

Martín Rodríguez-Gaona: *Contra los influencers. Corporativización tecnológica y modernización fallida (o sobre el futuro de la ciudad letrada)*. Valencia: Pre-Textos, 2023, 474 pp. ISBN: 978-84-19633-26-2

El reciente estudio *Contra los influencers. Corporativización tecnológica y modernización fallida (o sobre el futuro de la ciudad letrada)* publicado por Pre-Textos, consolida al poeta, traductor y ensayista Martín Rodríguez-Gaona como una de las voces más críticas, analíticas y mejor documentadas sobre los nuevos devenires de las letras españolas contemporáneas. El ensayo, agraciado con el premio Celia Amorós XL Premios Ciutat de Valencia, se divide en tres bloques principales, a saber: «La ciudad letrada a veinte años del siglo XXI» (2023: 37-91), «Barroco, culturalismo y abismo metafísico: Constantes y mutaciones de la poesía española» (2023: 99-388) y «En los márgenes de la ciudad letrada» (2023: 391-465). Martín Rodríguez-Gaona estructura su pensamiento en torno al fenómeno de la poesía joven española de la última década y sobre cómo esta opera dentro de la industria editorial. A partir de dicha premisa, ahonda en la figura de lo que él denomina poeta «pop adolescente» (20) o, lo que es lo mismo, ese *influencer* o «*entertainer*» (23) que hace de su escritura —cuestionada en cuanto a calidad literaria— un producto. Lejos ya de considerar tendencia una buena parte de la comunidad poética virtual —puesto que, entre otras cosas, se ha estandarizado— se ha observado que uno de los requisitos *sine qua non* para hacer de esta escritura un negocio reside en la institucionalización de los propios autores dentro de las redes sociales.

Por institucionalización nos referimos a visibilidad mediática, a agrupar a miles de seguidores en cuentas de Instagram, X —antiguo Twitter— y TikTok. En palabras de Rodríguez-Gaona,

el error propio de los *millennials* radica en su rechazo a establecer una lectura histórica, entregándose con entusiasmo a las redes sociales como la extensión electrónica de la sociedad del espectáculo, contribuyendo a la disneylización de la cultura; una identificación con el éxito y lo viral que no les ha impedido ser una generación instrumentalizada, sin viabilidad económica, salvo momentáneamente para los *influencers*. (31)

De entre los géneros literarios, la poesía, tal vez por ser la más marginada a pesar de la más longevea —al fin y al cabo, la más resistente— siempre se ha posicionado en contra de los poderosos. Por lo tanto, resulta interesante este giro del que habla Rodríguez-Gaona. En España «la recuperación de la democracia y el triunfo de la globalización neoliberal, que derivaron en la consolidación de las multinacionales de la edición y lo corporativo» propició «la búsqueda incesante del *best seller*» (24), por lo que en nuestros tiempos la poesía ha de vender, no importa *qué* sino *cuánto*, sin atender a lo que verdaderamente supone la creación, la literatura o sus ritmos, perdidos ya por completo dentro de la fagocitación y el frenesí de la realidad *posilustrada* y quedando, por tanto, reducida a un mero producto capitalista, y haciendo de su valor, o rigor literario algo insignificante, innecesario. En definitiva, podríamos recoger esta idea bajo el paraguas de la *fast food* o, siendo meticulosos con el tema, *fast literature*.

Ante este nuevo proceder de la industria del libro, que se extiende en nuestros días más allá de la poesía, cabe preguntarse lo siguiente: ¿hemos asistido, inconscientes de nuestra consciencia, al fin de la historia de la literatura universal debido a las nuevas conexiones rizomáticas desarrolladas durante las últimas décadas? La relevancia de las palabras de Rodríguez-Gaona reside en que, dentro de este espectáculo publicitario y pornográfico en el que cohabitamos, se necesitan voces críticas, y con críticas no nos referimos a aquellas demoledoras, sino a las constructivas. Huelga decir, a este respecto, que igual que ha desaparecido aquello que conocíamos como literatura universal —algo que resulta entendible hasta cierto punto, pues es inconcebible subyugar la literatura al canon heteropatriarcal—, también ha desaparecido la crítica literaria. Se publican reseñas en periódicos, revistas literarias, revistas de moda, blogs y páginas web. Estos textos responden inevitablemente a una cadena de favores propiciada por los procedimientos de la nueva industria del libro, lo cual es comprensible y en muchas ocasiones resulta necesario, por qué no manifestarlo. Sin embargo, no cabe en este sistema consumidor la figura de un crítico al uso que se desdoble en una identidad objetiva y, desde una mirada extradiegética, articule un pensamiento contrastado, distanciado. Por todo ello, la ciudad letrada, en palabras del autor, «está en crisis», ya que

[e]l *influencer* poético es, ante todo, un preceptor de consumo, un agente publicitario, primero de sí mismo y, luego, de los libros y proyectos editoriales con los que se involucra. De nuevo, no necesita la crítica, ni articular ningún discurso ilustrado, pues le basta con retratarse en un ambiente libresco o referirse a los autores desde la subjetividad de una falacia afectiva. (39)

Los capítulos que siguen se adentran en el estudio monográfico de poéticas de las últimas décadas distanciadas de los fenómenos tecnológicos. Así, se pretende ofrecer una lectura pormenorizada de aquello que acaece en los márgenes de la ciudad letrada con poéticas de diversa índole y generación que no responden a ese

fenómeno pop *tardoadolescente* o que, si lo hacen, proponen nuevas contribuciones a la revalorización del pensamiento lírico y ensayístico contemporáneo. En esta línea, se rescata la autonomía estética y discursiva del grupo Cántico, la transformación de la poesía culterana de García Baena, la influencia de los novísimos en las generaciones posteriores y la relación de la obra de Caballero Bonald con el neobarroco hispanoamericano. También se insiste en las resonancias filosóficas de Brines, dotadas de gusto metafísico y sobriedad léxica, o del dinamismo concéntrico que ofrece la obra de Colinas, en búsqueda constante por la experiencia gnóstica y por un pensamiento trascendido como el que pudiera tener la poesía de Juan Eduardo Cirlot o José Ángel Valente, presentes también en estas páginas. En una órbita completamente distinta, Rodríguez-Gaona reflexiona sobre la poesía de la cotidianidad con fuerte arraigo clásico de Luis Alberto de Cuenca, destacando su erudición y gusto por la espontaneidad, así como por logradas estrategias retóricas. De Villena también es aludido en este ensayo, destacado por ser una figura poliédrica, de rai-gambre barroca y vigencia intelectual. Así, se recorren otras aguas, como las de Siles y su canto de la disolución, la tensión surrealista de Molina, la revelación de Rossetti, el esteticismo de Bonet, la conciencia de los límites de Ripoll o la huella de la Transición y la modernidad en Rico, Prado y Clark. Este flujo lírico desemboca en la escritura de Santana, Martínez y Huéscar como otro lirismo posible y en varios poetas nativo-digitales.

A través de su escritura, se pone de manifiesto el cambio de paradigma en la poesía española de las últimas décadas, la consolidación del entorno electrónico democratizando la ciudad letrada y la poetización de lo artesanal, otorgando protagonismo a la autogestión y a los procesos alternativos que proponen otras maneras de combatir el «fordismo aplicado a la industria editorial» (447).

AITANA MONZÓN BLASCO

*Universidad de Zaragoza*

a.monzon@unizar.es

ORCID: 0009-0001-3438-591X