



Artículo

Poesía 2.0: un acercamiento político, estético y sociológico

Juan Antonio Fernández Pérez

Investigador independiente

juanantoniofp94@gmail.com

Recibido: 02/02/2019

Aceptado: 17/03/2019

Resumen:

En este trabajo, estudiaremos, desde diversos puntos de vista el reciente fenómeno poético de masas surgido en las redes sociales, al que denominaremos «poesía 2.0». Aunque oponía severa resistencia frente a la democratización exigida por el gran público, el discurso poético acicateado por las redes sociales, finalmente, ha sucumbido puesto que en las sociedades líquidas todo es susceptible de ser convertido en objeto de consumo. Son varias las preguntas que nos asaltan y que trataremos de responder: ¿qué relación existe entre poesía-internet-mercado?, ¿estamos ante un caso de poesía *best-seller*?, ¿cuáles han sido los resortes necesarios para que nazca la poesía 2.0?, ¿qué lugar ocupa esta manifestación poética en el campo literario y en el imaginario colectivo?

Palabras clave: Poesía 2.0, poesía joven, campo literario, consumismo, redes sociales, neoliberalismo.

Abstract:

In this paper, we will study the recent poetic mass phenomenon that emerged in social networks; “poetry 2.0”. Although it resisted to the democratization demanded by the public, the poetic discourse spurred by social networks has finally succumbed. Since in liquid societies everything is prone to be converted into a consumption item, there are several questions that assail us and we will try to answer them: what is the relationship between poetry-internet-market? Are we facing a case of best-selling poetry? What has been the necessary impulse for the birth of «poetry 2.0»? What place does this poetic manifestation occupy in the literary field and in the collective worldview?

Key words: Poetry 2.0, Young poetry, literary field, consumerism, social network, neoliberalism.

1. Introducción

Es algo consabido que poesía y filosofía no siempre se han dado la mano fraternalmente, pues ya sería Platón, en su Libro X de la *República*, el encargado de expulsar a los poetas de su *polis* ideal. Por ello, Domínguez Caparrós (1993) sostiene que hacia el siglo VI a. C tuvo lugar una lucha «(...) entre poetas y filósofos por ocupar el espacio del saber» (p. 31). Aunque siempre ha existido entre ambas esa «antigua querella», sin embargo, María Zambrano (2001), en *Filosofía y poesía*, trataría de señalarla y subsanarla mediante el famoso sintagma «logos poético», reconociendo que «(...) pensamiento y poesía se enfrentan con toda gravedad a lo largo de nuestra cultura» (p. 13).

Hablar de poesía joven, en nuestros días, es hablar de un hecho inédito con una partida de nacimiento virtual. Para los interesados en la cuestión, es sobradamente conocido el reciente *boom* poético¹. Un cataclismo jamás visto en el género. Las cifras son delatoras: en el ejercicio del año 2014/2015, según el informe *Comercio interior del libro en España*, la edición de poesía ascendió un 25%, frente al estancamiento del resto (novela y ensayo). Tanto es así que, a día de hoy, podríamos reconocer que hay libros de poemas *best-sellers* con 50.000 y 60.000 ejemplares vendidos (Alós, 2016). Sin que sea necesario dar nombres propios, nos hacemos una idea de qué hablamos cuando decimos «poesía 2.0»: *youtubers* con hordas de seguidores que ganan prestigiosos premios literarios; jóvenes bardos entrenados en el oficio twittero de los 140 caracteres; raperos metidos a poetas; etc. Con todo, «podemos decir que vivimos una explosión de publicaciones de poesía, como no se veía desde la época de las vanguardias y del mundo pretelevisivo» (Quinto, 2010: 200).

Desde el auge de la literatura virtual en *blog* experimentado en la primera década de nuestro siglo, se suelen señalar los años 2011/2012 (Velasco, 2017) como génesis de la poesía 2.0, la cual aún se encontraba en un estado embrionario de gestación *on-line*. Plataformas como *Twitter* y *YouTube* fueron decisivas en esta primera etapa. La famosa extensión de los 140 caracteres era ideal para acoger la estructura breve, visual y fácilmente consumible de un incipiente poema 2.0 que, so pretexto de ser micropoemas, se filtraba a la perfección en los «engranajes» que activan la maquinaria sistémica de lo líquido virtual, por usar la imagen que Benjamin (2014) empleara en su bitácora *Calle en*

sentido único.

Quizá, como afirma Diego Álvarez (2017) – director de la revista *OculaLit* – todo esto se reduce a que «si pintar fuese tan fácil, barato y ambiguo como juntar letras en el Word, estaríamos hablando de una nueva generación tremenda de pintores» (s. p.). En cualquier caso, de aquí en adelante, nos proponemos merodear, sopesar y valorar las siguientes preguntas: ¿Cuáles son, si las hubiere, las lógicas estéticas, políticas o sociológicas que sostienen de fondo este nuevo movimiento poético-comercial? ¿Qué relación hay entre poesía e internet? ¿Qué nuevos discursos está adaptando la poesía en nuestros días?

2. «La literatura no ha existido siempre»: poesía, Internet y mercado

No nos equivocamos si consideramos el fenómeno de la poesía 2.0 como otra deglución más del capitalismo tardío, puesto que no es ningún descubrimiento considerar que la literatura y el mercado han estado, y están, emparentados desde sus orígenes. Esto mismo reconoce Jenaro Talens (2008), quien comprende la literatura como un entramado de relaciones sociales e intereses pecuniarios, por lo que, a su juicio, «llevarse las manos a la cabeza porque hay negocio en nuestro campo es, cuando menos, ingenuo. Sin negocio no habría ni siquiera campo» (p. 42). De hecho, yendo más lejos, la literatura moderna es fruto directo de los mercados renacentistas. A este respecto, el profesor Juan Carlos Rodríguez (2002), sirviéndose de la noción *radical historicidad*, explica en qué medida la concepción moderna de literatura no es más que «(...) una producción discursiva creada por las sociedades burguesas occidentales desde los siglos XIV-XVI hasta hoy» (p. 42). La génesis mercantilista de las literaturas modernas, así como la construcción del llamado *inconsciente ideológico*, fue posible gracias a «la aparición de la imagen de un sujeto libre, que posee un alma igualmente libre y bella, que se autoconsidera propietario privado de su lenguaje y de sus ideas y sentimientos (...)» (Rodríguez, 2002: 42)².

Entre los siglos XV y XVI coincide el fin de la «noción de Alma-escrita-por-Dios», característica del «sujeto feudal», con el surgimiento de la «Razón humana» propia de un «sujeto libre» burgués. Luego, mientras que el «sujeto feudal», dependiente de una dialéctica siervo/señor, tan sólo era expresión de una verdad de orden divino, por el contrario, el nuevo «sujeto libre» sí que sería ya expresión de sí mismo. Este nuevo «sujeto libre» renacentista estaba reclamando, en última instancia, su poder de

movimiento social frente al antiguo determinismo medieval, que era impuesto por cuestiones de sangre y linaje³. Siguiendo al profesor Juan Carlos Rodríguez (2016), debemos tener en cuenta que la tremenda relevancia del *cogito ergo sum* cartesiano estriba en que constituye la conquista del pensamiento por parte del «sujeto libre», en la medida en que «aquello supuso todo un descubrimiento porque hasta entonces sólo pensaba Dios» (p. 103). Por consiguiente, tanto la construcción del «yo libre» burgués como su afirmación en el terreno del *logos* supuso un hecho decisivo, pues la literatura no es sino un modo «de decir “yo soy”», (Rodríguez, 2016). Fue entonces, en ese instante en que el *yo* empieza a tener voz propia, cuando empezaron a interesar las vidas y sentimientos privados, envuelto todo en un hermoso simulacro o maravillosa mentira que hizo posible el germen de lo literario. «En el XVI comenzarán a aparecer las *vidas* de los pobres, o sea, la llamada literatura picaresca, mientras que en el feudalismo sólo existen las hagiografías o los milagros de los santos (...)» (Rodríguez, 2002: 41).

Igualmente, muy cercano a la interpretación materialista de los orígenes de la literatura, Walter Benjamin (1998) defiende que la novela por entregas francesa de la *Belle Époque* surgió en el primer tercio del siglo XIX parisino, en un entorno mercantilista gestado por los «folletones de los periódicos» (p. 39). Pero esto suena ya muy lejos de lo que aquí nos ocupa. El no-lugar de Internet demanda una valoración radicalmente distinta, dado que la llamada «hipertextualidad» (Landow, 1995)⁴ despliega unas dinámicas que nada tienen que ver ni con la algarabía de los mercados tardomedievales, ni con los folletines franceses del siglo XIX. Sin embargo, pese a la distancia entre fenómenos, sí que es cierto que la lógica que el mercado impone a la literatura se mantiene intacta.

En Internet – «metáfora de una ciudad sin mapa» (Talens, 2008) –no se camina, no se sigue una linealidad, sino que más bien se boga, se merodea, se vagabundea. Internet obliga al naufragio, porque allí «nada tiene un carácter definitivo. Todo está en la cuerda floja. El espacio de la red no se transita paseando, caminando o marchando, sino *surfeando* o explorando» (Chul-Han, 2015: 63). A causa de esta sensación de deriva permanente, de desorientación virtual, la crítica alega la dificultad de discernir entre lo fundamental y lo accesorio. De ahí que, por su parte, Quinto (2010) advierta que «el acceso al material poético es ingente (...) Hay tal cantidad de información, poemas, voces...que da la sensación de que no hay nada y de que “todo vale”. No hay distinción entre el poeta *consciente* y el aficionado» (p. 199).

En aquella suerte de espacio sin tiempo, en ese aparente reino del *hibridismo* y la *heterogeneidad* que guardamos en nuestros bolsillos, todo es susceptible de tener cabida: «Textos, imágenes, vídeos, sonido...cualquier elemento se puede reducir al lenguaje binario (matriz de lo digital). El universo se reduce a combinaciones de 0 y 1. El ser y la nada» (Quinto, 2010: 194). Tal pluralismo bien nos podría recordar a lo que el profesor Quintín Racionero, a colación de la heterogeneidad posmoderna, denominó «*ontología pluralista*» (Racionero, 1999). No obstante, el globalizado «eclecticismo posmoderno» (Lyotard, 1995), en tanto que grado cero de la cultura, no es más que un espejismo pues Internet es un ejemplo inmejorable del «infierno de lo igual» (Byung Chul-Han, 2014). Dicho de otro modo, la sociedad de consumo, vehiculada por el no-lugar de la Red, ejecuta una agresiva homogeneización o *tabula rasa* sobre el Todo – singular y heterogéneo – cosificando aquello que no nació con vocación de ser objeto, hasta el punto de convertirlo en un producto unidimensional de fácil deglución; es decir, asumible, intercambiable, consumible. Sin duda, esto es equiparable a la llamada «tiranía de la novedad» (Bauman, 2017) en la medida en que «lo nuevo (...) es la quintaesencia de la consciencia falsa cuyo incansable agente es la moda. Este halo de lo nuevo se refleja, tal un espejo en otro, en el halo de lo-siempre-otra-vez-igual» (Benjamin, 1998: 186).

Dado que la mayoría de límites, divergencias y fronteras de nuestro tiempo se encuentran diluidas, por su parte, la literatura contemporánea muestra cómo las tradicionales categorías estancas (género, autor/lector, soporte) se han desdibujado. Así, el discurso poético actual, igualmente sometido a las lógicas de homogeneización del capitalismo, ha entrado en una fase de *hibridismo* la cual favorece en buena medida, valga el ejemplo, el acercamiento entre emisor y receptor. En este sentido, ya anticipó Walter Benjamin que desde las Vanguardias «la distinción entre autor y público se encuentra a punto de perder su carácter fundamental (...) El lector está en todo momento listo para convertirse en alguien que escribe» (Benjamin, 2003: 76). La vigencia de esta reflexión no podría ser mayor, ya que, actualmente, el *feedback* (emisor-receptor) que diluye los roles entre lector y escritor queda instaurado por la horizontalidad virtual, mediante las dinámicas homogeneizadoras propias del capital. Se trata de un proceso especular, según el cual el receptor virtual de un supuesto «material poético», pasa de la mera observación a la creación, de la simple expectación a la participación, esto es, deja de ser un lector pasivo para convertirse en autor activo de sus propios textos. Así, Quinto (2010) expone que «ese ha sido uno de los motores de la Red desde sus comienzos: la

desaparición del ego en aras de lo colectivo o de lo fortuito. Es extraño que eso suceda en el mundo de la poesía, que parece tener el yo como centro de gravedad» (p. 197)⁵.

De esta democrática conversión lector/escritor (esfera virtual) se dirime la presente explosión poética (esfera editorial), la cual ha sido posible debido a que el neoliberalismo, en lo referente a poesía 2.0, ha convertido al tradicional adolescente “*fan boy*” (*consumidor rentable*) en un adolescente co-creador (*productor rentable*) (Velasco, 2017). Sin embargo, aunque la poesía 2.0 es potenciada por la red, sus proyecciones ulteriores y sus réditos suelen llegar por las vías tradicionales del libro impreso. Observemos cómo, contra todo pronóstico, la acérrima libertad de Internet no ha conseguido desbancar la pátina de prestigio que siempre ha recibido el libro orgánico, ya que «éste es más sencillo de explotar comercialmente y la literatura también tiene mucho de negocio» (Quinto, 2010: 200).

El negocio de la poesía 2.0, gestado en un espacio cibercultural, ya no se sirve de la potencialidad del anterior «sujeto libre» burgués que estimuló el nacimiento de la literatura moderna, sino que, por el contrario, el actual «adolescente rentable» es un sujeto capitalizado (*animal laborans*) que se explota a sí mismo (Chul-Han, 2012: 25 y ss.)⁶. Esto es comprobable en las cuentas y redes sociales (*Twitter, Facebook, Instagram...*) que gestionan los nuevos *influencer* de la poesía, a través de las cuales proyectan a sus miles de seguidores un determinado *modus vivendi* trufado de rasgos fácilmente asignables a una idea intuitiva, cuando no rudimentaria, de lo poético: moral bohemia, hastío permanente (hueco *spleen baudeleriano*), subjetivismo melancólico, etc. En gran medida, la razón de su éxito se debe a la deliberada exaltación de la figura pública del escritor, presentado éste como un personaje hipersocial que, para los efectos, mantiene un contacto permanente con sus lectores exhibiendo su vida privada. Por lo tanto, el «sujeto libre» con movilidad social se convierte en un «sujeto producto»⁷ más cercano a la marca de ropa o al logotipo comercial que a la categoría tradicional conferida al escritor. En suma, rota ya la dialéctica amo/esclavo, hoy por hoy el «adolescente rentable» (poeta), sin horarios ni coerciones, es un «sujeto producto» autoexplotado igual que podría serlo el empresario de éxito o el autónomo. Chul-Han (2012):

La supresión de un dominio externo no conduce hacia la libertad; más bien hace que libertad y coacción coincidan. Así, el sujeto de rendimiento se abandona a la *libertad obligada* o a la libre *obligación* de maximizar el rendimiento (...). Esta es

mucho más eficaz que la explotación por otros, pues va acompañada de un sentimiento de libertad. El explotador es al mismo tiempo el explotado (p. 32).

3. Apuntes sobre estética: ¿hacia una poesía sin poética?

«Lo que se marchita de la obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica es su aura» (Benjamin, 2003: 44). Esta frase es significativa. Con ella, el pensador alemán quiso transmitir que el arte moderno, a partir de su ingreso en la sociedad de masas, había perdido su «aura», es decir, su “autenticidad”. El consumismo y la democratización cultural propician, a juicio del teórico, que la homogeneidad se instale incluso en aquello que nace con vocación de singularidad y unicidad. La obra de arte antigua, según lo enunciado por Walter Benjamin, constituía una indagación misteriosa admirada por su «valor ritual» (irrepetible/mágico/lejano), mientras que la moderna producción en serie inculca en el arte un carácter de «exhibición», que la saca fuera del «seno del ritual» (Benjamin, 2003: 52 – 57). Dentro ya del campo literario (Bourdieu, 1997), la benjaminiana destrucción de la “autenticidad” supone un primer paso hacia el surgimiento del *best-seller*. Por ello, desde aquí nos preguntamos si, a la luz de sus increíbles ventas, la poesía 2.0 guarda alguna relación con las lógicas del *best-seller*. De ser así, estaríamos ante un hito comercial que serviría para explicar cómo funciona el «campo literario» (Viñas, 2018), en tanto en cuanto se trata de un espacio tensionado por «tomas de posición artísticas» (Bourdieu, 1997: 138).

El autor de *best-sellers*, como cualquier otro, busca su «autonomía dentro del campo», por eso «ser un autor de *best-sellers* significa ocupar – de forma deliberada o no – una las posiciones previstas en el campo literario» (Viñas, 2009: 46). En cuanto a la poesía 2.0, el rasgo distintivo que la caracteriza es la mala prensa que genera entre la crítica más ortodoxa, dada la cuestionable posición que ocupa en el campo literario. No obstante, más allá las fuerzas centrífugas, rechazos o resistencias producidas por una obra, ésta comienza a formar parte del campo por el mero hecho de estar generándose. Es por esto que Bourdieu (1997) contempla que «producir efectos en él, aunque sean meras reacciones de resistencia o de exclusión, ya es existir en un campo» (p. 334). Ahora bien, sí es cierto que la excesiva democratización del «poemario 2.0» trae aparejada su inmediata devaluación. Según Viñas (2009):

El problema es que hablamos de un producto artístico, literario, y entonces la venta de miles de ejemplares va en principio asociada a una gran cantidad de lectores y este factor incide directamente en la valoración de la calidad de las lecturas porque, como han constatado muchos estudios sociológicos cuanto más se difunde una práctica artística más disminuye su valor simbólico (p. 50).

En este orden de cosas, Alessandro Baricco (2008) sentencia: «si algo se vende mucho, es que vale poco» (p. 46). Recordemos, no obstante, los casos particulares de *El Quijote* o *El nombre de la rosa*, los cuales quizá también sean *best-sellers*, pero de calidad. La mala fama suscitada por la poesía 2.0 queda de manifiesto en las recientes declaraciones en prensa de Unai Velasco (2017). Por norma, se suelen aducir como principales críticas la devaluación literaria y una notoria depauperación estética. De tal forma, las palabras del poeta translucen esta *doxa* tan generalizada dentro del gremio literario. Velasco (2017):

Se trata de textos (autobiográficos o no) de carácter confesional en los que predomina la temática amorosa expresada desde la efusión sentimental, en una horquilla que va de la cursilería aterciopelada a la procacidad sexual. La composición de la mayoría de los poemas obedece a un esquema sencillo: la yuxtaposición de estados de ánimo, desprovista de configuración métrica, puntuada ocasionalmente por rimas cacofónicas. (...) Elaborada desde la ingenuidad o el cálculo, el caso es que esta poesía propone una idea del poema que no se corresponde con lo que los lectores habituales están acostumbrados a leer, sino con los esquemáticos valores "poéticos" presentes en nuestro imaginario colectivo (s. p.).

El severo análisis de Unai Velasco es sintomático. Aquí interesa subrayar, sobre todo, tres aspectos: «efusión sentimental», «sencilismo» y «perpetuación de valores "poéticos" del imaginario colectivo». Estas características son suficientes para establecer que la poesía 2.0 consigna una suerte de «estética de lo superfluo» o de la «ligereza», por cuanto se trata de un discurso hueco que aglutina los rasgos más epidérmicos del género poético. Desprovisto de verdadero contenido lírico, el poema 2.0 representa una radicalización de la forma (uso indiscriminado de la tecla Intro en tanto que herramienta de versificación o tautológico empleo del paralelismo) y, por ello, se agota en sí mismo, dado que ninguna estructura jamás fue creada para quedar vacía. No olvidemos, a este respecto, que «la vida líquida es una vida devoradora» (Bauman, 2017: 18 - 19) que vacía

de valor propio los objetos que se encuentra a su paso. Siendo así, los libros de poemas 2.0 se convierten en un «bien de consumo» fácil, que está disponible para «(...) su uso inmediato y para ofrecer una satisfacción instantánea (...)» (Bauman, 2017: 120).

Mientras que la forma es una simple adecuación intuitiva, en lo referente al contenido, la poesía 2.0 es un sucedáneo de la expresividad que el Romanticismo decimonónico confirió al género. El «carácter confesional», la «efusión sentimental» y la «cursilería», señalados por Unai Velasco (2017), revelan una *hipertrofia* del componente expresivo/subjetivo. Esto demuestra que nuestro imaginario colectivo sigue siendo heredero de una concepción romántica de la poesía, entendida como “desahogo del alma” o “exaltación del yo”, tal y como explicara Pozuelo Yvancos (2009)⁸. Por tanto, en un ejercicio próximo al «biografismo», este *boom* superventas, más que facilitar, entorpece la tarea de esclarecer la definición de poesía, alejándola del merecido estatuto ficcional que le corresponde⁹.

A decir verdad, este fenómeno podría pasar por ser “poesía” porque trabaja con el lenguaje y se trata de un acto comunicativo emitido desde un yo, pero, por lo demás, la poesía 2.0 constituye un discurso vacío, que se autolegitima en el imaginario colectivo, apropiándose de los rasgos más básicos del género. En suma, cabe plantear una última reflexión: Giulio Carlo (2010) sostiene a tenor del arte contemporáneo que se trata de «un *arte sin estética*» (p. 14), ahora bien, ¿estamos, en lo relativo a la poesía 2.0, ante una «*poesía sin poética*» (poesía vacía-de-sí-misma)? En otras palabras, habida cuenta de que la literatura es una reescritura de textos pasados, ¿en qué medida la poesía 2.0 conforma un producto, epítome de la lógica neoliberal, que nos dice: “la *tradición* no existe, todo es ya un presente tendiente hacia un futuro irremediable”?¹⁰.

4. Poesía virtual: la exaltación del «ser vistos»

El poeta y estudioso Jan Baetens tiene claras cuáles son las preguntas que han de formularse a la poesía en la era de la cibercultura. Baetens (2008):

Lo que se ha de examinar es el modo en que el terreno de la escritura poética se ha visto afectado, y, por qué no, revolucionado, por la transición global hacia la cibercultura. La digitalización invade o abarca hoy en día a todos los tipos de poesía y, por supuesto, ése es el fenómeno sobre el que hay que interrogarse (p. 251).

Aunque son variados los interrogantes que plantea la pareja de términos poesía y ciberespacio, aquí nos centraremos brevemente en el que consideramos más inmediato: la «hiperexposición» virtual. Desde las bochornosas reyertas del Congreso de los Diputados, pasando por el *Big Brother* de Orwell, hasta llegar al popular *beef* entre raperos, todo apunta a que habitamos en lo que Guy Debord (2015) llamase la Sociedad del espectáculo o «monopolio de las apariencias». En nuestro tiempo, las huellas más tangibles de lo espectacular podemos apreciarlas, por un lado, en el *Big Brother* digital (Chul-Han, 2017), el cual nos seduce para que mostremos por voluntad propia nuestra vida cotidiana con extrema desnudez y, por otro, en el culto ciego a la “imagen”, que nos eleva a la categoría de *homo videns* (Sartori, 2017). No ajenas a este profundo cambio de signo cultural, literatura y poesía, como producciones humanas que son, también se ven influenciadas por el espectáculo.

El arte y, más concretamente, la poesía contemporánea, hija de la cibercultura, se caracteriza por su marcada inclinación hacia la oralidad, a la teatralidad y a la *performatividad*. Piénsese, por ejemplo, en el formato *slam poetry* o *spoken words*, donde el poema se escribe, *ex profeso*, para ser declamado e, incluso, interpretado (Baetens, 2008, pp. 251-253). Para el caso específico de la poesía 2.0, la manifestación última del espectáculo estriba en la categoría del *vídeo-poema* –comprendido como reciente forma de discurso poético digital – grabado en el ámbito de lo privado (habitación) a fin de ser divulgado mediante plataformas como *YouTube*. De ahí que Baetens (2008) sostenga que «hoy en día, se espera de un poeta que haga performances (...) aún más, se supone que esas *performances* documentadas son explotadas, transformadas, continuadas en otros medios» (p. 255).

El auge espectacular de la poesía es consecuencia directa de la exaltación-por-ser-vistos, que rige las sociedades contemporáneas. Con la llegada de la Red, no siendo suficiente el benjaminiano «valor de exhibición» del arte moderno, la figura pública del escritor queda igualmente afectada por la neurosis de la «hiperexposición», la cual es vehiculada por un mandato categórico: “aquello que no es visto, no existe”. Con otras palabras, Chul-Han (2015) escribe: «La instantaneidad se convierte en pasión. Todo lo que no se puede hacer presente no existe» (p. 61 - 62). De ello se deriva que el poeta 2.0, nativo digital, violento y subvertido hasta su extremo la faceta pública del escritor a través de sus cuentas de red social.

Entrando en materia, además de su materialización ulterior en la forma de discurso *vídeo-poema*, el aspecto más interesante de las relaciones poesía / espectáculo lo hallamos en la tematización romantizada y sentimentalista que muestran, casi por norma, estas manifestaciones audiovisuales parapoéticas. En primera instancia, ya explicaría Juan Carlos Rodríguez (2002) que la noción de amor es un invento burgués del siglo XVI que pone en funcionamiento las dinámicas sociales que conforman nuestro inconsciente ideológico (cortejo, tópicos, galanteo, etc.). Ahora bien, el inconsciente del amor cristaliza con las teorías del espiritualismo romántico alemán: Rousseau, Kant, Croce y Hegel (Salvador y Rodríguez, 2005).

Fue entonces, cuando la moral pequeño-burguesa alumbró un término para denominar la expresión humana del espíritu: la «sensibilidad». Así, fue Kant quien decretó que «existe una especie de facultad innata en el individuo llamada sensibilidad, que expresaría incluso el modo más directo que tiene de revelarse la “Verdad íntima” de ese individuo» (Salvador y Rodríguez, 2005: 133). Verdad íntima que encuentra su canalización por medio del *llanto* o las *lágrimas*, valores arquetípicos dentro de la mentalidad pequeño-burguesa, que representarían la manifestación más extrema de la «sensibilidad». Una vez ya en el ámbito literario, esto se aprecia en la denominada «estructura melodramática»¹¹. Dicha estructura, fácilmente reconocible en los *vídeo-poemas*, sirve para «hacer de correa transmisora entre los valores de las clases dominantes y el inconsciente de las clases dominadas» (Salvador y Rodríguez, 2005, p. 136). La universal noción de *sensibilidad*, entendida como elemento inherente a todo ser humano, acortará la distancia entre una clase y la otra. En esta línea, bajo una aparente inocencia – aparente en tanto que no existe «ningún tipo de producción literaria que sea inocente» (Salvador y Rodríguez, 2005: 136) el *vídeo-poema* acostumbra a enmascarar un discurso de opresión (amor tóxico, machismo, discriminación) – velado bajo el ideal del amor modélico, que orquesta y dispone toda suerte de tópicos románticos: «sin ti no soy nada», «dinámica recuerdo-olvido», «presencia-ausencia», etc. Surge ahora la pregunta: ¿por qué el espectador no consigue descodificar este mensaje oculto? Posiblemente se deba a que el lector/espectador, consciente del contenido típico del *vídeo-poema*, se predispone sobremanera a la *catarsis* final, quedando todo diluido, desdibujado y empañado por todo aquello que arrastran consigo los ríos de lágrimas¹².

Naturalmente, el *vídeo-poema* ha sido alentado por la reciente «(...) necesidad de

apoderarse del objeto en su más próxima cercanía (...)» (Benjamin, 2003: 47). La cercanía, por tanto, es eliminada una vez que el *vídeo-poema* anida en el más radical espacio de lo privado, la habitación, cumpliendo la promesa del *voyerismo*, según la cual «cada uno es el panóptico de sí mismo» (Chul Han, 2017). Ciertamente es que, «desde la perspectiva de su significatividad cultural, el arte se fija en su carácter de acontecimiento» (Chul-Han, 2015: 82), sin embargo, la condición oral/teatral del *vídeo-poema*, muy cercana al *happening* y a la *performance*, además de despojar a la lectura poética de su demora meditativa y reflexiva, éste ejecuta un peligroso acercamiento al terreno del ocio fugaz y efímero.

Lo explicaremos de otro modo. Frente al clásico Tiempo del Mito (circular) y frente al Moderno tiempo del Progreso (teleológico), desde la teoría se afirma que vivimos un incipiente «tiempo *desnarrativizado*» o «tiempo discontinuo» (Chul Han, 2015). Se trata de un tiempo sin tensión, cuya característica principal son los reiterados despuntes de novedad, entre los cuales sólo hay vacío y aburrimiento¹³. En un intento por disminuir los intervalos de vacío se maximiza el acopio de *novedades*, esto es, «se produce una aceleración cada vez más histérica de la sucesión de acontecimientos o fragmentos, que se extiende a todos los ámbitos de la vida» (Chul-Han, 2015: 37). De este modo, el *vídeo-poema* queda reducido, en última instancia, a la hiperactiva búsqueda del espectador que, víctima del tedio y del vacío, reclama su fugaz dosis de novedad. Ahora bien, fijémonos en que el receptor del *vídeo-poema* ya no es *lector*, sino *espectador*. El lenguaje no es inocente. Esta conversión terminológica, sin duda, es síntoma del palmario carácter oral y espectacular, que presentan las nuevas formas de poesía 2.0. Sin embargo, no olvidemos que, tal y como dijera Emilio Lledó: «la escritura sin el lector es cosa, objeto inexpresivo, realidad sin substancia» (Lledó, 1999: 157).

5. Conclusiones: preguntas e incógnitas futuras

Teniendo en cuenta todo lo anterior, podemos arribar a las siguientes conclusiones. En primer lugar, cabría afirmar que el «sujeto libre» renacentista (escritor) ha derivado en un «sujeto autoexplotado» (escritor digital / poeta 2.0) que se ve atrapado, cuando no sometido, por el espejismo de su extrema libertad. Asimismo, aquel originario interés que, hacia el siglo XVI, despertaron los sentimientos privados del *yo* (Rodríguez, 2002) deviene, hoy día, en una exaltada atención a la esfera vital más íntima del poeta 2.0, quien – dada su común condición de nativo digital y amén del hipermediatizado orden de

cosas actual – exhibe y radicaliza la figura clásica del escritor, haciendo de ésta un producto o ente que se mantiene en contacto ininterrumpido con su público lector.

En segundo lugar, parémonos a pensar en cómo la participación de la poesía 2.0 dentro de un determinado circuito literario desencadena una serie de significaciones en el *imaginario colectivo*. La coexistencia, por ejemplo, de Homero y Defreds en el mismo anaquel de una librería ejecuta una determinada legitimación, esto es, da crédito y validez al segundo en la medida en que se produce una compartición de un mismo espacio. Para el lector medio – ajeno a la poesía – tal encuentro de voces establecerá lazos de relación entre ambas (tradición y vanguardia), cristalizando así una definición amplia del género poético, que abrace la poesía 2.0 y que, a la postre, la integre en el imaginario colectivo.

En tercer lugar, el poemario 2.0, vacío como dijéramos de un verdadero contenido literario, se nos muestra únicamente como un *producto* sostenido en base al rédito económico que general¹⁴. Por ende, la estética y la calidad literarias son valores periclitados en favor de otros como la cifra, el impacto y el beneficio. La «*reproducción en masa*» del arte es cosa del pasado, el presente es impulsado por el «*consumo en masa*» (Bauman, 2017). Así, pasamos del arte como manufactura, al arte como objeto, de la artesanía al producto. Para la «*vida líquida*», en palabras de Bauman (2017), todo es susceptible de ser consumido, esto es, mercantilizado, como si todo fuera capaz de «(...) legitimarse en términos de valor de mercado (...) o morir» (p. 82). Por otra parte, el libro de poemas 2.0 tan sólo es merecedor de emparentarse con la lírica en tanto que agrupa ciertos rasgos intuitivos, básicos y rudimentarios del género. Sin embargo, al tiempo que aglutina tales elementos identificativos, también contribuye a perpetuar los principales *apriorismos* heredados del Romanticismo, los cuales impiden que el género poético tome distancias de la tradicional definición que lo condiciona y lo limita al ámbito de lo meramente «emocional» (Pozuelo Yvancos, 2009).

Por último, a la luz del reiterado apoyo en la pirueta emotiva (apelación al *pathos*) del que se sirven tanto la poesía 2.0 como su sucedáneo el *video-poema*, bien podemos aducir que asistimos a un proceso de mercantilización de la tristeza. Sin embargo, lejos de ser un estado de ánimo que ofrezca resistencia ante la positividad dominante (Chul-Han, 2012), la melancolía o la tristeza han sido absorbidas por las lógicas del capital,

despojándolas de su poder subversivo. En cualquier caso, esta capitalización de lo privado no ha de sorprendernos, pues bien es sabido que recientemente «el mercado se introduce en áreas de la vida que se habían mantenido fuera del dominio de los intercambios monetarios (...)» (Bauman, 2017: 119). Tanto es así que ha llegado a hablarse de «capitalismo afectivo», en un intento por explicar y cuestionar la rentabilización parasitaria que los *mass media* extraen, ya no sólo de la propia fuerza laboral del sujeto, sino sobre todo de sus dinámicas sociales y afectivas (*modus vivendi*) en el universo virtual:

la forma hegemónica de producción económica sería hoy la definida por una síntesis de afectividad y cibernética. Es más, el nuevo contexto biopolítico generado no sería sino un campo de relaciones productivas entre afectividad y valor (Martín Prada, 2011: 33).

En definitiva, el modo más acertado de cerrar este trabajo quizá sea dejarlo abierto, ya que no acaba aquí su estudio. Queda, por tanto, el debate en torno a la poesía 2.0 parcialmente detenido, en suspenso, entornado; a la espera de que se respondan más pormenorizadamente ciertas preguntas las cuales alumbren futuras sendas que transitar; a saber: ¿representa este tipo de poesía una de las últimas conquistas de la sociedad de consumo?, ¿conseguirá introducirla el mercado en el canon literario futuro?, ¿en qué medida se esconde un discurso de poder tras unos valores idealizados?, ¿se trata tan sólo, en última instancia, de una broma de mal gusto, una carcajada o un bostezo que retumba entre las paredes de la hermosa mentira que siempre fue la literatura?

BIBLIOGRAFÍA

Alós, E. (2016, noviembre 15). Poesía best-seller. En *El Periódico*, sin paginar.
Recuperado desde:

<https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20161115/poesia-joven-best-seller-5630793>
(Consulta: 07/03/19).

Álvarez, D. (2017, enero 12). Tras el boom de los nuevos poetas, llega la poesía. En

OcultalLit, sin paginar. Recuperado desde:

<https://www.ocultalit.com/opinion/poesia-nuevos-poetas/> (Consulta: 07/05/18).

Baetens, J. (2008). Poesía electrónica: entre la imagen y la performance. Un análisis cultural. En V. Tortosa (Ed.), *Escrituras digitales: tecnologías de la creación en la era digital* (pp. 37-49). Alicante: Publicaciones Universidad de Alicante.

Baricco, A. (2008), *Los bárbaros*. Barcelona: Anagrama.

Bauman, Z. (2017). *Vida líquida*. Barcelona: Paidós.

Benjamin, W. (1998). *Poesía y capitalismo. Iluminaciones II*. Madrid. Taurus.

___ (2003). *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica*. México: Editorial Ítaca.

___ (2014). *Calle en sentido único*. España: Akal.

Bourdieu, P. (1997). *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.

Chul-Han, B. (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder

___ (2014). *La agonía del Eros*. Barcelona: Herder.

___ (2015). *El aroma del tiempo. Un ensayo filosófico sobre el arte de demorarse*. Barcelona: Herder.

___ (2017). *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder

Debord, G. (2015). *La sociedad del espectáculo*. Valencia, España: Pre-textos.

Domínguez Caparrós, J. (1993). *Orígenes del discurso crítico. Teorías antiguas y medievales sobre la interpretación*. Madrid: Gredos.

González Maestro, J. (1997). *Introducción a la Teoría de la Literatura*. Vigo, España: Universidad de Vigo.

Landow, G. (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la*

tecnología. Barcelona: Paidós

Lledó, E. (1999). *El silencio de la escritura*. Madrid: Espasa Calpe.

Lyotard, F. (1995). *La posmodernidad (explicada a los niños)*. Barcelona: Gedisa

Martín Prada, J. (2011). ¿Capitalismo afectivo? En *Exit Book: revista de libros de arte y cultura visual*, 15, 32-37.

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015). *Comercio Interior del libro en España*. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España.

Pozuelo Yvancos, J. M. (1997). Lírica y ficción. En A. Garrido (Ed.). *Teorías de la ficción literaria* (pp. 241-268). Madrid: Arco Libros.

____ (2009). *Poéticas de poetas. Teoría, crítica y poesía*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.

Quinto, R. (2010). La poesía después de Internet. En L. Bagué y A. Santamaría (Eds.). (2013), *Malos tiempos para la épica: última poesía española (2001 – 2012)* (pp. 193-206). Madrid: Visor.

Racionero, Q. (1999). No después sino distinto. Notas para un debate sobre ciencia moderna y postmoderna. En *Revista de filosofía*, 21, 113-155. Madrid: Universidad Complutense.

Rodríguez, J. C. (2002). *De qué hablamos cuando hablamos de literatura*. Granada: Editorial Comares

____ (2016). *Pensar la literatura. Entrevistas y bibliografía (1961 – 2016)*. Granada: Asociación ICILE.

Salvador, Á. y Rodríguez, J. C. (2005). *Introducción al estudio de la literatura hispanoamericana. Las literaturas criollas de la independencia a la revolución*. Madrid: Akal.

Sartori, G. (2017). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Barcelona: Taurus.

Talens, J. (2008). Cultura, poesía y política en la era digital. En V. Tortosa (Ed.), *Escrituras*

digitales: tecnologías de la creación en la era digital (pp. 37-49). Alicante: Publicaciones Universidad de Alicante

Velasco, U. (2017, Enero 11). 50 kilos de adolescencia, 200 gramos de Internet (I). En *CTXT. Contexto y acción*, sin paginar. Recuperado desde: <http://ctxt.es/es/20170111/Culturas/10522/nueva-poesia-jovenes-poetas-Internet-redes-sociales-fen%C3%B3meno-comercial.htm>(Consultado: 09/03/2019)

Viñas, D. (2009). *El enigma best-seller. Fenómenos extraños en el campo literario*. Barcelona: Ariel.

___ (2018, Enero). Algunas reflexiones sobre el fenómeno best-seller. En *El cuaderno. Cuaderno digital de cultura*, sin paginar. Recuperado desde: <https://elcuadernodigital.com/2018/01/16/algunas-reflexiones-sobre-el-fenomeno-best-seller/> (Consultado: 09/03/2019)

Zambrano, M. (2001). *Filosofía y poesía*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

¹ Consúltense, a este respecto los artículos: Alós (2016), “Poesía Best-seller” <http://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20161115/poesia-joven-best-seller-5630793>; Álvarez Miguel (2017), “Tras el boom de los nuevos poetas llega la poesía” <http://www.ocultalit.com/opinion/poesia-nuevos-poetas/>; Escobar (2017), “Poesía 2.0, la nueva revolución literaria que surge en las redes” <https://www.20minutos.es/noticia/3082793/0/poesia-20-nueva-revolucion-literaria/>; Velasco (2017), “50 kilos de adolescencia, 50 gramos de internet”.

<http://ctxt.es/es/20170111/Culturas/10522/nueva-poesia-jovenes-poetas-Internet-redes-sociales-fen%C3%B3meno-comercial.htm>

² Seguimos para este punto, sobre todo, las teorías desarrolladas por Juan Carlos Rodríguez; consúltense más concretamente los capítulos «III. Literatura e ideología: Historicidad (1)» y «IV. Historicidad (2)» (Rodríguez, 2002).

³ Esta dicotomía se conoce como el enfrentamiento entre *organicismo* (feudal) y *animismo* (burgués) (Rodríguez, 2002).

⁴ Para la noción de «hipertexto», consúltense el ya clásico estudio de Georges Landow (1995), *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*.

⁵ Esto mismo es lo que sucede habitualmente en redes como *Twitter*.

⁶ «Al nuevo tipo de hombre, indefenso y desprotegido frente al exceso de positividad, le falta toda soberanía. El hombre depresivo es aquel *animal laborans* que se explota a sí mismo, a saber: voluntariamente, sin coacción externa. Él es, al mismo tiempo, verdugo y víctima» (Chul Han, 2012: 30)

⁷ Bauman (2017) explica el paso de la fase de reproducción (Revolución Industrial) a la fase del consumo

⁸ «(...) lo modal se ha contaminado con frecuencia de la función expresiva, en parte por la vinculación del esquema triádico a las formas personales y a las funciones del lenguaje» (Pozuelo, 2009: 25), no logrando desvincular el yo textual del yo biográfico.

⁹ Acerca del estatuto ficcional de la lírica han sido dadas concisas explicaciones por José María Pozuelo Yvancos, en su artículo «Lírica y ficción», que se encuentra citado en la bibliografía.

¹⁰ Por extenso, González Maestro (1997) explica que «la Poética comprende un conjunto de orientaciones metodológicas que surgen con el nacimiento del pensamiento europeo, y que son desarrolladas inicialmente por Aristóteles en el tratado del mismo título (...)» (pp. 29 - 30)

¹¹ El término «estructura melodramática» (Salvador y Rodríguez, 2005) fue empleado para analizar la *novela sentimental*, pero aquí nosotros lo aplicaremos en el análisis del formato *video-poema*, ya que las similitudes discursivas entre éste y aquella son notorias.

¹² Sirva de ejemplo el vídeo-poema de Loreto Sesma, “Balas”: <https://www.youtube.com/watch?v=FkgmLAKScu8>

¹³ Al contrario que en el Tiempo Mítico (pasado como imagen) y el Tiempo histórico (línea hacia el futuro), que presentaban continuidad narrativa, el tiempo atomizado falsea y desdibuja la tensión narrativa.

¹⁴ Aunque no es la tarea que aquí nos ocupa, sin embargo, sí que debemos señalar la pertinencia de futuros trabajos que abordaran (de haberlo) el tratamiento y diálogo que mantiene la poesía 2.0 con la tradición literaria.