrid- se encargaron de dar cabida a las nuevas voces poéticas que todavía no habían alcanzado cierto reconocimiento. Una vez que la *Poesía 2.0* comenzó a ocupar las páginas de la prensa nacional, estos recitales han ido cambiando de formato. Actualmente, aunque se sigan ofreciendo propuestas similares, los poetas con mayor popularidad ocupan teatros y auditorios (Molina, 2019).

Uno de los principales motores en la difusión y la recepción de las nuevas poéticas digitales ha sido el mundo editorial. A los grandes sellos como Visor, Hiperión, Pre-Textos o Planeta “se fueron sumando editoriales con un catálogo reconocido como Bartleby, Calambur, Vaso Roto o Valparaíso” (Sánchez, 2018:65). Asimismo, la potencialidad de las propuestas poéticas en la(s) red(es) supuso la creación de nuevas editoriales como Noviembre Poesía, Frida o Ya lo dijo Casimiro Parker.

El fenómeno editorial que se ha producido y al mismo tiempo ha contribuido al desarrollo de la *Poesía 2.0* influye en el proceso de publicación tradicional: “no se juzga tanto el valor literario de la obra en sí, sino la capacidad del escritor/a de proyectar su texto en el mayor número de seguidores” (Morales Lomas, 2018:32). Si el escritor cuenta con una comunidad poética fuerte se solventa el principal riesgo que corren los lanzamientos editoriales: la primera edición (Maldonado, 2016: web; en Morales Lomas, 2018:33). El

círculo mercantil que se genera entre las redes sociales y las editoriales provoca ciertos enfrentamientos entre los poetas que aspiran a definir su identidad poética en el panorama literario contemporáneo (Rodríguez-Gaona, 2019) y, en distinto grado, entre los grandes sellos y las editoriales con menor trayectoria empresarial<sup>5</sup>.

Dar el salto al mundo del papel se convierte en uno de los objetivos principales de los poetas nativos digitales (Bellón, 2008, Corral Cañas, 2014; Arlandis, 2018). Los poemarios publicados suelen contener, por lo general, una compilación de los versos que anteriormente han obtenido el visto bueno de los lectores en las redes sociales y una selección de poemas inéditos que otorgan cierta novedad a la obra física. Una vez en el mercado, los poetas y las editoriales vuelven a utilizar el canal de emisión por excelencia para promocionar las obras y animar a los lectores a descubrirlas en formato físico.

El número de ventas de un poemario puede variar según la popularidad del autor que lo publique. No podemos constatar, por tanto, que haya un aumento generalizado en la venta de libros de poesía, sino más bien que este corresponda a los poetas que gozan de cierto estatus en el universo de las redes sociales. Así, podemos encontrar cifras cercanas a los 110.000 ejemplares en el caso del poeta Defreds o 60.000 en el poemario *Todos mis futuros son contigo* del cantautor Marwan, entre otros casos llamativos.

La posibilidad de acceder a un texto mediante diferentes medios (analógicos o digitales) evidencia ciertas modificaciones en el terreno de la recepción literaria, que se convierte en “un campo directo y plural, con posibilidad de respuesta, de retuiteo o de reestado, y de modificación final sobre el original” (Corral Cañas, 2014:141). Durante el proceso de recepción del texto lírico en la red “la lectura [...] se ve transformada por el carácter más libre y aleatorio, generado, además de por las herramientas comunicativas del canal y las peculiaridades de cada plataforma, por la gratuidad de acceso a la mayoría de los textos” (Corral Cañas, 2014:340). Progresivamente, la experiencia lectora ha ido ganando en rapidez lo que ha ido perdiendo en intimidad (Mora, 2011 En Corral Cañas, 2014).

La sobreabundancia de información a la que se expone el lector cuando navega en la red activa una lectura holística -y ya no lineal- de los textos, alejándose de la concepción de lectura tradicional -más solitaria y silenciosa- (Mora, 2013; Bouso et al., 2015; Rodríguez-Gaona, 2019). A esta lectura elíptica y fragmentada habría que añadirle, en el caso particular de las redes sociales, un tipo de lectura adolescente pensada “no para interpretar asunto alguno sino para la identificación con el yo y el entretenimiento (el espectáculo)” (Rodríguez-Gaona, 2019:35).

Las características del canal han condicionado el texto lírico: la inmediatez, la accesibilidad y la capacidad de difusión con la que un autor puede publicar un poema -y unos lectores hacerlo viral y una editorial vender miles de ejemplares- han transformado la

---

<sup>5</sup> “Este fenómeno ha pillado por sorpresa a los grandes sellos editoriales: lo que están haciendo es sacar el talonario y quitarnos autores que se han criado en las redes sociales y en los que nosotros, las editoriales independientes, empezamos confiando” afirmaba en 2016 el entonces director de la editorial Frida (actualmente Muevetulengua), Víctor Fernández (En Maldonado, 2016: web).

creación y la recepción del género lírico. En este sentido, la identificación del medio con el mensaje (como propuso McLuhan en 1964) puede llegar a suponer una predominancia del primero con respecto al segundo. El hecho de que los autores tengan que adaptarse a la estética que rigen las redes sociales sumado a la casi obligatoriedad de componer poemas híbridos puede implicar un descuido de la propia composición lírica (estructura, temática, lenguaje...). En el caso de no adaptarse a estos parámetros, corren el riesgo de no ser aceptados por los lectores y perder parte de los posibles futuros compradores de su obra.

#### **4. (Ciber)poetas y (ciber)lectores**

##### **4.1.El (ciber)poeta o juglar contemporáneo**

Los (ciber)poetas que configuran el panorama poético español en la red pertenecen, en términos sociológicos, a la denominada Generación *Millennial* (aquellos nacidos entre 1982 y 1994). Con el desarrollo de internet y de las nuevas tecnologías en los años posteriores, estos poetas se han convertido en “autodidactas con conocimientos avanzados de una retórica digital, multidisciplinar, cada vez más compleja y en constante desarrollo” (Rodríguez-Gaona, 2019:34). Han asumido con naturalidad el mundo virtual desde la infancia y con ello, han desarrollado un hábil manejo de las plataformas digitales en las que plasman sus versos.

La nueva oleada de poetas viene marcada por una imparable necesidad expresiva -canalizada mediante las redes sociales- que, unida a la elaboración de un discurso dirigido a receptores afines en intereses y experiencias, han llevado a la creación de verdaderas comunidades virtuales (Rodríguez-Gaona, 2019). Esta conjunción de situaciones (extra)literarias es lo que ha marcado la diferencia entre los (ciber)poetas y los autores que constituían la poética española anterior.

En el universo digital, los poetas nativos digitales -en términos de Rodríguez-Gaona- “se desenvuelven desde una constante presión por cumplir con expectativas y apariencias, en un permanente anhelo por desatacarse” (2019:114). Para los (ciber)poetas, la necesidad de pertenencia a un grupo, de ser reconocidos y al mismo tiempo de sobresalir de manera individual se muestran imprescindibles para el desarrollo de su trayectoria literaria en la red. Por ello, en la configuración de su estatus poético, se incorpora un nuevo procedimiento: la creación de un personaje, auténtico o imaginario, mediante el cual poder garantizar la construcción de una identidad digital propia (Corral Cañas, 2014).

Los diferentes artículos de prensa que se han hecho eco del fenómeno determinan que se ha configurado una nueva generación de poetas. Esta afirmación sin fundamentación literaria es utilizada con distintos fines. Así, mencionar a la “Generación encantada” compuesta por *instapoetas* es una manera de denominar una novedad literaria y de otorgarle cierto reconocimiento por parte de los medios. Los sellos editoriales y la prensa parecen perseguir un objetivo similar: despertar la curiosidad del lector por un conjunto de autores y de obras que, bajo la categoría de “nueva generación de poetas”, tienen más posibilidades de afianzar el lado comercial del fenómeno que a algunas editoriales les interesa potenciar.

Sin embargo, conviene matizar. La noción de generación literaria debe ser entendida, en este contexto, en el sentido amplio de la palabra (Sánchez, 2018). La agrupación de autores en torno al fenómeno de la *Poesía 2.0* “responde, ante todo, a una empatía compartida, a factores sociológicos o de mercado, que condicionan un modus operandi y un modus vivendi” (Rodríguez-Gaona, 2019:52). La forma de generar ese entorno común consiste en estrategias de afiliación. Los poetas valoran positivamente las creaciones poéticas de sus pares, las cuales, en según qué casos, “cuentan con la aprobación de algunos poetas consagrados que las protegen y avalan” (Corral Cañas, 2018)<sup>6</sup>.

El listado de autores que por su popularidad en redes o por sus conquistas en el mundo literario responde a la etiqueta de (ciber)poetas lo comprenden nombres como el de Elvira Sastre, Sara Búho, Loreto Sesma, Andrés Zero, Irene X, César Brandon, Luis Ramiro, Srtabebi, Carlos Miguel Cortés, Defreds, Redry (David Galán), Miguel Gane, Irene G. Punto y cantautores como Marwan, Diego Ojeda o Rayden entre otros.

La crítica que ha abordado este fenómeno ha propuesto diferentes clasificaciones que, si bien no pueden ser estrictas por la actualidad de la cuestión, nos permiten establecer, al menos, dos grupos de (ciber)poetas. El primero corresponde a aquellos autores que comienzan publicando sus textos en la blogosfera y conforman un colectivo “más ambicioso y complejo en sus proyectos, anhelando tanto cierta originalidad como el perdurar” (Rodríguez-Gaona, 2019:17). La segunda oleada de poetas comienza su trayectoria literaria en las redes sociales, “apuestan por la empatía popular y el anti-intelectualismo”. Adoptan rápidamente el estatus de influencer para “ser asimilados con mayor facilidad y de manera inmediata” (Rodríguez-Gaona, 2019:17). Los dos grupos presentan líneas comunes en cuanto a intereses publicitarios, pero difieren en las bases literarias sobre las que se fundamentan sus obras<sup>7</sup>.

Por último, la poesía joven española contemporánea queda conformada por aquellos autores que consideran, en cierto modo, que “las redes sociales no son el mejor lugar habitable para los poetas” (Valverde, 2018:55) y, por ello, prefieren mantener su trayectoria literaria al margen de las nuevas plataformas digitales. Estos autores apuestan por el proceso de creación y de recepción literarias “convencional”. Su desvinculación con el fenómeno de la *Poesía 2.0* no implica una relación de competitividad entre ambas tendencias, sino de complementariedad, aunque “distintas vertientes literarias de la poesía joven hayan visto con reticencia y displicencia a aquellos autores amateurs [...] sin sospechar que pronto serían legitimados por las grandes corporaciones y la prensa masiva” (Rodríguez-Gaona, 2019:157).

---

<sup>6</sup> Ejemplo de ello es el proyecto Luis García Montero, “Memorias de futuro” (2017), un documental en el que el poeta trata de estrechar lazos de unión con algunos de los autores más representativos del fenómeno. Disponible en línea: <http://lab.rtve.es/webdocs/memoria-futuro/>

<sup>7</sup> Ejemplo de ello son las afirmaciones de la poeta Irene X: “No sabría definir lo que hago, escribo por necesidad y de la manera que quiero, pero poesía no hago. La poesía tiene ciertas partes que yo no cumplo, yo ni muchísima gente”. Entrevista disponible en línea: <http://www.notodo.com/irene-x-entrevista.html>

Con todo, creemos que la vertiente más controvertida de la nueva concepción del poeta en las redes sociales es la que lo aproxima a la figura de *influencer*, en el sentido de que muchos poetas de las redes combinan el desarrollo de su trayectoria literaria con la exposición de sus vivencias personales y con una exposición pública continua. Sin embargo, ninguno quiere identificarse con esta etiqueta, que gran parte de los (ciber)poetas denuncian en diferentes entrevistas y reportajes y que parece desprestigiar la carrera literaria de un autor.

#### **4.2.¿Lectores y/o seguidores?: hacia un diálogo horizontal**

La figura del receptor en la construcción de la *Poesía 2.0* asume una importancia capital. Los lectores de esta nueva poesía pertenecen, del mismo modo que sus autores, a la Generación *Millennial*<sup>8</sup>, coincidencia por la cual se ha podido despertar en ellos un interés inusual por el género poético. Las posibilidades de acercamiento al texto lírico que ofrecen las redes sociales han colocado en el campo de la recepción a tres categorías distintas y complementarias entre sí: el lector, el seguidor y el comprador/consumidor.

En numerosas ocasiones, la crítica identifica estos conceptos, equiparando la función del seguidor (follower) -basada en la atención al movimiento poético que el autor publica en su perfil-, la del lector -que dedica un tiempo determinado a la experiencia de la lectura- y la de comprador -que, habiendo visionado ciertos fragmentos de la obra en la red, decide adquirirla en soporte físico- (Sánchez, 2018). Sin embargo, hay quienes consideran que estas correspondencias no tienen cabida en la descripción del nuevo fenómeno: “seguidores, en cualquier caso, no es sinónimo directo de compradores de libros [...] Alrededor del 5% de los seguidores de un autor llega a adquirir su obra; algunos alcanzan hasta el 10%” (G. Maldonado, 2016: web).

En líneas generales, se trata de lectores sin formación literaria previa más allá de la recibida durante la educación secundaria obligatoria o la etapa de bachillerato (Sánchez, 2018). Por ello, “difícilmente se les puede pedir una exigencia o responsabilidad con respecto a criterios de calidad o gusto, menos considerándolos como público masivo” (Rodríguez-Gaona, 2019:165). En cualquier caso, el acercamiento al género poético que han experimentado estos jóvenes puede suponer una ampliación de “sus intereses con poetas de perfiles más diversos conforme avancen en madurez, capacidad crítica y conocimiento literario” (Sánchez, 2018:77).

En la era digital el lector asume un papel activo y se despoja de la pasividad que, según Mora (2013), lo caracterizaba en el siglo XX. Los aspectos que configuran su identidad en la era digital son, fundamentalmente, la descentralización y la interacción. El lector puede trazar su propia ruta de lectura e interactuar con los individuos que formen parte de la misma comunidad poética virtual (Arlandis, 2018). Así surge la noción de lectoespectador, “un consumidor-productor, que está acostumbrado a interactuar, a mezclar la información que recibe, a completarla mediante Google o Wikipedia, a revertirla,

---

<sup>8</sup> Más concretamente, Valverde (2018) considera que el destinatario de los versos en las redes sociales corresponde a un “lector juvenil, menor de 24 años” (2018:58).

sintetizarla y compartirla en redes sociales, y a tener una conciencia mucho más activa y global de la información que antes” (Mora, 2013:51). Ese efecto de libertad de elección y de expresión promueven que el lector se “sienta parte del proyecto cultural y de la aspiración poética” (Arlandis, 2018:98). Las redes sociales han permitido que la voz del lector cobre fuerza y gane mayor independencia en el proceso creativo.

Desde una perspectiva comunicativa, las nuevas relaciones entre el emisor y el receptor se fundamentan en una interacción más cercana e inmediata (Martínez Pérsico, 2018). Ambos pueden intercambiar impresiones sobre un texto, una publicación o un evento literario creando un entorno compartido. La retroalimentación se hace efectiva mediante un comentario en un post, el retuiteo de un poema, pulsar en “me gusta” o comenzar a seguir el perfil de un autor (follow). El lector cuenta con una nueva herramienta con la que exponer las valoraciones que luego servirán al poeta en el proceso creativo<sup>30</sup>.

El nuevo diálogo establecido en las redes permite al poeta mostrar una faceta más humana de sí mismo y afianzar los lazos con el lector. Primando la función apelativa del lenguaje, los autores ponen en práctica diferentes tácticas asociativas con las que mantener una relación de proximidad virtual con el receptor. En la lógica comunicativa que plantean las nuevas plataformas se produce un diálogo entre iguales, sin intermediarios (librero, editor o distribuidor) con un interés principal: conocer la opinión del que luego puede ser un posible comprador. Los autores necesitan que sea el lector “quien reconozca su obra, la haya hecho suya y se haya identificado con ella” (Morales Lomas, 2018:46). La comunicación entre los (ciber)poetas y los (ciber)lectores permite configurar una identidad plural (Rodríguez-Gaona, 2019) en la que fundamentar una relación que ya no es jerárquica como en las generaciones precedentes sino horizontal,

Como consecuencia directa de la horizontalidad de las redes, se configura un proceso de creación colectiva en el que el receptor puede colaborar en distinto grado: “desde las aportaciones del lector en la corrección para sucesivas mejoras de la obra, hasta una auténtica pluralidad autoral que ahora es especialmente operable, rápida y eficaz gracias a la capacidad comunicativa de internet” (Corral Cañas, 2014:105). El poeta pierde la exclusividad creadora de la obra (Bouso et al., 2015; Arlandis, 2018) y aparecen nuevas percepciones en la noción tradicional de autoría: el escribitor (Caballero, 2014) o el lectoautor (Corral Cañas, 2012).

Las redes sociales han cambiado los conceptos tradicionales de autor, lector y la relación vertical existente entre ambos. El lector se vuelve copartícipe de la obra mientras que el autor procura afinar sus intereses poéticos a los del público que conforma su comunidad poética virtual. El autor necesita al lector para que se produzca una buena comunicación y garantizar la transmisión del texto literario.

El peligro último que puede conllevar esta nueva horizontalidad sobrepasa los límites de lo literario: la gestación de una relación de (inter)dependencia tan potente que el motor de escritura del (ciber)poeta esté en manos de la voluntad y la posible motivación que pueda recibir por parte de sus *followers*.

En suma, las redes sociales han perpetuado una relación de proximidad entre el autor y el lector que ya se había iniciado en la poética del siglo anterior. Este vínculo queda definido por la horizontalidad con la que aparentemente operan ambas figuras en el ejercicio literario. Sin embargo, continúa habiendo intermediarios entre ellos que nos recuerdan que todavía queda cierta jerarquía aparentemente superada. Los que deciden qué lectores se tienen que relacionar con qué poetas son, de un lado, las redes sociales - que te orientan por sus propios criterios de “búsqueda” y recomendaciones- y las editoriales -y sus respectivos premios- que deciden quiénes conforman la lista de los más vendidos y, por ende, los escritores con más calidad del panorama poético contemporáneo. Así, lo que en numerosas ocasiones deriva de esa horizontalidad es una falsa ilusión de igualdad.

## **5. Un diálogo generacional**

Las vías de expresión que está tomando la poesía en la era digital son el resultado de una comunión de voces poéticas que, aunque hayan adoptado diferentes posturas con respecto a las redes, pueden aportar una visión personal sobre el fenómeno: las voces de la blogosfera, en su caso, por poseer cierta perspectiva temporal; la poesía analógica, por su parte, por aportar la objetividad que les confiere su posición “al margen”; por último, los (ciber)poetas, por ser protagonistas y a la vez críticos de su tiempo, poética y generación.

Tomando las palabras del crítico y poeta Luis García Montero, cuando nos enfrentamos a una novedad en la historia de la literatura “no se trata de lamentar, o reír, o despreciar, sino de comprender” (2018:13). Y este proceso de comprensión, explica, consiste en “entender lo que hay de nuevo dentro de las cosas de siempre o lo que hay de antiguo en las novedades” (2018:13). La tradición literaria en la que se inserta buena parte de los fundamentos que definen esta nueva poesía tiene sus raíces en la poesía social de los años 50 y en la Poesía de la experiencia<sup>9</sup>, liderada, entre otros, por el propio García Montero.

Los vínculos con estas generaciones previas nos permiten trazar un diálogo generacional: el acercamiento al lector mediante un lenguaje accesible y la proyección de sentimientos en un poema -con los que el lector puede sentirse identificado- son claves que ya se encontraban en las tendencias poéticas del siglo pasado<sup>10</sup>. La continuidad de estos

---

<sup>9</sup> En este sentido, poetas como Unai Velasco -con cierta tendencia “antiredes”- ha estudiado las relaciones -que él mismo niega- entre la Poesía 2.0 y la poesía de la experiencia en el siguiente artículo: 50 kilos de adolescencia, 200 gramos de Internet (II). Disponible en línea : <https://cxtx.es/es/20170118/Culturas/10723/boom-jovenes-poetas-elvira-sastre-poesia-de-la-experiencia.html>

<sup>10</sup> En el volumen Poesía (1979-1987) de Felipe Benítez Reyes, García Montero explica que para ser produzca tal identificación y la poesía tenga, como ellos defendían, cierta utilidad para el lector “suele ser conveniente que el poema trate de experiencias comunes contadas en el lenguaje utilizado por los hablantes de una comunidad” (1992:13).

ideales poéticos es reconocida por algunos de los (ciber)poetas entrevistados y de los más representativos de la Poesía 2.0<sup>11</sup>.

Del mismo modo, la idea de democratización cultural que nos sirve para explicar la motivación principal de las relaciones entre poesía y red ya se encontraba en la Poesía de la experiencia, aunque no se hubiera desarrollado, ni siquiera planteado, la idea de un universo virtual en aquel momento. En esta línea, la mercantilización de la poesía que se ha producido en torno a la *Poesía 2.0* es una realidad que, en diferente medida, también fue criticada con respecto a la poética del grupo de Montero<sup>12</sup>.

Por su parte, la incorporación de poetas cantautores al panorama poético como Joaquín Sabina, Joan Manuel Serrat o Pablo Guerrero entre otros ha sido reconsiderada para la constitución del “canon” de autores del fenómeno actual (véase Rayden, Marwan o Diego Ojeda, entre los más populares). En definitiva, las redes sociales han continuado y, en último término, ampliado los cauces poéticos que ya habían planteado en su momento los poetas de la experiencia.

En lo que sigue, procedemos a exponer “**el otro diálogo**”, ya no con la tradición literaria que le precede, sino entre los propios autores de la poesía joven española actual. Así, lo que nos proponemos es realizar una comparativa entre los grupos de poetas para averiguar su concepción global sobre el fenómeno y comprobar si los criterios previamente establecidos -véase edad, número de poemarios publicados y relación con las redes sociales- operan de manera significativa en las consideraciones sobre *la Poesía 2.0*.

Para las voces de la blogosfera<sup>13</sup>, la poesía mantiene en su definición un carácter artístico y emocional independiente del entorno virtual. La democratización de lo poético y las consecuencias derivadas de este proceso fueron las razones que llevaron a estos autores a emprender una trayectoria poética en la red. Asimismo, la clave del éxito del género lírico en el (ciber)espacio encuentra sus raíces en el desarrollo de plataformas como el blog y su posterior desenvolvimiento en las redes sociales. Las diferencias entre ambas herramientas dependen del diferente grado de afinidad que los autores hayan experimentado con cada una de ellas. Por el contrario, la posibilidad de prescindir de estos soportes es una opinión unánime. Las vías de expresión que actualmente está tomando la

---

<sup>11</sup> Así lo asegura, por ejemplo, Elvira Sastre en una entrevista para Granada Hoy: “En mi caso, no he inventado un estilo de poesía distinto, ni he revolucionado el lenguaje. Escribo como los poetas que me gustan. Quizá es la manera de escribir, que es más cercana a la emoción, más directa y comprensible. Aunque ya lo hacían los poetas de la experiencia como Luis García Montero, o Benjamín Prado y Ángel González”. Disponible en línea: [https://www.granadahoy.com/ocio/rabia-destacan-condicion-propio-trabajo\\_0\\_1244275619.html](https://www.granadahoy.com/ocio/rabia-destacan-condicion-propio-trabajo_0_1244275619.html)

<sup>13</sup> El fenómeno de la *Poesía 2.0* es el resultado de un proceso que comenzaba a manifestarse a mediados de los 2000 en las bitácoras de algunos autores que vieron en este soporte la oportunidad de compartir sus producciones poéticas con un reducido -en principio- círculo de lectores. Se trata de poetas que han vivido -como protagonistas o testigos- la evolución de lo poético en el mundo virtual, el momento de esplendor de los blogs y su detrimento en favor de las redes sociales. Son autores como Marcus Versus, María Leach, Redry, Sandra de la Cruz, Victoria Ash, Daniel Bellón, Ajo y Camino Román.

poesía motiva a estos autores a plantear un futuro prometedor para el género. Pero esta es una cuestión que, como ellos anuncian, depende fundamentalmente de distintos condicionantes (extra)literarios y no de su voluntad como autores.

Los (ciber)poetas<sup>14</sup> -en las redes- sociales, por su parte, poseen una concepción sobre lo poético de la que se desprende una máxima común: la necesidad de un “yo poeta” y un “tú lector” por y para los que la poesía cumple una función individual (próxima a una terapia de desahogo sentimental) y colectiva (ayudar a los lectores a gestionar sus emociones). La consolidación de un nuevo movimiento literario es una cuestión para la que no existe un acuerdo unánime entre ellos. Los cambios que particularizan el fenómeno están relacionados con la horizontalidad, el formato del poema y la mediatización de un género hasta ahora considerado minoritario. Las redes sociales, como elemento socializador, han ejercido una influencia considerable en ellos. Sin embargo, como herramienta literaria, no se muestra imprescindible para estos autores que, paradójicamente, las utilizan con distintos fines (extra)literarios (tareas de gestión -tanto de sus perfiles en redes como de las comunidades poéticas- paralelamente a las labores de creación y difusión).

Así, los autores reconocen que han adquirido nuevas funciones dentro del universo literario y que se mueven en un continuum entre “ser poeta” y “estar poeta”, perfiles que se potencian en las redes sociales. En ello tiene una clara influencia la figura del seguidor -que no lector- y la importancia que confieren las editoriales a la popularidad virtual de cada autor. Este nuevo parámetro invisibiliza la labor de otros poetas y no tiene una relación directamente proporcional con la calidad de una obra. Los elementos que comparten esta, para algunos, generación de autores, son literarios (lenguaje poético) y sociales (utilización de las redes). En el futuro, la poesía joven en España va a perpetuar los esquemas actuales y los superará hasta que se produzca una redefinición del género y de sus connotaciones convencionales.

---

<sup>14</sup> Los autores que deciden proyectar su trayectoria poética en las redes sociales persiguen distintos intereses: compartir sus textos públicamente, crear comunidades poéticas conformadas por lectores y otros autores afines, promocionar la publicación de obras propias y ajenas o anunciar su participación en determinados eventos literarios (recitales, festivales de poesía, ferias del libro...). Los autores de nuestro corpus que se sumaron a esta iniciativa son Andrea Valbuena, Ángelo Néstore, Jorge Villalobos, Jota Santatecla, Miguel Gane y Pau Albert. En términos sociológicos, todos pertenecen a la Generación *Millennial*. En lo literario, responden a la categoría de poetas nativos digitales (Rodríguez-Gaona, 2019).

Los poetas analógicos<sup>15</sup> observan el fenómeno desde una perspectiva distinta de los anteriores, pero no por ello negativa. Si bien es cierto que remarcan los aspectos de la nueva forma de difusión que ellos consideran pueden estar perjudicando al género lírico, también reconocen la contribución de las redes sociales -y del (ciber)espacio en términos generales- a la poesía joven actual. Su mayor preocupación, en este sentido, es la mercantilización de la poesía, que está convirtiendo el arte poético en un objeto de consumo. La responsabilidad de este proceso la tienen, de un lado, las editoriales que se aprovechan de esta situación insólita para el género y, de otro lado, los poetas *influencers* que, ocultos tras la creación de un personaje, buscan ante todo cierto reconocimiento social y beneficio económico. Lo positivo del binomio poesía y red(es) es el cambio en la conceptualización del género y las nuevas relaciones horizontales entre emisor y receptor. Con todo, los poetas analógicos reconocen la magnitud del fenómeno y esperan que evolucione en un futuro despojándose de su lado más comercial.

Una lectura comparativa del mismo objeto desde tres ángulos distintos nos permite encontrar una serie de líneas de convergencia entre todas las voces poéticas de nuestro corpus.

En primer lugar, que en las definiciones que cada autor ha expuesto sobre el género lírico no encontramos ninguna mención al entorno virtual. La mayoría de los autores entrevistados, a pesar de acudir a las nuevas tecnologías para el desarrollo de su carrera literaria -como autores y/o lectores-, no perciben el binomio poesía y red como una nueva realidad poética a la que referirse cuando se les formula la famosa pregunta becqueriana. Este hecho nos lleva a pensar que, para estos poetas, el género lírico es un arte independiente de cualquier soporte que lo transmita, ya sea físico o digital, y que, por tanto, su introducción en la red no tiene por qué perturbar su concepción tradicional.

En segundo lugar, las relaciones entre la poesía y la(s) red(es) se han visto motivadas, a nivel general, por el proceso de democratización cultural que supuso el desarrollo de internet; a nivel particular, por las posibilidades comunicativas que ofrecen los nuevos soportes digitales. Los cambios más significativos que se han producido son la horizontalidad -con repercusiones positivas para el género- y la mercantilización -entendida como un proceso que puede perjudicar el valor artístico de una producción poética-. En este sentido, las editoriales son uno de los principales factores del auge comercial de la poesía. Las redes sociales, por su parte, se conciben fundamentalmente como una herramienta prescindible para el ejercicio poético aunque con múltiples ventajas para su desarrollo. Se trata, pues, de un canal del que no dependen ni la calidad de una

---

<sup>15</sup> Desde la visión sociológica del fenómeno *Poesía 2.0*, los poetas *analógicos* no están en igualdad de condiciones con respecto a los (ciber)poetas de las redes sociales. La visibilidad de su obra y la difusión de sus textos tiene menos alcance. Sin embargo, en términos estrictamente literarios, su contribución a la poesía joven actual es igualmente considerable. En este sentido, algunos estudiosos (Rodríguez-Gaona, 2019; García Montero, 2018) señalan que, en ciertas ocasiones, los poetas que se encuentran al margen de las redes sociales han aportado una visión negativa del fenómeno por no gozar del mismo reconocimiento institucional ni editorial. Lo que nos proponemos en este apartado es comprobar cuál es la percepción de los poetas “desenredados”. En particular, de Berta García Faet, Sara R. Gallardo, Laura Casielles, Rocío Acebal, Rosa Berbel y Álvaro Guijarro.

obra ni el éxito de un autor. El poeta es el que decide la finalidad con la que utiliza este soporte: literaria y/o comercial.

De este modo, se muestra necesaria la distinción entre los poetas con una trayectoria literaria previa al éxito de la poesía en internet y los que, una vez demostrada la potencialidad del fenómeno, han intentado (con una motivación económica principalmente) pasar a formar parte del panorama poético español. En lo que respecta al receptor, se ha producido una desvirtualización del concepto tradicional de lector relacionada con la nueva identidad del *follower*.

En tercer lugar, la falta de unanimidad de los autores con respecto a la innovación del fenómeno y a la conformación de una nueva generación de autores nos permite pensar que se trata de cuestiones todavía de difícil análisis y definición. Sin embargo, de las respuestas obtenidas se desprende una idea común: aunque los factores sociológicos y literarios se encuentren estrechamente ligados en la configuración de un fenómeno como el que nos ocupa, es conveniente no confundirlos a la hora de delimitar estas nuevas realidades. Las coincidencias extraliterarias (edad y grado de afinidad con las redes sociales) no sitúan a los autores de nuestro corpus en el mismo -aunque todavía indefinido- camino poético.

## **Conclusiones**

Desde comienzos de siglo la poesía, como otras disciplinas artísticas, ha encontrado un nuevo escenario en el que desenvolverse: internet y, en su ámbito, posteriormente, las redes sociales. Los estudios críticos que han analizado la ecuación poesía y red advierten de los cambios que se han producido en la extensión virtual del género lírico. La nueva realidad resultante no puede ser juzgada con los mismos parámetros del siglo anterior, aunque guarde relaciones significativas con la Poesía de la experiencia.

La nueva identidad que ha adquirido la poesía en las redes sociales está fundamentada en un fenómeno socioliterario, la *Poesía 2.0*, cuyos límites y condiciones están todavía por determinar. En su construcción influyen distintos factores con base sociológica y un denominador común: la democratización cultural. La utilización de una serie de plataformas -primero el blog, después *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*- ha configurado un nuevo paradigma de socialización literaria. Así, ¿es la *Poesía 2.0* un fenómeno sociológico o literario? ¿qué lugar ocupa cada perspectiva en su definición?

Desde el punto de vista literario, hemos visto cómo las redes sociales han transformado los procesos de producción y de recepción poéticas. El poema se ha adaptado a las exigencias del canal (en cuanto al formato) y del público lector (en lo que respecta al lenguaje y a la temática). La poesía se extiende dentro y fuera de la red en festivales y recitales poéticos que van adquiriendo una popularidad insólita. Por su parte, los (ciber)poetas utilizan las redes sociales como herramienta para compartir poemas y promocionar su obra y participación en eventos literarios. El lector tiene un papel activo, puede elaborar su propia ruta de lectura y seleccionar los autores que constituyen una

suerte de canon personal. La relación entre ambas figuras es horizontal -y ya no jerárquica- gracias a las nuevas vías de comunicación que posibilitan los nuevos soportes.

Desde una perspectiva sociológica, las redes sociales han permitido que se produzca un cambio en torno a la concepción convencional de la poesía, que ha pasado de ser un género minoritario a mediático. En esta evolución ha influido notablemente la mercantilización que ha convertido la poesía en un objeto de consumo. Las editoriales son, en parte, responsables del negocio que se ha creado en torno al género. Asimismo, las nuevas figuras del poeta *influencer* y del lector *follower* son consecuencia de la lógica comunicativa que plantean las redes sociales. En este sentido, conviene distinguir entre los poetas que difunden su obra con intereses tanto literarios como económicos y los que priorizan únicamente estos últimos. Las funciones que puede adquirir un (ciber)poeta en la red son (extra)literarias, lo que dificulta la definición del concepto. Por su parte, los límites entre el lector, el seguidor y el consumidor no están determinados. En cualquier caso, sus decisiones en las redes son significativas para el reconocimiento social de un autor.

Las consideraciones de los autores entrevistados nos han permitido tener una visión más amplia del fenómeno. A partir de las respuestas obtenidas, hemos podido corroborar las informaciones recogidas en las fuentes bibliográficas y comprender, de manera más directa y personal, las relaciones entre poesía y red(es). En líneas generales, las percepciones que poseen los autores no están determinadas por su edad o grado de actividad en las redes sociales, al contrario de lo que intuíamos de manera previa al análisis empírico. Ser poetas nativos digitales, blogueros o analógicos no condiciona la visión del fenómeno estudiado. No obstante, sí que observamos, como marca la lógica, cierto grado de subjetividad en sus respuestas derivado de su experiencia en el mundo virtual.

En conclusión, las redes sociales son una herramienta que ha redefinido los límites de lo poético, dando origen a nuevas realidades en el seno de la poesía joven española. Es, con todo, un fenómeno imparable que continuará en un universo en el que cada vez será más complicado mantener al margen la literatura del (ciber)espacio. En lo que nos ocupa, el devenir del género lírico en la(s) red(es) dependerá de las posibilidades que ofrezcan los futuros soportes, la responsabilidad de los autores al respecto y el criterio de los lectores. Se auguran buenos tiempos para la lírica.

## **Bibliografía**

- Aguilar, A. (24 de julio de 2014). “La poesía estalla en las redes”. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/cultura/2014/07/21/babelia/1405960941\\_843796.html](https://elpais.com/cultura/2014/07/21/babelia/1405960941_843796.html). Consultado [05.01.2019].
- Alemaný, L. (9 de abril de 2019). “La literatura de los 'likes': cómo Instagram ha asaltado el negocio editorial”. *El Mundo*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/papel/cultura/2019/04/09/5cab711afdddf41388b4622.html>. Consultado [10.06.2019].
- Arlandis, S. (2018). “Poesía e Internet: los nuevos paradigmas del lector, del autor y del texto”. En R. Sánchez, *Nuevas poéticas y redes sociales* (págs. 81-99). Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Bagué Quílez, L. (2018). “Atrapados en la red: los mundos virtuales en la poesía española reciente”. *Kamchatka: revista de análisis cultural*, pp. 331-349. Recuperado de: <https://ojs.uv.es/index.php/kamchatka/article/view/11424>. Consultado[20.01.2018].
- Baraglia, R. (2013). “¿Dónde está la literatura?” *Luthor*, 15, vol.III. Recuperado de: <http://www.revistaluthor.com.ar/spip.php?article75>. Consultado [12.02.2019].
- Bellón, D. (2008). *Islas en la red. Anotaciones sobre poesía en el mundo digital*. Santa Cruz de Tenerife: Ediciones Idea. Recuperado de: <https://es.calameo.com/read/00002864562c31598d7e3>. Consultado [20.02.2019]
- Ber, D. (18 de diciembre de 2018). “El efecto de las redes. La poesía es un fenómeno: crecen las ventas en plena crisis editorial”. *Clarín*. Recuperado de: [https://www.clarin.com/cultura/poesia-fenomeno-crecen-ventas-plena-crisis-editorial\\_0\\_uMQPPmFIh.html](https://www.clarin.com/cultura/poesia-fenomeno-crecen-ventas-plena-crisis-editorial_0_uMQPPmFIh.html). Consultado [03.03.2019]
- \_\_\_\_\_ (12 de febrero de 2019). “El salto del papel a la virtualidad. La poesía en la era de las redes sociales: hay grupos y páginas con miles de seguidores”. *Clarín*. Recuperado de: [https://www.clarin.com/cultura/poesia-redes-sociales-grupos-paginas-miles-seguidores\\_0\\_29hk8BPeF.html](https://www.clarin.com/cultura/poesia-redes-sociales-grupos-paginas-miles-seguidores_0_29hk8BPeF.html). Consultado [25.02.2019]

- Bouso, S.; Couto-Cantero, P.; Núñez, R.; Paz, J.M (eds). (2016). *La pantalla ficticia. Literatura y tecnologías de la comunicación*. Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión.
- Caballero, L. (3 de noviembre de 2014). “¿Puede un twit ser poesía? ¿Y un 'meme'? La lírica rejuvenece en internet”. *El diario*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/hojaderouter/internet/internet-tecnologia-poesia-literatura\\_0\\_320218205.html](https://www.eldiario.es/hojaderouter/internet/internet-tecnologia-poesia-literatura_0_320218205.html). Consultado [15.03.2019].
- Cantó, P. (25 de junio de 2018). “La poesía de Instagram arrasa en librerías: ¿fenómeno literario o cursilería juvenil?”. *El Confidencial*. Recuperado de: [https://www.elconfidencial.com/cultura/2018-06-24/poesia-instagram-aumento-ventas-espana-influencers-luis-alberto-de-cuenca\\_1582344/](https://www.elconfidencial.com/cultura/2018-06-24/poesia-instagram-aumento-ventas-espana-influencers-luis-alberto-de-cuenca_1582344/). Consultado[12.03.2019].
- Corral Cañas, C. (2012). “Ciberpoetas y ciberlectores. Arquitectos del ciberespacio”.  
*Caracteres: estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 1, vol.I, pp. 11-17.
- \_\_\_\_\_ (2014). *Nuevos ámbitos de creación verbal* (Tesis doctoral). Salamanca: Universidad de Salamanca.
- \_\_\_\_\_ (2018). “Poesía española emergente en el entorno virtual”. En R. Sánchez, *Nuevas poéticas y redes sociales* (págs. 129-139). Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Cañedo, S. (23 de mayo de 2018). “Elvira Sastre: los poemas de la generación que lee en Instagram”. *Telva*. Recuperado de: <https://www.telva.com/estilo-vida/libros/2018/05/23/5b03d27f468aeb25128b458e.html>. Consultado[04.03.2019].
- Díaz-Guerra, I. (21 de diciembre de 2017). “Marwan: Las redes sociales han resucitado la poesía”. *El mundo*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/papel/cultura/2017/12/21/5a392ec6468aeb6e028b45a7.html>. Consultado [10.01.2019].

- Dorca, T. (1997). "Joven narrativa en la España de los noventa: la generación X". *Revista de estudios hispánicos*, vol.31, 2, pp. 309-326.
- Durán, P. A. (2018). "Bases ideológicas del discurso (pos)moderno. Para leer el porvenir de la poesía". En R. Sánchez, *Nuevas poéticas y redes sociales* (págs. 101-112). Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- EFE, A. (21 de diciembre de 2017). "Aganzo constata el resurgimiento de la poesía desde las redes sociales". *El diario*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/cultura/Aganzo-constata-resurgimiento-poesia-sociales\\_0\\_720928742.html](https://www.eldiario.es/cultura/Aganzo-constata-resurgimiento-poesia-sociales_0_720928742.html). Consultado [30.01.2019].
- Elkin, L. J. (24 de enero de 2017). "Irene X. Fe ciega hasta el tuétano". *Notodo*. Recuperado de: <http://www.notodo.com/irene-x-entrevista.html>.
- Escobar, S. (5 de julio de 2017). "Poesía 2.0, la nueva revolución literaria que nace en las redes". *20Minutos*. Recuperado de: <https://www.20minutos.es/noticia/3082793/0/poesia-20-nueva-revolucion-literaria/>. Consultado [26.03.2019]
- Fajardo, C. F. (2002). "Poesía y posmodernidad". *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*.
- Fernández Mallo, A. (2009). *Postpoesía. Hacia un nuevo paradigma*. Barcelona: Anagrama.
- García, I. (5 de septiembre de 2018). "La nueva poesía se hace en Instagram". *Lavanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20180905/451624101286/rupi-kaur-poesia-instagram-nuevos-poetas.html>. Consultado [06.05.2019].

García Montero, L. (2018). “Meditaciones previas sobre poetas jóvenes”. En R. Sánchez, *Nuevas poéticas y redes sociales* (págs. 13-29). Madrid: S.XXI de España Editores.

García, T. L. (5 de mayo de 2017). “Camino Román y la era de la poesía en redes sociales”. *El salto*. Recuperado de: <https://www.elsaltodiario.com/poesia/camino-roman-y-la-era-de-la-poesia-en-redes-sociales>. Consultado [10.05.2019].

González, D. (4 de febrero de 2019). “Buenos tiempos para la lírica: el fenómeno de la nueva poesía es una realidad”. *El cierre digital*. Recuperado de: <https://elcierredigital.com/deocio/933987109/poesia-fenomeno-joven.html>.

Consultado [20.05.2019].

Jiménez-Díaz, A. C. (2011). “E-tertulias, e-vanguardias, e-juglaría. La poesía que se aloja en las bitácoras españolas”. *Literatura e Internet. Nuevos textos, nuevos lectores*, pp. 263-278, Málaga: AEDILE.

Llorens, R. (18 de junio de 2016). “La nueva poesía se escribe en la red”. *La vanguardia*. Recuperado de: [www.lavanguardia.com/gente/20160618/402586006802/poetas-internet.html](http://www.lavanguardia.com/gente/20160618/402586006802/poetas-internet.html). Consultado [14.01.2019].

Lomas, F. M. (2018). “Subjetividad y humanidad en jóvenes poetas actuales. Hacia un nuevo paradigma”. En R. Sánchez, *Nuevas poéticas y redes sociales*, pp. 31-48. Madrid: Siglo XXI de España Editores.

Maldonado, L. G. (27 de enero de 2016). “Literatura 'follow': tantos seguidores tienes, tanto vales”. *El español*. Recuperado de: [https://www.lespanol.com/cultura/libros/20160126/97490295\\_0.html](https://www.lespanol.com/cultura/libros/20160126/97490295_0.html).

Consultado [08.04.2019].

- Martín, J. (17 de enero de 2017). "Internet, el paraíso de los nuevos poetas para jóvenes". *La vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/vida/20170111/413259763145/internet-el-paraíso-de-los-nuevos-poetas-para-jovenes.html>. Consultado [12.04.2019].
- Mendoza, D. (7 de octubre de 2018). "No nos llamen «Instapoetas»". *La Razón*. Recuperado de: <https://www.larazon.es/cultura/no-nos-llamen-instapoetas-HF20072511>. Consultado [08.02.2019].
- Montesa, S. (coord.) (2011). "Literatura e internet: nuevos textos, nuevos lectores". *Actas del XX Congreso de Literatura Española Contemporánea*. Málaga: AEDILE.
- Montiel, D. E. (2018). "Yo escribo porque retuiteo tu poema: el semionauta y la autoría de Ben Clark". En R. Sánchez, *Nuevas poéticas y redes sociales* (págs. 236-273). Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Mora, V. L. (2012). "Redes sociales, textovisualidad y transmedia: literatura y nuevas tecnologías". *El español en el mundo*. Instituto Cervantes. Recuperado de: [https://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario\\_12/luis/p05.html](https://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_12/luis/p05.html). Consultado [18.05.2019].
- \_\_\_\_\_ (2013). "Creación literaria y nuevas tecnologías". *El español en la era digital*. Jaca: Asociación europea de profesores de español. Recuperado de: [https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/aepe/pdf/congreso\\_48/congreso\\_48\\_06.pdf](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/aepe/pdf/congreso_48/congreso_48_06.pdf). Consultado [18.05.2019].
- Navarro, D. (5 de febrero de 2019). "El filón de la poesía milenial". *Heraldo de Aragón*. Recuperado de: <https://www.heraldo.es/noticias/ocio-cultura/2019/02/05/negocio-poesia-milenial-fenomeno-loreto-sesma-irene-marwan-1290807-1361024.html>. Consultado [10.03.2019].
- Ottati, L. (8 de enero de 2018). "La poesía se abre paso en las redes sociales". *TimeJust*. Recuperado de: <https://www.timejust.es/cultura/literatura/la-poesia-se-abre-paso-las-redes-sociales/>. Consultado [07.05.2019].
- Pascual, M. (8 de abril de 2017). "Las redes sociales, el anzuelo de la poesía para atrapar a los jóvenes". *La vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/vida/20170408/421543844735/las-redes->



- sociales-el-anzuelo-de-la-poesia-para-atrapar-a-los-jovenes.html.  
Consultado [20.03.2019].
- Pérsico, M. E. (2018). “Poetuiteros, instagramers, influencers. Algunas notas sobre las últimas tendencias de la poesía digital hispánica”. En R. Sánchez, *Nuevas poéticasy redes sociales* (págs. 141-154). Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Phillips, A. (11 de noviembre de 2018). “Lo último en poesía se llama Poetry Slam y cada día suma más seguidores”. *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/cultura/20181111/452762010197/lo-ultimo-en-poesia-se-llama-poetry-slam-y-cada-dia-suma-mas-seguidores.html>. Consultado [16.05.2019].
- Podiprint, Equipo de redacción (21 de marzo de 2018). “La nueva poesía: ¿De verdad vende tantos libros?”. *Podiprint*. Recuperado de: <https://www.podiprint.com/noticias/nueva-poesia/>. Consultado [11.03.2019].
- Queralt, R. (14 de octubre de 2018). “*Instapoetas*, el nuevo fenómeno literario que causafuror en las redes”. *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/cultura/20181014/452307530288/instapoetas-el-nuevo-fenomeno-literario-que-causa-furor-en-las-redes.html>. Consultado[23.01.2019].
- Rivero Taravillo, A. (31 de agosto de 2018). “Los escritores y las redes sociales: ¿estar o no estar?”. *Letra Global*. Recuperado de: [https://cronicaglobal.lespanol.com/letra-global/el-dossier/escritores-redes-sociales\\_162740\\_102.html](https://cronicaglobal.lespanol.com/letra-global/el-dossier/escritores-redes-sociales_162740_102.html). Consultado [09.05.2019].
- Rodríguez-Gaona, M. (2019). *La lira de las masas. Internet y la crisis de la ciudad letrada*. Madrid: Páginas de espuma.
- Rogers, S. (21 de marzo de 2019). “Instapoetas: poesía para *Millennials*”. *Vogue*. Recuperado de: <https://www.vogue.es/living/articulos/dia-mundial-de-la-poesia-instapoetas-instagram-rupi-kaur/39649>. Consultado [09.05.2019].
- Rosal Nadales, M. (2016). “La poesía en los tiempos del blog: Jóvenes poetas españolas”. *Sociocriticism* , XXXI (1), pp. 181-207. Recuperado de: <http://revistaseug.ugr.es/index.php/sociocriticism/article/view/5612>. Consultado [30.03.2019].



\_\_\_\_\_ (2018). “Poetas de ahora. La recepción, las redes”. En R. Sánchez, *Nuevas poéticas y redes sociales* (págs. 251-262). Madrid: Siglo XXI de España Editores.

Sánchez, R. (2018). “Poesía joven, mercado literario y redes sociales (o cómo tenderle una trampa a los géneros literarios)”. En R. Sánchez, *Nuevas poéticas y redes sociales* (págs. 65-79). Madrid: Siglo XXI de España Editores.

Senís, J. (2019). “Publicidad y poesía ilustrada en el nuevo ecosistema literario: un estudio en el marco de YouTube”. *Ocnos*, 18 (2),pp. 7-16. Recuperado de: [https://revista.uclm.es/index.php/ocnos/article/view/ocnos\\_2019.18.2.1779](https://revista.uclm.es/index.php/ocnos/article/view/ocnos_2019.18.2.1779).

Consultado [06.06.2019].

Valverde, A. (18 de octubre de 2018). “La nueva poesía, ¿montaje o verdad?” *El cultural*. Recuperado de: <https://elcultural.com/La-nueva-poesia-montaje-o-verdad>. Consultado [14.05.2019].

Valverde, F. (2018). “Poesía juvenil: el futuro o la muerte de la función poética (o todo lo contrario)”. En R. Sánchez, *Nuevas poéticas y redes sociales* (págs. 49-63). Madrid: Siglo XXI de España Editores.

Vega, R. (13 de febrero de 2019). “Redry y Acebes: un pulso metafórico”. *TodoLiteratura*. Recuperado de: <https://www.todoliteratura.es/noticia/50650/firma-invitada/redry-y-acebes:-un-pulso-metaforico.html>. Consultado [24.03.2019].