

POETAS EN LA RED, SIN RED, ENREDADAS...
FEMALE POETS IN THE NET, WITH NO NET,
ENTANGLED...

María ROSAL NADALES
Universidad de Córdoba

Resumen: Nos acercamos a la poesía que están publicando las poetas en la segunda década del siglo XXI. Las redes sociales facilitan el acceso a la publicación en mayor medida que en otros momentos históricos. Si bien ello supone una democratización, conviene analizar cómo se sitúan las mujeres poetas y qué tensiones interactúan en ese campo literario donde blogs, YouTube, Twitter, Tumblr o Facebook proporcionan nuevos cauces de producción y recepción poéticas.

Palabras clave: Mujeres, poesía, Internet, recepción poética.

Abstract: We are approaching the poetry published by female poets in the second decade of the 21st century. Social networks are now facilitating access to publication to a larger extent than in other historical moments. Although it means a democratization, it should be analyzed how female poets declare their position and what tensions interact in that literary field where blogs, YouTube, Twitter, Tumblr or Facebook provide new channels of poetic production and reception.

Keywords: Women, poetry, Internet, poetic reception.

1. INTRODUCCIÓN

Si bien en otras ocasiones nos hemos ocupado de la poesía escrita por mujeres en España a partir de las últimas décadas del siglo XX (Rosal, 2007, 2016a) o en los primeros años del siglo XXI (Rosal, 2015, 2016b), corresponde a este trabajo un acercamiento a la poesía que están publicando las poetas más

jóvenes en la segunda década del presente siglo.

En la aldea global, altamente tecnificada, las prácticas letradas en Internet adquieren poder y significado. La cultura escrita del siglo XXI “implica nuevos modos de sociabilidad, nuevos lugares y prácticas, y conciliar alfabetización básica y nuevos alfabetismos” (Martos y Martos, 2012: 109). Internet se ha constituido en los últimos años en un espacio democrático que, al menos aparentemente y en su concepción, acepta de igual manera la difusión de las obras de hombres y de mujeres. Cada poeta puede elaborar una página web o un blog donde publicar sus poemas, sin necesidad de acudir a concursos o de solicitar a ninguna editorial que publique su libro. Además, YouTube, Twitter, Tumblr o Facebook son espacios habituales de comunicación para los y las jóvenes poetas.

La experiencia cultural de los más jóvenes tiene un fuerte arraigo en la ciudad letrada y global que alberga Internet. El consumo cultural se materializa en diversos textos y discursos multimodales en los que la oralidad y las imágenes cobran fuerza y protagonismo.

El valor fundamental de la web 2.0 no reside en aspectos tecnológicos sino en el hecho que ha propiciado un entorno compartido donde el valor fundamental es la actitud de los usuarios. En el tema concreto de los libros y la lectura es un hecho: los blogs, las webs comerciales, los foros de lectura, las redes sociales, las wikis, los booktubers y los tráileres de libros son un buen ejemplo de cómo los lectores comparten, comentan, aconsejan u opinan sobre sus lecturas (Lluch, 2016).

La poesía ha ganado espacio de manera exponencial en Internet y ello ha repercutido en la recepción de las obras poéticas escritas por mujeres, frente a las restricciones de décadas pasadas donde las mujeres han tenido mucha menor representación que los hombres en las antologías y en la crítica literaria académica y periodística (Rosal, 2006). En este contexto, cabe preguntarse si existen discriminaciones por razón de género, si las condiciones de producción y de recepción poéticas facilitan a la poesía escrita por mujeres un cauce similar al de la poesía escrita por hombres.

Si bien en la segunda década del siglo XXI, la red se ha convertido en un espacio letrado de privilegio para la poesía, ello no ha supuesto la renuncia a publicar en papel, pues las editoriales están muy pendientes de los seguidores de los y de las poetas para ofrecerles ediciones al modo tradicional. Así se dice del último libro de Marwan, del que se vendieron, según afirma en su web, 60.000 ejemplares: “motivo por el cual ha recibido varias ofertas de editoriales que quieren publicar sus creaciones” (Martín, 2017).

Una de las poetas más jóvenes, Elvira Sastre, confirma este dato en una entrevista: Llevaba años publicando mis textos y poemas en un blog, después di el salto a las redes sociales y mis publicaciones comenzaron a ser muy compartidas y recomendadas” (Vázquez, 2016). Se refiere al paso de los textos en la red hasta la editorial y el libro en papel y al hecho de que cuando subió a la red un vídeo en el que recitaba en su habitación, se volvió viral y la editorial contactó con ella para publicar su primer libro. Nos encontramos también con otros modos de confeccionar antologías, basadas en la recopilación de poemas difundidos en Internet, como *La manera de recogerse el pelo. Generación Blogger*, edición de David González (2010) y la antología de Luna Miguel *Tenían veinte años y estaban locos* (2011).

La participación en las lecturas en instituciones o ferias del libro, las performances, se potencian a través de su difusión en la red. No podemos olvidar que receptores y gran parte de los poetas pertenecen a una generación de nativos digitales y que las relaciones de comunicación, de promoción y difusión de sus obras forma parte de su experiencia de vida. Irene X anima en su blog a la asistencia a la presentación de su libro en Salamanca con palabras como estas:

Hola panda de cactus. Os cuento. Este domingo voy a estar en la feria del libro, en la plaza mayor de Salamanca. De 19:00 a 21:00 en la caseta 21 (Librería Víctor Jara). No es en la librería, es en la plaza. [...] Como sólo estaré firmando, si el tiempo nos acompaña, al acabar podemos hacer algo bonito. Vendrá Javi, la guitarra, bolsas de chucherías y mucho vino. Así que os espero a vosotros también. Respecto a los

recitales/firmas en las respectivas Casas del libro de Barcelona (26 de mayo, a las 19:00) y Madrid (28 de mayo, a las 19:00) se intentará que podáis entrar con prioridad todos los que avisasteis antes (Irene X, 2017).

La poesía de la última generación del siglo XX se circunscribía a la edición en papel, muchas veces financiada por grupos culturales, ayuntamientos o diputaciones, mientras que a las editoriales más prestigiosas se podía acceder con gran dificultad, pues solían argumentar una larga lista de esperas, por lo que uno de los caminos para publicar en ellas era conseguir un premio de los que representaban, patrocinados por instituciones.

Las tiradas cortas y los precarios cauces de difusión hacían muy difícil la recepción poética, aún más en el caso de la poesía escrita por mujeres, menor representada en las antologías y en los libros de texto (Rosal, 2006).

En el momento presente, estas dificultades del mercado literario se han minimizado puesto que el alcance de la difusión es general a través de blogs personales o de cualquier otro medio de la red.

2. LOS TITULARES

Al igual que en la década de los 80 se acuñó el término de “boom de poesía escrita por mujeres”, en el momento actual los distintos titulares hacen referencia a la eclosión de la poesía en las redes sociales. Este modo de difusión está facilitando también que la poesía llegue a muchos otros receptores, en lo que se ha denominado “poesía de smartphone”.

Pero conviene analizar en qué términos se presenta a los lectores tanto la poesía última como la nueva generación: “*estrellas de los versos* y exponentes de nuevas formas de poesía que han sabido hacer uso del poder de las redes sociales para convertir a ese género literario en un nuevo bum” (Martín, 2017). La poeta Luna Miguel presenta así a la que considera “la poeta bloguera más leída de nuestro país”: “Nombre: Irene X. Edad: 24. Profesión: estrella del pop literaria. Éxito: pegar la patada al mundo editorial que todos conocemos. Historia: un

cuento de hadas generacional e inspirador” (Miguel, 2014).

En este contexto, resultan muy significativas las palabras y expresiones con las que se define la nueva poesía en relación con las redes sociales: *paraíso, la poesía estalla en las redes, 50 kilos de adolescencia, Internet la ama, los poetas la odian, entre tatuajes y YouTube, la poeta que más vende*. Así lo muestran los titulares:

“Internet, el paraíso de los nuevos poetas para jóvenes”. Jessica Martín, *La Vanguardia*, 11 enero 2017.

“50 kilos de adolescencia, 200 gramos de Internet”. Unai Velasco, *Público*, 11 enero 2017.

“Defreds, Marwan y la generación superventas de la poesía”. Ismael Marinero, *Papel, El Mundo*, 25 diciembre, 2016.

“Los poetas de internet”. Rebeca Martín, blog: Un punto curioso, 29 enero 2017.

“Internet la ama y los poetas la odian: así es el fenómeno de Irene X”. Luna Miguel, *PlayGround*, 9 noviembre, 2015.

“La poesía estalla en las redes. Miles de jóvenes se apuntan a un género que ha encontrado una nueva forma de difusión fuera de los salones. La nueva poesía vive entre tatuajes y YouTube”. Andrea Aguilar, *El País. Babelia*, 25 julio, 2014.

“La poeta que más vende está oculta y habla de sexo”. Luna Miguel, *PlayGround*, 14 mayo 2014.

Escasamente se habla de características estéticas que puedan aunar un grupo o generación. Son los seguidores en Twitter los que marcan qué poetas deben ser tenidos en cuenta. De Elvira Sastre se destacan sus más de 60.000 seguidores y de Irene X que supera los 55.000 (Martín, 2017). Por otra parte, los poemas recitados de Loreto Sesma cuentan con más de 130.000 seguidores en YouTube.

Su característica principal es que todos hombres y mujeres son muy interactivos en las redes a la hora de promocionar sus obras. Las poetas son muy jóvenes. Sus edades rondan entre los 20 y los 26 años, aunque también aparece de forma muy activa M.^a José Martín de la Hoz (Ajo), nacida en 1963. Algunas de las más presentes en internet: Irene X (Zaragoza, 1990), Elvira Sastre (Segovia, 1992), Loreto Sesma (Zaragoza, 1996), Sara Búho (Cádiz, 1991), Vanesa Martín (Málaga,

1985), Luna Miguel (1999).

En cuanto a los poetas, hay más diversidad en las edades: Marwan (Madrid, 1979), Luis Ramiro (Madrid, 1976), Marcus Versus (Madrid, 1978), Sergio Carrión (Valencia, 1993), Defreds (José A. Gómez Iglesias), Diego Ojeda (Gran Canaria, 1985), Carlos Sadness (Barcelona, 1987), Escandar Algeet (Palencia, 1984), Carlos Salem (Buenos Aires, 1959).

Comparten, en general, el gusto por la *performance* y por las formas híbridas que encuentran un cauce apropiado en YouTube. Por otra parte, Twitter se convierte en el terreno ideal para exponer breves pensamientos y una poesía cercana al aforismo: “Vendo agendas pequeñas para gente de pocos amigos” y “Podcastinación: Que te lo puedes bajar mañana” (Ajo, 2015).

3. ¿NUEVA POESÍA O NUEVOS CAUCES DE DIFUSIÓN?

La poesía que circula por las redes guarda un punto de espontaneidad, de frescura, de mundo adolescente. En “La poesía en los tiempos del blog” (2016) incorporábamos algunas de las respuestas que las poetas nos habían remitido a la encuesta enviada. A la pregunta: “¿Qué aportan las redes sociales a la recepción de la poesía?”, las poetas coincidían, de manera general, en las facilidades que la red proporciona tanto para la producción como para la recepción poética. Aún así, reseñaban que se producía en un contexto del todo vale y en el que la imagen de las mujeres poetas cobraba mucha más relevancia que la de los hombres, en particular en los aspectos que tienen que ver con mostrar el cuerpo y apostar por una imagen más o menos erótica y provocadora.

Por otra parte, el modo en el que se habla de las ventas es un fenómeno desconocido hasta ahora en la poesía, más cerca del lenguaje del marketing de la música: “Con su último libro, *Todos mis futuros son contigo* (Planeta), Marwan rozó las 60.000 copias vendidas, según informa la página web del artista” (Martín, 2017). También encontramos comentarios semejantes sobre las poetas: “Otra escritora que encabeza las listas de los libros de poesía más vendidos en España es Elvira Sastre, una segoviana residente en Madrid que supera los

60.000 seguidores en Twitter” (Martín, 2017) o bien sobre Irene X: “Joven escritora de 26 años que colma su blog de versos y canciones donde expresa las ideas con las que conquista a miles de lectores jóvenes y adolescentes. Su legión de seguidores supera en Twitter los 55.000” (Martín, 2017).

También se hace hincapié en el carácter de nueva poesía, tratando de poner distancia con lo anterior y con lo académico: “Sacarla del libro y subirla al escenario, de donde nunca debió salir, porque era cultura oral y ahora está en manos de los intelectuales” (Ajo, 2015), o bien:

Tan intensa como fresca, esta tendencia ha contagiado a un público joven y no tan joven el placer por la poesía; una nueva poesía que, tras estallar en las redes sociales, sacia diariamente a ese nuevo público, ávido de versos que hablen de cotidianidad. Porque así es la lírica de internet: cotidiana, sencilla y directa, fiel a temas atemporales como el amor y el sexo (Martín, 2017).

Pero la poesía no solo *estalla en las redes*, sino que llega a las librerías de la mano de pequeñas y cuidadas ediciones en papel: La bella Varsovia, Ediciones Liliputienses, Origami, Noviembre, El Gaviero, Kriller 71 o Arrebató Libros. En 2015 nace Espasa Es poesía.

Signo de estos tiempos, cabe preguntarse si la poesía actual, que surca las redes, supone un avance sustancial en calidad estética respecto a la de generaciones anteriores. Así lo expresa Marcos Almendros (Marcus Versus), poeta y editor de *Ya lo dijo Casimiro Parker*: “De la gente nueva que está saliendo hay gente que es muy buena, y gente que es muy mala. Me voy a atrever a decir que no hay ninguno de los que ha salido ahora que esté destacando por su calidad poética. Está destacando por su cantidad de ventas” (Almendros, 2015). Insiste en que la mayor venta de libros de poesía no tiene nada que ver con la calidad y sí mucho con el carácter amplificador de las redes sociales:

Publicidad, pura y dura. Antes no se podía dar a conocer a los autores. Internet ha sido un boom para todo. Gracias a las redes sociales se ha dado a conocer a todos los autores, antes

dependías prácticamente de los cuatro medios de comunicación nacionales para poder llegar a la gente. Podías dar mil recitales de poesía, pero solo iban tus amigos, las cuatro personas que podían conocerte gracias a que iban a una librería y le hablaban o veían un cartel del recital (Almendros, 2015).

En ello coincide también Irene X, quien no duda al declarar que “hay muchos que se han subido al carro” a los que “les preocupa más vender que escribir” (Miguel, 2015). Las reseñas en la crítica periodística han sido sustituidas por los comentarios de amigos, *followers* y pulgares alzados para indicar las preferencias. En este sentido, Luna Miguel recoge el comentario de Antonio Huertas, editor de Origami, sobre Irene X:

Mandé ejemplares del libro a revistas, y también a El País y a El Mundo y en ningún lado se interesaron. Sin embargo las presentaciones son multitudinarias y en Facebook o Twitter lectores jóvenes e incluso adolescentes no dejan de subir citas, fotos y comentarios buenísimos. Creo que todo esto se debe a que su poesía es muy tierna y atractiva, y a que la autora es simpática. Responde a todos los correos que le envían sus fans. Es una tía de puta madre (Miguel, 2014)

Ahora la llamada se hace directa, tipo tribu, para que acudan a la presentación de los libros, como hemos visto en el caso de Irene X (“Hola panda de cactus. Os cuento. Este domingo voy a estar en la feria del libro”). Aunque los libros se presentan en librerías e instituciones, los modos son diferentes, mucho más directos y menos institucionales.

La puesta en escena de las poetas es más desenfadada, nada académica. Recurren al erotismo como elemento transgresor. Baste observar las imágenes que suben de sí mismas tanto a Tumblr como a Facebook frente a las que acompañan a los poetas. En el caso de las mujeres hay una gran exposición de su cuerpo, no solo de los piercings o tatuajes, que son múltiples en algunos casos como el de Irene X, sino que el reclamo erótico con el cuerpo desnudo o semidesnudo, las poses extravagantes o insinuantes son muy frecuentes y no encontramos paralelismo en

este sentido en las imágenes que los poetas ofrecen de sí mismos.

Tampoco hemos encontrado comentarios similares, como el que usa Luna Miguel para hablar de Irene X, cuando se trata de presentar a un poeta: “En las solapas se podría descubrir a una autora de la que jamás habían escuchado hablar, joven, guapa, aparentemente exitosa en las redes sociales” (Miguel, 2014). “Y si lees sus poemas, descubres que en realidad es una especie de Peter Pan con bragas de colores, que escribe sobre ser joven, sobre ser ella misma, sobre todo lo que se le puede pasar por la cabeza a alguien totalmente libre” (Miguel, 2015).

El tema erótico sirve de reclamo en imágenes y en textos. Así lo anuncia Luna Miguel al referirse a Irene X como la poeta que más vende y que habla de sexo. Pero lo que resulta más sorprendente no es que hable de sexo, tema común en otras poetas contemporáneas y de larga tradición en la poesía escrita por mujeres desde los años ochenta. Lo que sorprende es que en el titular del artículo afirme que “está oculta”, cuando la exposición mediática es muy superior a la de poetas anteriores e incluso a la de sus compañeros y compañeras de generación. Se entiende, no obstante, la intencionalidad de Luna Miguel con esta afirmación, pues se está refiriendo a que no se la tiene en cuenta en los cauces tradicionales de difusión de la poesía:

No la verás en las listas de más vendidos de grandes periódicos. No encontrarás entrevistas, ni reseñas, ni artículos sobre su obra en los suplementos literarios del país. No escucharás su enigmático nombre citado por otros jóvenes poetas, ni tampoco sus versos sobre sexo, juventud, o ternura, recitados en las tertulias y en los bares donde supuestamente germinan las voces del futuro (Miguel, 2014).

Aún así, no olvidemos que Irene X no solo es activa en las redes, sino que ha publicado ya cuatro libros en papel en las editoriales Origami y Harpo libros.

YouTube se ha convertido en una plataforma donde la poesía ha encontrado un cauce muy versátil, por sus amplias posibilidades visuales. Recoge fotografías, ilustraciones con un fondo de poemas recitados, vídeos, performances, entrevistas o booktrailer de los libros de poemas, como el que Loreto Sesma

ofrece de de su libro *Amor revólver* , con más de 87,000 vistas.

Como en otras épocas, las controversias en torno a la poesía, encarnadas en los clanes más o menos poéticos, estarán muy presentes y más aún con los cauces de difusión actuales.

A algunos les horroriza la idea de que jóvenes anónimos que se dieron a conocer por sus tweets en Internet o por las letras de sus canciones, publiquen en editoriales y convivan con los clásicos. Pero lo cierto es que los jóvenes han vuelto a abrir la puerta de librerías y bibliotecas y se han reconciliado con la sección de poesía (Martín, 2017).

La parodia no se ha hecho esperar y el diseñador Jesús Malpartida ha publicado una antología titulada *Intensitos*. Se trata de una obra de descarga gratuita en la que reúne poemas de varios tuiteros. “Los más críticos, los parodian llamándolos los 'intensitos'; otros escritores y periodistas hablan de su fenómeno tachándolos de escritores 'adolescentes'. También hay quien se burla de ellos bajo el concepto 'poetas Superpop' (Miguel, 2015).

Para Jesús Malpartida “*Intensitos* nace con la idea de parodiar la poesía cutre intentando siempre buscar un equilibrio entre el humor y la crítica” y define el concepto: “Un intensito es un poeta que quiere llegar a serlo”; “Una persona muy sentida. Alguien que utiliza las redes sociales para volcar sus sentimientos acaramelados bajo el hashtag “poetuit” (Malpartida, 2015b). Acorde con el medio, el antólogo cifra el éxito de la antología en las descargas contabilizadas:

Es raro encontrar contenido creado exclusivamente para Twitter, como sí pasa en Youtube, por ejemplo. Desde la publicidad hasta los colaboradores, todo se sitúa en un mismo escenario. La idea era crear un producto viral dentro de esta red social y lo conseguimos. Ayer superó el umbral de las 10.000 descargas tras solo cuatro días en marcha, es una barbaridad (Malpartida, 2015b).

Las controversias enfrentan a los poetas y críticos de distinta bandería. Unai Velasco, en “50 kilos de adolescencia, 200 gramos de Internet”, desprecia la poesía que corre por las

redes y la tacha de vacua e insustancial, una moda pasajera, al entender que se trata de textos en los que un sujeto lírico de carácter confesional discurre por “la temática amorosa expresada desde la efusión sentimental, en una horquilla que va de la cursilería aterciopelada a la procacidad sexual” (Velasco, 2017). De la misma manera que rechaza el potencial significativo y simbólico de esta poesía, denuncia sus escasos recursos estéticos:

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. Es también recurrente el uso de imágenes pseudoingeniosas (construidas a partir de un léxico estereotipado y cotidiano) que sirven para poner en juego deseos o emociones superlativos (Velasco, 2017).

En una diatriba que nos recuerda épocas pasadas, como las suscitadas entre la poesía de la experiencia y la de la diferencia en los años noventa, aunque eso sí, salvando muchas distancias, se sitúa un artículo que dialoga con el anterior: “Cualquier figura central del bando del boom, pongamos Irene X, no es tan distinta de una figura equivalente del bando honesto, pongamos Elena Medel, la joven promesa de la década pasada, estrella sin rival de la nueva oficialidad heredada del viejo mundo de las becas y las fundaciones” (Monroy, 2017).

Las tensiones del campo literario predominan en la crítica que se difunde, al igual que la poesía, prioritariamente en las redes, a través de blogs, Twitter, periódicos digitales:

¿Por qué molesta tanto a los herederos de un sistema en el que, durante décadas, la idea del éxito se ha basado fundamentalmente en los premios, las becas y el acceso a las tres o cuatro editoriales de prestigio, que los poetas del boom hayan encontrado nuevos medios, mucho más naturales en nuestra época, para reivindicarse? (Monroy, 2017).

Y así se habla de poesía en términos de competición entre generaciones, entre lo nuevo y lo viejo, sin que se atienda a sus

rasgos estéticos, sino solo a los cauces de difusión y a la legión de *followers*: “A los miembros del sector más ortodoxo de la lírica, que en algunas ocasiones han criticado a estos nuevos poetas, les han salido unos nuevos competidores cuyos nombres, parece, seguirán resonando en librerías, recitales de poesía y redes sociales” (Martín, 217).

La presencia de hombres y mujeres poetas es equilibrada, como anticipábamos, dado el carácter democrático del medio en el que se difunde. Sin embargo, los nuevos cauces, más que acompañar nuevos modos de decir poéticos, ofrecen modelos inéditos de relaciones entre creadores y lectores: “En los últimos meses Twitter se ha llenado de estos escritores, o aspirantes a escritor, y que por cada mil seguidores que recluta, genera otros cientos de haters más” (Malpartida, 2015b).

Las nuevas propuestas de acceso a la lectura para compartir espacios letrados superan el marco de la página escrita. La imagen cobrará una especial importancia, sobre todo en el caso de las poetas más jóvenes que en muchos casos muestran sus tatuajes y una imagen en la que la exposición del cuerpo femenino no guarda paralelismo con la de sus compañeros poetas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, A. (2014). La poesía estalla en las redes. *El País. Babelia*, 25 julio. Recuperado de http://cultura.elpais.com/cultura/2014/07/21/babelia/1405960941_843796.html [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Almendros, M. (2015). Entrevista. *Inverso*, 20 noviembre. Recuperado de <https://inversopoesia.wordpress.com/2015/11/20/marcus-versus/> [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- González, D. (ed.) (2010). *La manera de recogerse el pelo. generación blogger*. Madrid: Bartleby Editores.
- Irene X (2017). Autocrítica. vomito flores, blog, 9 mayo. Recuperado de <http://mellamoirene.blogspot.com.es/2014/05/todo-lo-que-nunca-repeti-salamanca.html> Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Irene X (2016). Facebook. Fotos. Recuperado de <https://www.facebook.com/mellamanx/photos/rpp.688582327872830/1299032153494508/?type=3&theater> [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Lluch, G. (2016). Espacios virtuales que venden o promocionan

- lectura. Recuperado de <http://www.gemmalluch.com/esp/espaciosvirtualeslectura/> [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Malpartida, J. (2015a). *Intensitos*. Recuperado de <https://twitter.com/jdmalpartida/status/576473647981944832?lang=es> [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Malpartida, J. (2015b). La parodia definitiva de los que van de intensos por la vida. Entrevista de Jesús Malpartida, autor de la antología *Intensitos*. Entrevistado por Luna Miguel. Recuperado de http://www.playgroundmag.net/noticias/actualidad/intensitos_0_1501049884.html [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Marinero, I. (2016). Defreds, Marwan y la generación superventas de la poesía. *Papel, El Mundo*, 25 diciembre. Recuperado de <http://www.elmundo.es/papel/cultura/2016/12/27/5862869a46163fb5688b45f6.html> [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Mariño, E. (2015). Entrevista a Ajo. *Público*, 28 marzo. Recuperado de <http://www.publico.es/espana/regalan-miedo-vendernos-seguridad.html> [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Martín, J. (2017). Internet, el paraíso de los nuevos poetas para jóvenes. *La Vanguardia*, 11 enero. Recuperado de <https://www.efe.com/efe/espana/cultura/internet-el-paraiso-de-los-nuevos-poetas-para-jovenes/10005-3145540> [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Martín de la Hoz, M. J. (Ajo) (2015). Recuperado de <https://palaciodelosrecuerdos.blogspot.com.es/2015/01/micropoe-mas-ajo.html> [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Martín, R. (2017). Los poetas de internet. *Un punto curioso*, blog 29 enero. Recuperado de <https://unpuntocurioso.wordpress.com/2017/01/29/los-poetas-de-internet/> [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Martos Núñez, E. y Martos García, A. (2012). De los espacios de lectura a los espacios letrados, *Pulso*, 35, pp. 109-129.
- Miguel, L. (ed.) (2011). *Tenían veinte años y estaban locos*. Córdoba: La bella Varsovia.
- Miguel, L. (2014). La poeta que más vende está oculta y habla de sexo. *PlayGround*, 14 mayo. Recuperado de http://www.playgroundmag.net/noticias/actualidad/poeta-vende-oculta-habla-sexo_0_1316268364.html [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Miguel, L. (2015). Internet la ama y los poetas la odian: así es el fenómeno de Irene X. *PlayGround*, 9 noviembre. Recuperado de http://www.playgroundmag.net/noticias/actualidad/Irene-X_0_1639636029.html [Fecha de consulta: 22/05/2017].

- Monroy, V. (2017). Yo no escribo poemas. *Público*, 1 marzo. Recuperado de <http://ctxt.es/es/20170301/Culturas/11426/poesia-redes-sociales-vicente-monroy-irene-x.htm> [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Rosal Nadales, M. (2006). *Con voz propia Antología comentada de la poesía escrita por mujeres*. Sevilla: Renacimiento.
- Rosal Nadales, M. (2007). ¿Qué cantan las poetas españolas de ahora? Sevilla: Arcibel.
- Rosal Nadales, M. (2016a). Poesía española a finales del siglo XX (1980-2000). Las poetas, los temas. En R. Sánchez (Ed.) *Pala a heredada en el tiempo. Tendencias estéticas en la poesía española contemporánea (1980-2015)* (p. 189-198), Madrid: Akal.
- Rosal Nadales, M. (2016b). La poesía en los tiempos del blog. *Sociocriticism*, volumen 31 (1), pp. 181-207.
- Sesma, L. (2017). Booktrailer de *Amor revólver*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=UjAIOFr2Bvg> [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Vázquez, C. H. (2016). ¿Sobran poetas? *Público*, 28 diciembre. Recuperado de <http://ctxt.es/es/20161228/Culturas/10277/reportaje-poesia-jam-sessions-aleatorio-editoriales-quebra-nueva-s-poetas.htm> [Fecha de consulta: 22/05/2017].
- Velasco, U. (2017). 50 kilos de adolescencia, 200 gramos de Internet (I). *Público*, 11 enero. Recuperado de <http://ctxt.es/es/20170111/Culturas/10522/nueva-poesia-jovenes-poetas-Internet-redes-sociales-fen%C3%B3meno-comercial.htm> [Fecha de consulta: 22/05/2017].