

# La generación *millennial* de la poesía

Los jóvenes nacidos a finales de los ochentas y en adelante son conocidos como los *millennials*. Los poetas que se enmarcan en este grupo son expertos en el manejo de las redes sociales y han desarrollado un especial interés por difundir sus textos en ellas, pero no todos se encuentran a favor de esta práctica.



La poesía existe desde la época griega con Anacreonte, y con el paso de los siglos ha ido modernizándose para adecuarse al tiempo en el que se encontrara. En la última década, la poesía ha experimentado un cambio radical por la aparición de las redes sociales que ha generado un panorama confuso para delimitar, y muchas preguntas en relación a los poemas de ahora, por ejemplo: ¿cuál es el estilo que se está haciendo estos últimos años? o ¿cómo es esa poesía?

Este fenómeno es relativamente nuevo, por lo que los estudiosos y expertos no se ponen de acuerdo para dar un nombre a esas personas que publican sus textos en las redes sociales. A pesar de ser llamados de distintas formas, la denominación más usada es “generación *Twitter*”. Esta generación engloba a los poetas que empezaron a usar esta plataforma, principalmente, para dar a conocer sus poemas, pero la situación ha cambiado, lo que hace que no todos se sientan identificados o miembros de este grupo. “Cronológicamente pertenezco a la “generación *Twitter*”, pero no me considero de esta generación, dado que no suelo compartir mis textos de esta forma ni uso el mismo estilo de escritura”, comenta la poeta sevillana Dafne Benjumea (Sevilla, 1993).

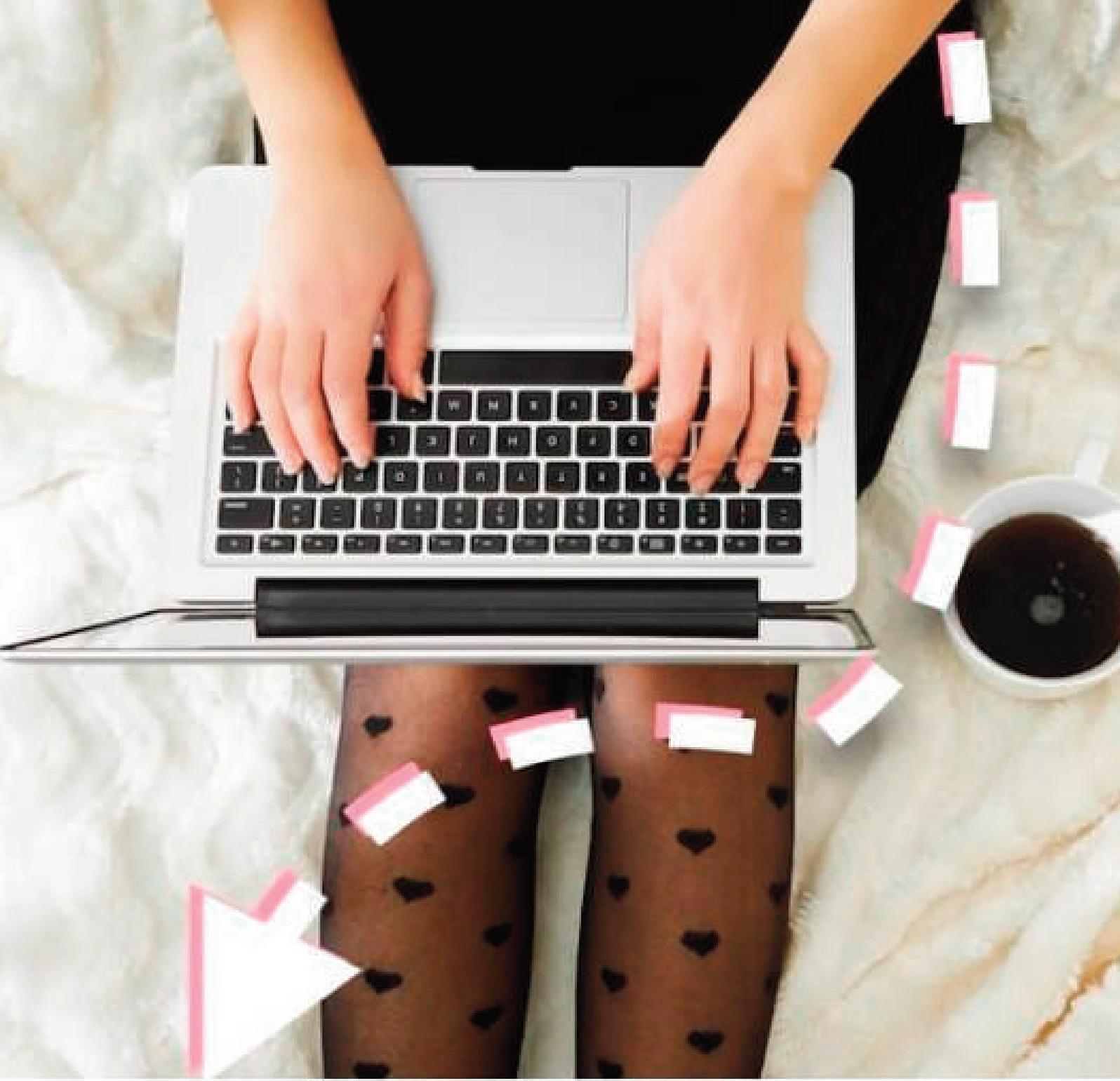
Las redes sociales han supuesto el cambio de la vida en general porque ha afectado a casi todos los asuntos de nuestra rutina desde el trabajo al mundo del arte, y la poesía no iba a quedarse fuera de esta nueva plaza de ruedo. Con el tiempo se han creado muchas redes so-

ciales, cada una con su estilo propio, y casi todas con presencia de la poesía. *Youtube* destaca porque los poemas son leídos por los propios autores, a los que podemos ver hacerlo, pero no es la más usada actualmente para esta clase de creadores.

Al principio, se usaron principalmente las páginas webs o blogs donde los autores iban colgando sus escritos, también podían publicitar los libros que iban sacando a la venta o bien para darse a conocer. Ahora estas plataformas se han quedado desfasadas, muchos siguen usándolas o las mantienen, pero son otras redes las que los poetas explotan para darse a conocer y hacerse famosos. “En la actualidad sigo usando mi blog que empecé en 2012 pero sobre todo uso *Twitter, Facebook e Instagram*”, explica el poeta cordobés Carlos Caballero (Córdoba, 1990), que es un ejemplo de esa mudanza que se ha hecho de las webs personales a las nuevas plataformas.

Esas primeras redes sociales solían ser usadas por escritores ya consolidados o con cierto reconocimiento, pues era su forma de estar cerca de su público. Y aunque algunos jóvenes también comenzaron a meterse en ese mundillo, como Carlos Caballero, siempre se quedaban fuera del mercado o eran ignorados por las editoriales cuyo interés primordial es la venta de ejemplares.

Con los años han sido los jóvenes los que han empezado a usar estas redes sociales, convirtiéndose hoy en día en unos expertos. Pero esas primeras redes se han quedado algo obsoletas si las comparamos con las más usadas en este



When you  
start a **Blog**

momento. Además, el movimiento que se está dando en torno a la poesía actual se centra en otras plataformas sociales que cuentan con unas características distintas a la de las páginas webs o *blogs*.

A partir de finales de los ochenta y principios de los noventa, con la generación conocida como los *millennials*, el campo de la poesía ha dado un vuelco, hasta el punto de que ahora son las editoriales las que comienzan a buscar a los poetas, y no al revés.

Luis García Piedehierro (Almendralejo, 1986), poeta pacense, cree que en la actualidad hay dos mercados en relación a la poesía, el de los populares en las redes sociales, que es nuevo y que tiene que competir con el ya consolidado mercado de los grandes escritores, a los que mueven por todos lados y les hacen buenísimas campañas de publicidad. “Siempre digo esta frase: antes era difícil publicar pero fácil vender; ahora es fácil

publicar pero muy difícil vender”, añade Luis García.

No todos los poetas consideran que las RRSS sirvan como lugar de referen-

**“ La poesía de las redes sociales compite con el mercado de los escritores consolidados que cuentan con el apoyo de las grandes editoriales”**

cia para la poesía moderna. “La poesía tiene sus espacios, ampliados por las redes sociales, pero un *post* en *Facebook* o un *tweet* no se adecúan ni al fondo ni a la forma que creo debe tener un poema”, explica Carlos Catena (Jaén, 1995), poeta jienense.

El perfil de estos poetas *online* es



bastante similar, por lo general todos se encuentran enmarcados en esta generación milenial que ha crecido con el uso de las redes sociales y saben sacarle el mejor partido. Suelen tener entre 20 y 30 años, y están preocupados por los problemas sociales, pero especialmente por los conflictos sentimentales de la juventud.

El género no es un factor determinante ya que hay más o menos el mismo número de mujeres que hombres, aunque al ser el público mayoritariamente femenino, los perfiles masculinos suelen tener más fuerza o apoyo.

Como *Facebook* o *Twitter* fueron las siguientes redes sociales explotadas por los poetas, es cierto, que la primera todavía está algo inexplorada por la poesía o al menos no es la preferida de estos poetas 3.0, ya que guarda más similitud con las primeras RRSS. “*Facebook* me parece una red social más bien persona y de una utilización algo más seria”, apunta Luis García. Aunque cada poeta tiene su opinión y no terminan de ponerse de acuerdo. “La que más me gusta es Facebook porque los contenidos suelen tener mayor alcance público”, anota Dafne Benjumea.

*Twitter* ha ayudado desde hace unos años a generar un auge para la lírica contemporánea, y para muchos autores supone la base de su fama. La principal característica que aportó esta red social, dejando a un margen las que ya habían aportado las *webs* y los *blogs* que eran inmediatez y la difusión a nivel mundial, era la extensión, ya que los *tweets* solo pueden ser de 140 caracteres. Los poe-

mas que se difunden en ella son micro-poemas que buscan impactar al lector con pocas palabras.

No obstante, *Twitter* sigue siendo un lujoso escaparate en el que las editoriales buscan poetas desconocidos en el panorama literario pero no en internet donde gozan de cierto prestigio o popularidad. Lo primero en lo que se fijan es en la cantidad de seguidores que tiene el poeta en cuestión porque se entiende que a mayor número de personas que siguen

## **Las redes sociales han generado una comercialización del poeta, ahora lo que vende es el nombre**

al escritor, más fácil será vender su libro o poemario. Es decir, los poetas dejan de ser poetas para ser usuarios populares. Se procede a una comercialización no de la poesía o del poemario sino del poeta. Lo que ahora vende es el nombre no su calidad. Apoyando esta idea, el poeta malagueño, Cristian Alcaraz (Málaga, 1990), opina que “se venderá, se venderá mucho y mucha imagen” que estará reflejada en el número de seguidores.

Myriam Seda (Sevilla, 1995), una poeta de Sevilla dice que en las redes sociales hay todo tipo de poesía, la cuestión está en que este nuevo sistema basado en la accesibilidad universal lleva implícita una masificación y comercialización del contenido, así que la poesía que acaba triunfando es la preferida por

la mayoría, que se manifiesta a golpe de *likes* o *retweet*; es una avalancha que ya no se puede parar.

Esta es una de las principales desventajas que ha conllevado la intromisión de las redes sociales en el mundo de la literatura, y más concretamente de la poesía. Las empresas y las editoriales tienen con principal objetivo la venta de ejemplares, por lo que la figura de editor ya no cumple la función de evaluador de calidad de una obra. Ahora si eres popular en internet tendrás un contrato con el que podrás publicar tu obra. Pero no miden tu valía o tu calidad, sino tu popularidad. Esto ha generado que dentro de la poesía que se edita en nuestro país actualmente muchos poemarios no sean buenos o tengan poca calidad.

Lógicamente no todos los jóvenes poetas se encuentran en las redes sociales, muchos escriben o publican al margen de ellas. Algunos piensan que estas plataformas han supuesto una desventaja para el mundo de la poesía o que no se usan de la manera correcta. “Tardo meses en dar con un poema que quiera hacer público y, cuando lo hago, quiero que todo ese trabajo llegue más lejos que un par de *likes* de mis amigos (...) El poeta no puede vivir al margen de su tiempo y en este tiempo todo pasa por las RRSS”, señala Carlos Catena. Podríamos decir que las redes sociales son necesarias pero hay que usarlas como amplificador de algo que hemos hecho,

no como un mostrador.

En 2010 apareció la red social que hoy en día condiciona más el mundo de la poesía, *Instagram*. Muchos de los escritores nacidos o formados en internet han ido abandonando, no por completo, las otras redes de difusión para centrarse en ella. Para la poeta asturiana Tamara Camino (Oviedo, 1992), esta red social le supuso un gran cambio porque en menos de seis meses logró que una editorial quisiera publicar su poemario, gracias a su presencia en *Instagram*. Para otros, la cuestión es más sencilla. “Es la que más utilizo ya que es donde más gente me sigue y, en la práctica, la que más me gusta”, comenta Luis García.

Esta red social permite publicar un poema sin límite de caracteres, decorándolo con alguna foto llamativa que atraiga la atención del lector. Además, como curiosidad, la última actualización de esta red social permite hacer vídeos en directo donde el poeta y sus seguidores pueden hablar, leer poesía o compartir textos. De esta forma, ha conseguido la principal diferencia que tenía *Youtube*.

La interactividad es un factor a tener en cuenta para analizar este fenómeno. El acercamiento del autor al lector supone un plus que hasta este momento no se había conseguido. Sin embargo, esto también da la posibilidad de que las críticas negativas, e incluso ofensivas, se puedan expresar libremente. “Creo que al crearte un perfil en cualquier red e ir

## **El editor moderno no cumple con su función principal, la de valorar la calidad de una obra**



compartiendo cualquier material en ella, hace que la gente se forme una idea de ti que quizás no es la más acertada”, añade Valeria Cabeza (Chiclana, 2002), una joven poeta gaditana.

Además, la interactividad no solo se produce entre el autor y sus seguidores, las redes sociales han potenciado el contacto entre poetas. Ha creado una red de conocidos que comparten esa afición o trabajo. “Gracias a las redes sociales se pueden conocer otras voces poéticas y crear vínculos y proyectos”, apunta Dafne Benjumea.

Aunque haya cambiado el medio, la poesía no ha cambiado en gran medida. Los poetas que escriben para las redes sociales, sin importar cuál sea, suelen usar un lenguaje común, sin muchos adornos, de fácil comprensión para que

su público lo pueda entender sin muchos problemas. Evitan decorarlo en exceso, y dejan a un lado metáforas y demás figuras literarias. “Escribo textos simples, con palabras que se usan en la calle. Lo más entendible para el lector, pero siempre directo, sin vergüenza”, explica Luis García.

Otros poetas consideran que esta poesía reducida constituye ya un nuevo estilo que ha surgido de estas plataformas. Cristian Alcaraz denomina a esta nueva variante “la poesía de decir en pocas palabras” o “poesía de lo automático”. Este nuevo estilo quizás no existiría si no se hubiera explorado la poesía en el campo de *Twitter* o *Instagram*, entre otros.

Algunos autores, como Carlos Caballero o Tamara Camino, creen que la



prosa poética es la que se está llevando todos los halagos en este momento e intentan separarse de ella para conseguir la diferencia. Tamara, por ejemplo, se decanta por el uso de décimas y sonetos.

Por otro lado, los temas que podemos encontrar en esta poesía son siempre los mismos: el amor y el desamor como joyas de la corona. “Mi tema suele ser el amor, pero también me gustan los mensajes que hablan de ilusión y motivación”, indica Luis García.

En un segundo lugar, suele destacar algo de poesía social pero ubicada en el marco de la actualidad y es normal encontrar versos que hablen de cómo nos relacionamos con la tecnología, por ejemplo. Y no podemos obviar la poesía erótica que tanto gusta últimamente.

Si echamos un vistazo a la poesía de los autores ajenos a las redes sociales se diferencian en varias cosas. Los temas suelen ser más personales, como la familia, o de crítica social pero a otro nivel, como la situación de la mujer en el mundo árabe. La extensión es totalmente opuesta ya que no tienen que adecuarse a un límite como pasa en *Twitter*.

El objetivo de estos poetas *online*

principalmente es darse a conocer porque no encuentran lugar en las grandes editoriales para vender sus obras. Con la constancia que muestran en sus perfiles han conseguido un gran número de seguidores que es lo que llama la atención de las empresas. A

pesar de todo, la mayoría de ellos se han lanzado a autoeditar su obra, que venden ellos mismos a través de sus propios perfiles, al menos con sus primeros poemarios.

Una historia que sirve de ejemplo podría ser la de Carlos Caballero. “Hay

## **El verso libre es el preferido entre los poetas *millennials* que difunden sus textos en las redes sociales**

una total dependencia de las redes sociales, es decir, cuando yo saqué mi primer libro ninguna editorial se interesó por mí, ni siquiera se molestaban en leer lo que escribía (...) Para mi segundo libro ha habido varias que me han preguntado para sacar el libro con ellas y seguramente no habrán leído nada de lo que escribo, simplemente porque tengo un público detrás”, cuenta Carlos.

Que la poesía de *Instagram* o de *Twitter* se centre en este estilo tiene una razón lógica, y es el público. Según la mayoría de poetas de las redes sociales,

sus seguidores suelen encontrarse en la franja de 15 a 25 años, y por lo general, son chicas. Así es en el caso de Luis García, que además señala que tiene, y que hay en general, muchísimo público de Latinoamérica. Esto es interesante, ya

que sin las RRSS esas personas no podrían conocer los textos de estos poetas que han no son famosos en las editoriales.

Es cierto que cada vez hay más personas adultas que comienzan a estar presentes en las

redes sociales y que consume este estilo de poesía. A través de los comentarios que reciben, los *likes* que consiguen en sus publicaciones y demás, los escritores pueden comprobar que esta poesía es la que gusta, y por consiguiente la que vende. “El público es sobre todo feme-

nino en mi caso, me ha escrito gente de 12 años diciéndome que le gusta cómo escribo pero también hay gente de unos 50 que me sigue”, añade Tamara Camino.

No podemos ignorar una virtud



fundamental que tiene esta poesía, y es que está logrando que personas jóvenes, que habitualmente no consumían poesía o que no tenían un especial interés por la literatura estén mostrando curiosidad por ella. “Hay un público muy joven que se ha interesado por la lec-

tura. Las redes sociales han acercado a gente joven algo que era como de otro tiempo”, opina Carlos Caballero.

Es indiscutible que la calidad puede ser cuestionable, pero lo importante es leer. Y como se suele decir, para gustos los colores. No se puede hablar

de que haya que erradicar la poesía en internet, o que todo lo que podemos leer en ellas sea basura.

## **El público es el que debe hacer un análisis y descubrir cuál es la poesía de calidad**

Simplemente tenemos que ser conscientes de que en este momento es el público el que tiene que hacer la antigua función del editor. Es él el que decide qué le gusta y qué no, qué es bueno o malo, bajo su criterio obviamente. Siguiendo este punto, Dafne Benjumea opina que no todo lo que se publica en las redes tiene calidad literaria. Cree que el lector de redes debe hacer previamente un ejercicio de filtro poético.

Por último, los poetas que no usan las redes sociales para darse a conocer o publicar sus poemas no deben quedarse

fuera de este mundo. Tienen que adaptarse a él, ellos deciden hasta que punto o el uso que quieren darle, pero es importante para ellos que la gente pueda conocerlos y lo más fácil es en las redes sociales.

Myriam Seda hace una reflexión interesante al respecto. Ella cree que el tipo de poetas que tiene éxito en las redes sociales colmará el cupo del mundo editorial y hará más complicada la publicación en papel a los poetas convencionales o a los que no tienen tantos seguidores en las redes sociales.

En relación a este comentario, hace falta decir que es necesario realizar una nueva clasificación para esta poesía moderna y que todavía está en pañales. Como todo en esta vida tiene sus ventajas e inconvenientes, solo hay que ser conscientes de ellos. El público, que ahora tiene un papel más fundamental que en el pasado, debe saber qué está leyendo y qué quiere comprar.





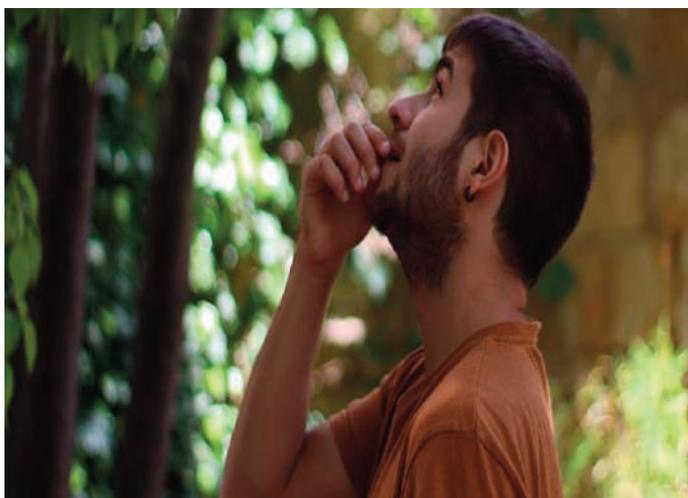
### **Carlos Caballero**

Empezó a escribir en blogs literarios y en 2012 decidió abrirse uno propio. Autoeditó en 2016 *Te haré el odio por el si el amor no basta*, un poemario que triunfó en las redes y entre sus más de 60.000 seguidores. El pasado abril sacó su segundo poemario, *Mil maneras de morir y yo me quedo con tu cuerpo*.



### **Tamara Camino**

Nació en Oviedo y desde pequeña creció leyendo a Gloria Fuertes y a su padre que fueron los que le inspiraron a escribir hoy en día. En mayo de 2017 se publicó su primer poemario con la editorial Camelot, que con el título de *La musa que araña*.



### **Cristian Alcaraz**

Graduado en dirección escénica y dramaturgia por la ESAD de Málaga. Tiene publicado dos poemarios *Turismo de interior* (La Bella Varsovia, 2010), que obtuvo el III premio del concurso Pablo García Baena, y *La orientación de las hormigas* (Renacimiento, 2013), ganador del premio Andalucía Joven. Invitado a diversos festivales como Cosmopoética.



### **Valeria Cabeza de Vaca**

A su corta edad ha organizado varios recitales en su ciudad en los últimos años con la participación de grandes poetas. Ha participado en dos antologías: *Salitre 15* (Ediciones en Huida, 2015) y en el I Certamen de Chiclana Nuestra, en el que ganó el primer premio de poesía. Recitó en el Encuentro Internacional de Perfo-poesía IV. Y trabaja en su primer poemario, *Me quiero libre*.



**Luis García**

Tiene afición por la escritura desde los trece años. Es autor del libro *Si aquel día me hubieras mirado*. Sus más de 42.000 seguidores esperan ansiosos la publicación de su segundo libro *Inesperadamente*, que verá la luz en octubre de 2017.



**Dafne Benjumea**

Graduada en Filología Hispánica trabaja como editora en la revista *Oculto* y en el periódico digital *Andalucía al Día*. Colabora con poemas en revistas como *Anonimato*. Ha participado en varios recitales y actos poéticos. Hoy la podemos encontrar escribiendo y colaborando en eventos de poesía en Madrid y Sevilla.



**Carlos Catena**

Estudia traducción e interpretación en la universidad de Ottawa. Ha recibido premios como el de Ucopoética 2015, y fue invitado en *Cosmopoética* el mismo año. Ha publicado en antologías como *Donde Veas* (La Bella Varsovia, 2015) o *Después de veintitantos casi treinta* (Ediciones en Huida, 2015).



**Myriam Seda**

Estudia Periodismo en Sevilla. Aparece en el volumen *Anónimos 2.1* de Cosmopoética, en la antología de los ganadores de UCOpoética *Todo principio* (La Bella Varsovia, 2014) y en la antología de jóvenes poetas sevillanos *La pirotecnia peligrosa* (Ediciones en Huida, 2015), así como en revistas especializadas en poesía como *Tenían 20 años y estaban locos* (edición de Luna Miguel).