

MARTÍN RODRÍGUEZ-GAONA, *La lira de las masas. Internet y la crisis de la ciudad letrada: una aproximación a la poesía de los nativos digitales*, Madrid, Páginas de Espuma, 2019, ISBN: 978-84-8393-256-8, 210 pp.

Nacido en Lima en 1969, pero afincado en España, Martín Rodríguez-Gaona es poeta, con varios poemarios publicados hasta la fecha. También es ensayista. Y traductor. Y editor. O sea, hace lo normal de este gremio nuestro, que es la profesión literaria: va sacando libros, a ver si alguno cuele, y, si eso, a ver si alguno vende. Lo sorprendente es que Rodríguez-Gaona haya conseguido rascar algo, porque, siendo sinceros, aquí, para ganar dinero, hay que dar un pelotazo, que bien puede ser un *best-seller* histórico/policíaco, o bien una o varias novelas geniales que, a la vez, gustan a todo quisqui, en plan Almudena Grandes. En cualquier caso, narrativa. La poesía y el ensayo no suelen alcanzar este nivel de éxito. Pero ahí está Rodríguez-Gaona, que en 2019 se saca de la manga un ensayo de poesía, pura voltereta de trapequista, ensayo y poesía a la vez, ¡toma ya!, y se convierte en un fenómeno editorial: la poesía del gran público y la cosa de Internet, o *La lira de las masas*, que es el juego posmoderno de la *lirica* y las *musas*. Publicado por Páginas de Espuma —una editorial deliciosa, desde el nombre propio hasta lo cuidado de sus maquetaciones—, el libro, encima, ganó el X Premio de Málaga de Ensayo.

Para alcanzar una fama así, el truco está, sin duda, en el tópico de nuestra sociedad cainita: que enciende el panorama literario, mosqueando y entusiasmando a partes iguales. *El País*, incluso, le dedicó un artículo, con un titular que lo dice todo, como un programa de radio de Orson Welles: «La guerra de los jóvenes» (2 de mayo de 2019). Resumiendo la opinión de aquel periodista, Jesús Ruiz Mantilla, el libro de Rodríguez-Gaona es un endemoniado *Juego de tronos*: la poesía de papel, por un lado, y, por otro, la poesía de pantalla y pandereta, líquida como Bauman por las redes sociales, ambas a cara quemada de perro, en pos de la victoria en la batalla del campo de poder de la literatura.

Nada de esto, empero, viene de la nada. En 2010, Rodríguez-Gaona había publicado en la editorial Caballo de Troya *Mejorando lo presente. Poesía española última: posmodernidad, humanismo y redes*. El título mismo muestra que ya estaba ahí el tema de *La lira de las masas. Internet y la crisis de la ciudad letrada: una aproximación a la poesía de los nativos digitales*. Rodríguez-Gaona no es, por descontado, pionero en el análisis de la literatura digital, de la que hay bibliografía abundante, con el paradigma fundamental de la Electronic Literature Organization, fundada en Chicago en 1999. Claro que tampoco es que Rodríguez-Gaona hable de la literatura digital en general, sino solo de la poesía y solo en su vertiente de redes sociales, que es la más candente, por el rollo de Twitter, Instagram y compañía. Por último, tampoco es pionero Rodríguez-Gaona en el análisis de esta poesía. Sin embargo, sus dos estudios se han convertido en un referente esencial para la comprensión e investigación de esta cuestión en España, precisamente porque la ha abordado en profundidad, con sistematicidad y con recurrencia desde hace años, y con una buena capacidad para discernir y valorar sus hechos y características. Además, puede que la clave de su éxito radique en que es un estudio útil para la academia, pero sin los corsés propios de ese ambiente, porque está escrito en un formato ensayístico, que carece de un pesado aparato crítico —aunque es evidente que Rodríguez-Gaona lo conoce bien— y con un lenguaje

accesible, que cualquier persona puede leer y disfrutar. Se trata, pues, de un análisis entre erudito y divulgativo, a la manera de Vicente Luis Mora, otro verso suelto de la profesión literaria, que también es capaz de sobresalir editorialmente, gracias a libros de temática parecida e igualmente interesantes, como *El lectoespectador. Deslizamientos entre literatura e imagen* (Seix Barral, 2012).

Dejando de lado las diferencias necesarias que se derivan de la actualización del panorama poético por el transcurso de casi diez años, hay un punto de vista que separa el primer libro de Rodríguez-Gaona del segundo. En 2010, *Mejorando lo presente* contenía una actitud optimista ante las posibilidades que ofrecían las nuevas tecnologías y, en concreto, las redes sociales para la renovación de la poesía, estancada por la llamada ciudad letrada, es decir, lo que Bourdieu describió como un campo de poder, que, con sus autores y circuitos consolidados —editoriales, premios, etc.—, determina la naturaleza y el valor de la literatura. Para Rodríguez-Gaona, la ciudad letrada a principios del siglo XXI estaba tan apoltronada en España, que impedía el desarrollo de la literatura: con el único apoyo a los autores establecidos y en busca solo del aumento de los beneficios de las editoriales existentes, se expulsaba a las nuevas generaciones. Por eso, estas se echaron en brazos de las redes sociales: porque, gracias a la flexibilidad, facilidad y bajo coste de su uso, constituían una excelente plataforma para dar a conocer su obra, esquivando las trabas del campo de poder. Sin embargo, en *La lira de las masas* de 2019, Rodríguez-Gaona se queja de que, pese a sus comienzos prometedores, los nativos digitales han desarrollado una lírica de masas de dudosa calidad, e, incluso, de dudosa naturaleza poética.

Hay una detalle que Rodríguez-Gaona no dice en *La lira de las masas*, porque el libro es anterior a todo el jaleo que se vino encima con la pandemia del coronavirus y el confinamiento de 2020: que la idea de *nativos digitales* es una patochada, porque, sí, mucha intuición con los *selfies* y los *stories* en la playa, o con cambiar de aplicación con las yemas de los dedos, o con colgar memes en el aire digital, como quien grita lleno de mayúsculas y emoticonos, pero llega una crisis sanitaria, se teleimpone el estudio a distancia, y no hay quien sepa cómo funciona un procesador de textos, ni falta quien te meta todo un email en el hueco del asunto, ¡qué cruz! Pero, bueno, al grano: en *La lira de las masas*, Rodríguez-Gaona describe los textos que se transmiten como (presunta) poesía a través de los *tiktoses* de Internet, y propone que se trata de una cosa muy tardoadolescente, narcisista y consumista. Dicho en lenguaje de Gilles Lipovetsky: que es algo vacío, ligero y post-posmoderno. Pospoesía pura, por explicarlo con una reformulación de Guillén y agenciándome un término que le he escuchado por los pasillos a un exdecano/amiguete de la UNED.

Para entenderlo, valga un repaso —aunque sea reduccionista— por los contenidos de *La lira de las masas*. La juventud de hoy actúa, vive y siente como eterna adolescente hasta la veintena e, incluso, la treintena. Las redes sociales son el espacio ideal para ello, como una nueva vuelta de tuerca del narcisismo posmoderno: se pasa de la intimidad individual de antaño a la eximidad, «la experiencia comunal y la articulación de un ‘nosotros’» (pp. 75-77), en la que el centro de gravitación es la exaltación de los sentimientos particulares de manera colectiva. Además, las redes facilitan un «consumo interactivo» (pp. 38-41), o *prosumición*: el individuo (tardo)adolescente se expone a sí mismo, mediante productos comunicativos (mensajes, imágenes, audios...), pero a la vez es consumidor de lo que otros

individuos comparten, en un círculo ¿vicioso/virtuoso? de consumo, imitación y (re)producción. Dentro de esta lógica, *influencer* es quien alcanza la celebridad (reformulación del *star system* de Hollywood), logrando que sus productos comunicativos sean los más *prosumidos*.

Siguiendo esta sociología, Rodríguez-Gaona sugiere que hoy se presenta «El poeta como personaje célebre, *influencer* y gestor de comunidades» (pp. 50-54) y queda «La escritura de una juventud neorromántica, popular e interactiva» (pp. 100-102). Es decir: «El estilo hoy, como nunca antes, es la personalidad (pero, *joder*, que contenga multitudes)» (pp. 106-109). También la poesía es *prosumición*, difuminándose la frontera de lo poético, porque todos los productos comunicativos se consumen, imitan y (re)producen indistintamente: el poeta de redes sociales *prosume* poemas, como frases ingeniosas, chistes, memes, ansiando ampliar el número de *likes*, pero también como eslóganes publicitarios. Desde un punto de vista formal, un poema de redes sociales es breve (de ahí el concepto de *tuitpoesía*, por asunción del límite de caracteres de Twitter) y se mezcla con imagen y sonido, como prácticamente cualquier otro producto de Internet, o como cualquier anuncio comercial. De hecho, el poeta de redes sociales a menudo trabaja como «*branding* corporativo»: la gestión de su perfil de poeta *online* como una marca personal (pp. 115-118).

No en balde, el concepto de *prosumición* proviene de la economía de mercado posindustrial, como IKEA, con su logrado modelo de que el cliente se compre el mueble y él solo se lo monte en casa (consumo y producción a la vez), lo que permite que la empresa aumente sus beneficios. En este sentido, resulta llamativo que la poesía de redes sociales, que nació para esquivar las trabas de la ciudad letrada, termine por reintegrarse en los engranajes más comerciales de la misma, absorbida por las grandes editoriales y convertida en un negocio rentable: deja de lado el mundo digital, donde el producto se distribuye gratis, y abraza el papel, que puede venderse. «Un ejemplo de la fase final de este proceso sería el I Premio Espasa de Poesía, que en 2018 otorgó veinte mil euros a Irene X, una de las poetas *youtubers* más exitosas» (p. 48). De manera parecida, los poetas, «gracias a la autogestión», sobrepasan el éxito de las «firmas otrora más rentables» y exitosas de su época, representativas de la ciudad letrada, «como Luis García Montero e incluso acercándose en ventas a Joaquín Sabina, con quienes poetas como Elvira Sastre o Escandar Algeet guardan similitudes de tono, pudiendo ser considerados como una ‘Poesía de la Experiencia 2.0’» (p. 86). A la vez, se produce una alianza de beneficio mutuo: «Elvira Sastre homenajea a Luis García Montero musicalizando el poema ‘Aunque tú no lo sepas’ y lo transforma en un contenido viral. Y este giro hacia el *establishment* y lo canónico (conveniente para ambas partes) puede suponer aspectos positivos pues, paradójicamente, cuando un libro parece perder importancia como formato, recupera súbitamente presencia: el éxito de los *prosumidores* transmediales en un inicio revitaliza a una alicaída industria editorial (de allí que autores consolidados, como Benjamín Prado, busquen acercarse al fenómeno)» (p. 95).

Todas estas afirmaciones explican el revuelo generado por *La lira de las masas* en el mundo de la literatura. Habrá quienes, con una visión conservadora de la misma, consideren que *esto* de la poesía en redes sociales es una tomadura de pelo, y se congratulen, por tanto, de los argumentos con los que la ataca Rodríguez-Gaona. En cambio, habrá a quienes estos ataques les parezca que están anclados en el pasado y son prejuiciosos, porque minus-

valoran una forma poética novedosa y propia de nuestro presente. Y no faltarán autores que se sientan ofendidos por alusiones, porque, en efecto, *La lira de las masas* fundamenta sus críticas en personas con nombres y apellidos.

Para los disconformes con Rodríguez-Gaona, es probable que su aproximación no tenga valor alguno, arguyendo que es un estudio poco fiable, apenas una impresión subjetiva, infundada y, en última instancia, desacertada, como demostraría precisamente su formato ensayístico, sin el rigor del aparato crítico académico. Y es que, en efecto, a veces, el hilo argumentativo del ensayo, aunque favorece una lectura dinámica y para todos los públicos, adolece de problemas, como la repetición cansina de varias ideas en diferentes capítulos, lo que sugiere que el libro sea una refundición poco cohesionada de artículos publicados con anterioridad de manera independiente. Pero también es cierto que *La lira de las masas* es un panorama de una tendencia poética actual en España, así que no puede dejar de incluir y valorar a los autores más representativos: Elvira Sastre, Irene X, Escandar Algeet, Sara Torres, Berta García Faet, Gatta Catana, Loreto Sesma, etc. Gracias a ello, el libro ofrece un retrato detallado y una valoración sólida, a pesar de los disgustos que pueda acarrearle a los implicados y/o a pesar de las discrepancias que otros estudiosos puedan tener. Al fin y al cabo, la crítica literaria no es una ciencia exacta, y está abierta a diferentes interpretaciones, que, por cierto, también se están manifestando en libros académicos, como la compilación de estudios que coordina Remedios Sánchez para Siglo XXI Editores: *Nuevas poéticas y redes sociales. Joven poesía española en la era digital* (2018). Sea como fuere, recuérdese que Rodríguez-Gaona parte de una perspectiva más optimista en su anterior libro sobre este tema, *Mejorando lo presente*. Y nótese que en *La lira de las masas* también reconoce aspectos positivos, como el auge que ha supuesto para la literatura escrita por mujeres, mucho más activas en la poesía de redes sociales en España y con (posiblemente) más calidad que los hombres (pp. 102-106).

En conclusión, tras su primera aproximación a la poesía de redes sociales en *Mejorando lo presente*, Rodríguez-Gaona en *La lira de las masas* actualiza este fenómeno, lo describe exhaustivamente y lo valora con inteligencia. Por eso, es un libro valioso para comprender esta forma literaria de nuestro presente, hasta el punto de que ya está siendo citado en estudios académicos. Y ello, a pesar de que adopta una postura marcadamente crítica —razón por la cual ha causado no poco revuelo en el campo de poder de la literatura en España— y a pesar de algunas dolencias en su formato ensayístico.

Guillermo Laín Corona

Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)