

De rosas, titulares y micropoemas. El uso 2.0 de la rima junto a los titulares de prensa

Of roses, headlines and micropoems. The use 2.0 of rhyme in newspaper's headlines



Daniel ESCANDELL MONTIEL

Universidad de Salamanca

danielescandell@usal.es

ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7311-8016>

Microtextualidades
Revista Internacional de
microrrelato y
minificción

Directora
Ana Calvo Revilla

Editor adjunto
Ángel Arias Urrutia

Artículo recibido:
Agosto 2018
Artículo aceptado:
Septiembre 2018

Número 7 pp. 1-25
ISSN: 2530-8297

@ 2020
Microtextualidades



RESUMEN

El popular poema inglés “Roses are red” ha sido modificado a lo largo de la historia con multitud de objetivos diferentes. En internet lleva varios años dándose un fenómeno que lleva los juegos de ingenio con este poema un paso más allá: se reutiliza combinándolo con titulares de prensa. Estos titulares, que suelen ser chocantes y extraños, son introducidos con el primer verso de esta forma y se construye una rima en un proceso de escritura no-creativa (Goldsmith), factible gracias al desarrollo contemporáneo del *sample* (Fernández) y de la noción del semionauta (Bourriaud).

En este artículo analizamos el fenómeno con una primera aproximación a la producción en español en Twitter y luego nos centramos en un corpus extenso en lengua inglesa obtenido a través de Imgur, lo que nos permite detectar los rasgos comunes que son transculturales y superan las fronteras lingüísticas.

Por tanto, a través del análisis de los textos localizados establecemos los rasgos predominantes de la resemantización del poema original y de los titulares de prensa para crear micropoemas humorísticos que interpretamos culturalmente a través del neobarroco (Calabrese) y su explotación del ingenio.

Los resultados muestran un fenómeno de origen anglófono, pero de popularidad creciente en español, que responde a los factores neobarrocos de la sociedad contemporánea en internet y que es factible gracias a la popularización de la idea del procomún y la resemantización textual para dar lugar a nuevas producciones que persiguen una estética poética y ejecución humorística.

PALABRAS CLAVE: micropoesía, literatura digital, escritura no-creativa, titulares, ingenio, web 2.0

ABSTRACT

The popular English poem “Roses are Red” has been modified throughout history with a multitude of different goals. In recent years, a growing phenomenon on the Internet focused on displaying wit has taken this poem a step further: it is reused in combination with headlines from the press. These headlines, which are often shocking and strange, are introduced with the first verse in this way and a rhyme is built in a process of non-creative writing (Goldsmith), feasible given the contemporary development of the *sample* (Fernandez) and the notion of the semionaut (Bourriaud). In this article I analyze the phenomenon with a first approximation to the production in Spanish on Twitter. Afterwards, the article focuses on an extensive corpus in English language obtained through Imgur, which allows us to detect the common traits that are transcultural and transcend linguistic boundaries.

Therefore, through the analysis of the localized texts we establish the predominant features of the re-semanticization of both the original poem and headlines to create humorous micro-poems that we interpret culturally through the Neo-baroque theory (Calabrese) and its exploitation of wit. The results show a phenomenon of Anglophone origin, but of increasing popularity in Spanish, which responds to the Neo-baroque factors of the contemporary society on the Internet. This is possible thanks to the popularization of the idea of the common sharing and the textual re-semanticization that gives rise to new productions that pursue a poetic aesthetic and humorous execution.

KEYWORDS: micro-poetry, electronic literature, non-creative writing, headlines, wit, web 2.0.

1. Introducción: las rosas son rojas

Los microgéneros literarios han estado tradicionalmente unidos a la búsqueda del resorte ingenioso y, a través de este mecanismo, enlazar tanto con el humor más burdo como con el más intelectualoide. En el espacio de la red algunas de estas características se han potenciado más si cabe, por el contexto de comunidades y la búsqueda de una popularidad virtual entre los usuarios de redes sociales, lo que se construye fundamentalmente a través de la viralización de contenidos en estos contextos de intercambio dialógico. No solo eso: también se puede ver reforzada, más si cabe, la tradicional hibridación de géneros de la microficción, lo que contribuye a desdibujar las fronteras textuales o, al menos, a lograr que los cajones que aíslan unos textos de otros desde las taxonomías clásicas resulten potencialmente confusos.

En este caso, nuestro foco de atención va a estar en un fenómeno que supone una hibridación textual poesía-prosa a partir de operaciones de apropiación y resemantización de textos ajenos por usuarios de la web: la escritura de poemas a través de titulares de actualidad extraídos de titulares de prensa.

Este fenómeno, como veremos, ofrece dos importantes variaciones en su composición textual dentro de las técnicas de escritura no-creativa: textos que se apropian de un titular completo o parcial y realizan una escritura adicional, y aquellos que no alteran un modelo poético concreto. En este caso, nosotros nos centraremos específicamente en unos versos en inglés extraídos del poema popular “Roses are red, / Violets are blue. / Sugar is sweet, / And so are you”. Se trata de un cliché poético habitual de la temática amorosa que tiene su origen en un poema de 1590 de Sir Edmund Spenser que, desde entonces, ha ido experimentando múltiples variaciones hasta su actual forma como popular canción infantil inglesa. El texto original es una estrofa del poema épico *The Faerie Queene* que terminaba con la rima “She bath’d with roses red, and violets blew, / And all the sweetest flowers, that in the forrest grew”. A partir de ahí, con la popularización del poema, un proceso no-creativo altera esa rima y en el siglo XVIII ya se encuentran impresas variaciones de este con el pareado “The rose is red, the violet’s blue, / The honey’s sweet, and so are you”. La popularización entraña siempre deformación, sea un poema inglés del siglo XVI, unos versos de Lorca en el XX o la canción de moda del verano pasado.

Desde luego, existe toda una tradición de poemas satíricos a partir de estos versos, incluyendo la parodia musical de Roger Miller en su canción “Dang Me” de 1964, la de los hermanos Marx en la película de 1932 *Horse Feathers* e incluso una hecha por el humorista inglés Benny Hill. Cada una de estas variaciones aprovecha para sacar punta a algún tema polémico o de actualidad en su momento y, aunque hay un gran número de variaciones, los dos primeros versos centrados en el color de las rosas y las violetas son casi siempre inalterables o, al menos, los menos modificados: representan una clave fundamental que el receptor pueda saber qué tipo de mensaje vendrá a continuación y, por supuesto, su rápida identificación permite igualmente jugar con el horizonte de expectativas de los receptores.

Por tanto, este tipo de alteraciones textuales funcionan en la medida en que el referente que se emplea como modelo para alterar el texto que sirve como base es compartido por emisor y receptor. De la misma manera, cuanto mayor será la distancia entre ambos textos por su intención y tono, más sorprendente puede resultar para el lector. Dicho de otra manera, si se emplea —como en los casos que vamos a ver— una

rima infantil y ñoña, producirá más contraste y será más transgresiva cuanto más crudo sea el referente periodístico empleado para construir el nuevo texto.

De la misma manera, se produce un choque de géneros: el titular periodístico es en sí mismo un subgénero propio dentro de las funciones informativas del lenguaje. Por supuesto, podría discutirse cómo los titulares en los medios actuales han perdido buena parte de su ideal informativo (¿qué?, ¿quién?, ¿dónde?, ¿cuándo?, ¿cómo?) para apostar por despertar la curiosidad del lector sin más, sin importar lo fidedignos o informativos que sean (esto es, el conocido como *clickbait*)¹, pero no es ese nuestro tema en estas páginas. Frente a ese titular periodístico, que idealmente debería ser informativo y neutro, se sitúa un componente poético de marcado sentimentalismo y soniquete palpable.

Estamos, así, ante una hibridación prosa-poesía, que se sitúa en la esfera tradicional del microcuento, pues, como propuso Andres-Suárez, el microcuento resulta muy próximo al texto poético, pese a que su intencionalidad sea diferente. No en vano, algunos de los subgéneros que componen la microficción (como epigramas, apotegmas, refranes, etc.) bien pueden adoptar características estéticas e incluso formales propias de lo poético. Recurrir a titulares y combinarlos con aspectos poéticos es una microtextualidad que entra en los parámetros previsibles por la proximidad entre ambos mundos. De hecho, la naturaleza híbrida del microcuento ha sido reivindicada múltiples veces en el pasado, antes incluso de la gran explosión de los medios digitales. Ya en el manifiesto de la revista *Zona de Barranquilla* (Colombia) que firmaba Laurián Puerta se decía que este tipo de texto es “un híbrido, un cruce entre el relato y el poema [que] no posee fórmulas o reglas y por eso permanece silvestre o indomable. No se deja dominar ni encasillar y por eso tiende su puente hacia la poesía cuando le intentan aplicar normas académicas” (citado en Brasca 3). Igualmente, puesto que muchas de las intervenciones que vamos a ver se sustentan en capturas de pantalla o incluso fotografías de titulares de prensa extraídas de volúmenes impresos, no podemos obviar que la incorporación de elementos visuales no es tampoco algo novedoso propio del mundo digital. Yepes señalaba en 1996 que el microcuento había mostrado ya clara propensión a hibridarse con géneros como el tebeo e incluso el graffiti, pues “el microcuento es un modo de expresión que surge al margen de lo institucional [...], y que se caracteriza por su sincretismo y juego con las convenciones. Como la historieta, conforma espacios intertextuales de lectura rápida y masiva, y tiene al ingenio por principio generador” (Yepes 106-07).

El otro factor por considerar es la búsqueda, en ocasiones obsesiva, del ingenio en estas microescrituras y, con él, del humor y la sorpresa. Muchos de los microtextos publicados en redes sociales o comunidades en línea persiguen predominantemente algún tipo de efecto humorístico o sorpresivo. Quieren que el lector los recuerde por su sorpresa, el efecto *shock*, su gracia y la sensación potencial de extrañamiento. No en vano, el microcuento ha sido un género muy vinculado a este tipo de prácticas y su brevedad extrema suele ir de la mano de este tipo de estrategias:

¹ Contenidos en internet que atraen al lector sin importar la calidad o exactitud de la información que incluyen pues predomina la intención de generar ingresos por visitas en la web sobre la de la calidad de la información. Por tanto, es una forma concreta de amarillismo periodístico basado en el sensacionalismo a cualquier precio. Estos titulares buscan aprovecharse de la curiosidad que pueden generar en el lector con cualquier estratagema y sin que importe el valor o la calidad real de la información aportada. Es habitual que tengan forma de pregunta (directa o indirecta), pero que el documento (texto, vídeo, etc.) enlazado no dé en realidad respuesta alguna.

Los microrrelatos parecen estar pensados para el intelectual del futuro: un lector con una cultura media-alta, capaz de cazar chistes, guiños literarios, juegos de palabras; un erudito ingenioso con rapidez de pensamiento [...]. Como los autores clásicos, los contemporáneos toman los llamados 'géneros menores' o 'formas breves' y los transforman, para incluirlos en la estética didáctica del siglo XX o ya del siglo XXI, y así satisfacer las necesidades del intelectual moderno, que busca unir el saber con el ingenio y la risa. (Tejero 14-16)

Por tanto, partimos de una serie de elementos que son, en esencia, tradicionales y que ya estaban bien desarrollados antes de la gran explosión de la escritura electrónica: la hibridación entre componentes de prosa y poesía, la explotación del humor y el ingenio, y la combinación de elementos originales con otros que son apropiados por el creador.

2. Apropiación del titular de prensa y su resemantización

En este tipo de escrituras el autor parte de dos elementos ya existentes: el titular de prensa, que es variable, y el poema, que es un elemento relativamente fijo. De la combinación de estos dos aspectos (y la intervención sobre el segmento poético en determinadas circunstancias) surge un nuevo texto que es, fundamentalmente, el resultado del *collage* de ambos mensajes generados por terceros. Se trata de una estrategia de remezcla o *sampleo*, como la denominó Eloy Fernández Porta. Es decir, se trata de la acción del ejecutor creativo sobre elementos ya existentes. Un aspecto importante para considerar es que el objetivo es la generación un texto nuevo, un nuevo significado a partir de estos significantes, que es fruto de la acción de recombinar, reutilizar y regenerar uno o dos elementos de las piezas. Fernández Porta ha defendido activamente la legitimidad de estos recursos sin que eso conlleve la pérdida de la originalidad, afirmando que “la diferencia entre *samplear* y plagiar es bien clara, y la resistencia a reconocer la originalidad del *sampleador* es un prejuicio posmoderno” (Fernández Porta 121).

Por tanto, Fernández Porta acepta la resemantización y la remezcla basada en fragmentos de terceros para crear nuevas combinaciones que dan lugar a nuevas expresiones creativas. Puesto que aceptamos la legitimidad de la recombinación y reutilización de la voz de otro, el fantasma de la ausencia de originalidad es inevitable. Más allá de la advertencia de Porta para no confundir estos actos creativos con el plagio, debemos prestar especial atención al concepto semionáutico y el precepto de posproducción de Nicolas Bourriaud. Para él, el ámbito de creación artística y cultural ha alcanzado ya un punto de saturación tan grande que ante la imposibilidad factual de inventar desde la nada se parte de la reformulación de lo ya existente: el espacio para la innovación está en los nuevos vínculos e interpretaciones. Los artistas se convierten, por tanto, en remezcladores o, como él los llama, semionautas:

«Semionauts» who produce original pathways through signs. Every work is issued from a script that the artist projects onto culture, considered the framework of a narrative that in turn projects new possible scripts, endlessly. The DJ activates the history of music by copying and pasting together loops of sound, placing recorded products in relation with each other. Artists actively inhabit cultural and social forms. The Internet user may

create his or her own site or homepage and constantly reshuffle the information obtained, inventing paths that can be bookmarked and reproduced at will. (Bourriaud 18)

Estamos ante una herencia posmodernista fruto del desarraigo con la realidad: las metas milenaristas no ejecutadas unidas a las crecientes frustraciones de una clase media castigada por las crisis económicas mundiales que han caracterizado socioeconómicamente a las sociedades occidentales de principios del siglo XXI. Dave Graeber propone incluso que esta deja al autor en una posición de riesgo. El autor es anulado como agente creador al asumir (o imponerse verticalmente) la noción de que todo lo nuevo ha pasado ya, estando condenados a la repetición o al pastiche. En ese sentido, afirma Graeber que:

The postmodern sensibility, the feeling that we had somehow broken into an unprecedented new historical period in which we understood that there is nothing new; that grand historical narratives of progress and liberation were meaningless; that everything now was simulation, ironic repetition, fragmentation, and pastiche—all this makes sense in a technological environment in which the only breakthroughs were those that made it easier to create, transfer, and rearrange virtual projections of things that either already existed, or, we came to realize, never would. Surely, if we were vacationing in geodesic domes on Mars or toting about pocket-size nuclear fusion plants or telekinetic mind-reading devices no one would ever have been talking like this. The postmodern moment was a desperate way to take what could otherwise only be felt as a bitter disappointment and to dress it up as something epochal, exciting, and new. (n.p.)

Toda esta es, en realidad, la misma línea de (no)creatividad que identifica Kenneth Goldsmith en *Uncreative Writing* (2011). En este caso, Goldsmith identifica la situación actual de mediación tecnológica digital como un factor de primer orden en la superación de los valores de la creación en su concepción más tradicional y lo valora en términos herederos de los de Fernández Porta. Así, Goldsmith consideró que el resultado de este proceso general es que “writers are exploring ways of writing that have been thought, traditionally, to be outside the scope of literary practice: word processing, databasing, recycling, appropriation, intentional plagiarism, identity ciphering, and intensive programming, to name but a few”.

A partir de la idea de la remezcla de los textos y materiales ya existentes, disponibles para ser reutilizados porque el procomún de la red así lo permite, debemos aceptar que estas estrategias creativas sitúan a los autores en una esfera de conceptualización. Ortega y Rodríguez apuestan por un uso abierto y público de objetos culturales, distribución de la información, etc., a raíz del concepto de *potlatch* digital. Ellos ponen en el centro de la filosofía del procomún red recursos tan populares como la Wikipedia y su democratización del acceso al conocimiento más allá de la enciclopedia impresa, incluso la disponible en biblioteca pública, por su capacidad de actualización constante y el ideal horizontalizador de que cualquier persona puede ser wikipedista. El procomún digital facilita retomar lo que ya existe, despojarlo de concepto de autoría definida (o bien considerar que esta es de escasa relevancia) y reutilizar esos materiales. La situación del autor tradicional en este contexto es compleja y abre la puerta a cambios de profundo calado: “while the authors won’t die, we might begin to view authorship in a more conceptual way: perhaps the best authors of the future will be ones who can write the best programs with which to manipulate, parse and distribute

language-based practices” (Goldsmith n.p.).

En el caso que nos ocupa, nos encontramos con una actuación sobre dos referentes textuales de autoría difusa por diferentes razones, lo que facilita el juego remezclador. Por un lado, el poema, que es popular y si bien se pueden rastrear sus orígenes hasta el siglo XVI, no tiene autor definido en su forma extendida y popular. Es percibido, en consecuencia, como un texto de todo el mundo, como un refrán u otros versos populares. Aunque tuviera un autor definido, sabemos que este puede ser irrelevante una vez un texto se vuelve popular (Escandell 2018b), por lo que esto no condicionaría su uso masivo en redes sociales.

El segundo texto es variable y, si bien los titulares de noticias son la fuente mayoritaria de los casos documentados, pueden provenir de otros orígenes, como fotogramas de productos audiovisuales (con subtítulos), anuncios, programas de televisión de todo tipo, capturas de videojuegos, etc. En la mayoría de estos casos, como en las noticias, la autoría no es difusa, pero puede ser percibida como irrelevante: los titulares y las noticias pueden provenir de agencias de noticias genéricas, o bien de periodistas de la plantilla. Tanto en un caso como en otro, muchos lectores no prestan demasiada atención a su nombre y suelen centrarse en el medio como una entidad difusa de autoría. Asimismo, son textos informativos que suelen ofrecerse (más en la web) de forma gratuita, ya que el modelo de negocio predominante de los medios de información es la publicidad. Puesto que no tienen intención literaria en su origen y son de libre acceso, no se valora de forma dominante el peso de la autoría y los posibles derechos asociados a la misma. Al fin y al cabo, un titular —más en la era del *clickbait*— asume una función también publicitaria. Y, sin embargo, esta es la parte textual que prototípicamente no se altera en este tipo de fenómenos.

Casi toda la operación de revisión textual y alteración sobre el original se ejecuta, por tanto, en los versos. En particular, en el segundo, pues el primero tiene una función anunciadora y da la clave interpretativa al lector. Cuando el receptor empieza a leer un texto con un “Roses are red” ya sabe que va a encontrarse ante algún tipo de juego, formando una rima, con un titular de prensa (u otro texto) que pueda ser sorprendente y, a ser posible, ingenioso. Por tanto, el segundo verso del poema (“Violets are blue”) es el más alterado, pues el que en última instancia va a hacer la rima con el titular.

El resultado será puramente remezclador, semionáutico y no-creativo, bajo los paradigmas de Fernández Porta, Bourriaud y Goldsmith: sin alterar el titular se reconfigura para componer un nuevo mensaje buscando una rima y prosodia particular mediante la adición de unos versos iniciales que, a su vez, no son plenamente originales, sino resultado de una intervención directa que convierte una pieza informativa en una humorística bajo la apariencia de la rima. La búsqueda de la prosodia y la estética poética le otorgan, en definitiva, un empaque poético.

3. Ni Pulitzer ni Loewe: versos, redes sociales y el predominio de los titulares

Para el estudio del uso del poema “Roses are red” junto a otros textos, hemos establecido un corpus de casos que hemos extraído de la red social Imgur. Se trata de una comunidad de origen estadounidense y predominantemente anglosajona, pero cuyos usuarios son de todo el planeta. Por tanto, la lengua de comunicación general es el inglés y hay un sesgo evidente hacia la cultura anglófona en líneas generales y, muy particularmente, la de EE. UU. y en menor medida Canadá. El fenómeno, sin embargo, es predominantemente anglosajón, aunque está ganando cada vez más popularidad en

lengua española, particularmente desde 2016. En este sentido, nos recuerda al caso de los *greentexts* (Escandell, 2016), que, si bien siguen siendo predominantemente en lengua inglesa, ha ido generando con el paso de los años una comunidad creciente en otros idiomas, incluyendo el español. Es de suponer que si el fenómeno triunfa y se convierte en un subgénero de creatividad en redes sociales también en lengua española lo haga partiendo de un poema de características similares y no necesariamente como traducción directa (la más extendida es “Las rosas son rojas, / el mar es azul, / el azúcar es dulce, / pero más dulce eres tú”).

En los casos documentados en España con “Las rosas son rojas”, hemos podido observar un predominio de uso en Twitter donde los versos se emplean para responder a tuits publicados por terceros. Se sustituye el predominio del origen periodístico, pero el efecto y la estrategia creativa no se alteran. Así pues, se mantiene por lo general primer verso inalterado, se compone un segundo verso diferente y se cita el artículo o mensaje con el que se cerrará la rima. Veamos un ejemplo en español de 2016²:



Imagen 1. “Las rosas son rojas / La tierra es marrón / Rompeme el culo, no el corazon”.
<https://twitter.com/Comprarenchinos/status/817837396066729986> (la cuenta se rebautizó posteriormente como @MemesdeIncognito, nombre de usuario que emplea en la actualidad).

Por supuesto, existen también versiones en español centradas en titulares de prensa, tal y como sucede de forma dominante en lengua inglesa. Como ejemplo, tenemos este tuit de 2016:

² En todos los casos, con independencia de la lengua de origen, en los que se transcriban fragmentos se respetarán las grafías originales. No corregimos o alteramos la ortografía en ningún momento; sin embargo, para facilitar la lectura, no introducimos tampoco marcas como sic u otras.



Soprano
@migueljimemola



Follow

Las rosas son rojas,
las lentejas tienen hierro.

Translate from Spanish



Fcinco
@Fcinco_EM



El hijo del hombre más rico de
China le regala ocho iPhones a su
perro bit.ly/2dm3Dj6



2:15 p. m. · 22 sept. 16

Imagen 2. “Las rosas son rojas, / las lentejas tienen hierro. / El hijo del hombre más rico de China le regala ocho iPhones a su perro”. <https://twitter.com/migueljimemola/status/779055210463371264>.



Imagen 3. “las rosas son rojas, / verde es el helecho / Una vaca mató a un hombre de una patada en el pecho”. <https://twitter.com/niconucleosis/status/779715762621673472>.



Imagen 4. “Las rosas son rojas / La miel es amarilla / Le sacan un pepino del culo y dice que a lo mejor se tragó una semilla”. <https://twitter.com/CarlotaDean/status/1031306542077947905>.

Otros fenómenos de la red, como los *youtubers*, han sido objeto de este tipo de rimas con objetivo satírico o hiriente, a la par que humorístico:



Imagen 5. “Las rosas son rojas, / los girasoles amarillos / estoy harto de mentiras y por eso hago este vídeo”. <https://twitter.com/cinnsajo/status/766612875574145024>.

Y, también como se observa en el estudio sobre el corpus en inglés de Imgur, las temáticas sexuales o aquellas que pueden sonrojar a determinadas personas son objeto recurrente, tomando para ello tanto mensajes o titulares de terceros, como vídeos o contenidos de webs pornográficas:



Imagen 6. “Las rosas son rojas / Verdes son sus rosales / Los #6 beneficios de tragar fluidos vaginales”. <https://twitter.com/RicardoRibon/status/821359587353853952>.



Imagen 7. “Las rosas son rojas... / El cielo es azul.. / Le meten por el culo un jamón Navidul”. <https://twitter.com/MrSalvapapa/status/779072105262579712>.

En el caso español, la mayoría de estos usos del poema se centran en redes sociales y muy particularmente en Twitter, lo que dificulta una sistematización. Sin embargo, con más de dos centenares de casos analizados en nuestra lengua provenientes de usuarios españoles y latinoamericanos (y con un promedio de cientos de apariciones en esta red social mensualmente desde 2017, y a menor ritmo antes), no hemos observado diferencias relevantes con el uso en inglés. Un factor diferencial es que en los casos en español son más predominantes las rimas que mantienen el motivo floral y el color en el segundo verso, aunque no es algo excluyente. Esto parece motivado, en parte, por el deseo de mantener una mayor proximidad al verso original, pero entendemos que las diferencias fundamentales entre la construcción poética tradicional (centrada en rima asonante y consonante en el metro clásico en español, frente a los pies acentuales de la lengua inglesa) juegan también un papel importante en la flexibilidad que perciben los usuarios a la hora de jugar con el lenguaje poético.

Por tanto, una vez comprobado que el fenómeno no presenta variaciones de peso por cuestiones lingüísticas, y con una comunidad anglosajona dedicada a la difusión de este tipo de textos en la web Imgur, nos centramos en ella. Esta web permite el etiquetado de los mensajes y se centra en imágenes, por lo que abundan las capturas de pantalla, pero, también, fotografías de periódicos reales. Por su estructura es posible que los usuarios suban lo que denominan *dumps* (“vertederos”): decenas de imágenes publicadas de una única vez que suelen tener ejes temáticos concretos y que se estructuran y ordenan en un único mensaje. Entre 2014 y 2018 se registran miles de publicaciones, tanto individuales como *dumps*, bajo títulos que incluyen la secuencia “roses are red” o bien con la etiqueta “roses are red”.

Del total de mensajes, un mínimo porcentaje emplea la rima, si bien luego no están relacionadas en modo alguno con el fenómeno o bien son variaciones del poema que no son codependientes de la utilización de poemas externos. Nos parece especialmente significativo un *dump* de 2014 titulado simplemente “Roses are red” (disponible en <https://imgur.com/gallery/oHv99>) que incluye una extensa serie de postales acompañadas de dibujos de corte retro (a veces inspiraos en la estética de la *belle époque* y otros en la época victoriana) y que son muy populares en determinados grupos de internet para hacer comentarios satíricos sobre aspectos sociales diversos, como la caballerosidad, el feminismo o valores de otras épocas. En este caso concreto, el poema se reconvierte en una serie de textos centrados muchas veces en el sexo (“Roses are red / Violets are blue / I’m using my hand / But thinking of you” o “Roses are red / Your panties are lace. / I would like you / To sit on my face”), pero también en la propia poesía (“Roses are red, / here’s something new / Violets are violet. / Not fucking blue”), la música electrónica (“Roses are blue / Violets are blue / My house is blue / I’m blue daba / dee daba die”).

En este periodo hemos recogido un total de 2160 publicaciones diferentes una vez se descartan las repeticiones de usos del poema “Roses are red” junto con otros textos externos. Dado el componente viral de toda publicación en internet, las acciones más populares suelen ser publicadas y republicadas múltiples veces durante años, por lo que algunas intervenciones sobre titulares han triunfado y llevan años siendo republicadas, no solo en Imgur, sino también en otros espacios sociales, como Twitter, Facebook o Instagram. Por supuesto, también se reenvían por sistemas de mensajería para móviles, como WhatsApp, sobre los que no nos es posible obtener datos sobre su popularidad.

Los casos más extremos de intertextualidad y acción semionáutica los hemos localizado en algunos pocos ejemplos que logran prescindir, de hecho, de todo soporte

textual más allá de los versos iniciales³. Esto es posible porque se pretende que el receptor componga la ritma basándose en el conocimiento compartido y memético del segundo elemento, así como su capacidad para dar con la secuencia textual que ejecutaría la rima. Es una rima potencial, por tanto, que puede crear confusión en algunos lectores si estos no comparten todos los elementos culturales y compositivos necesarios. Fijémonos en uno de los casos de este estilo, publicado el 17 de julio de 2018:

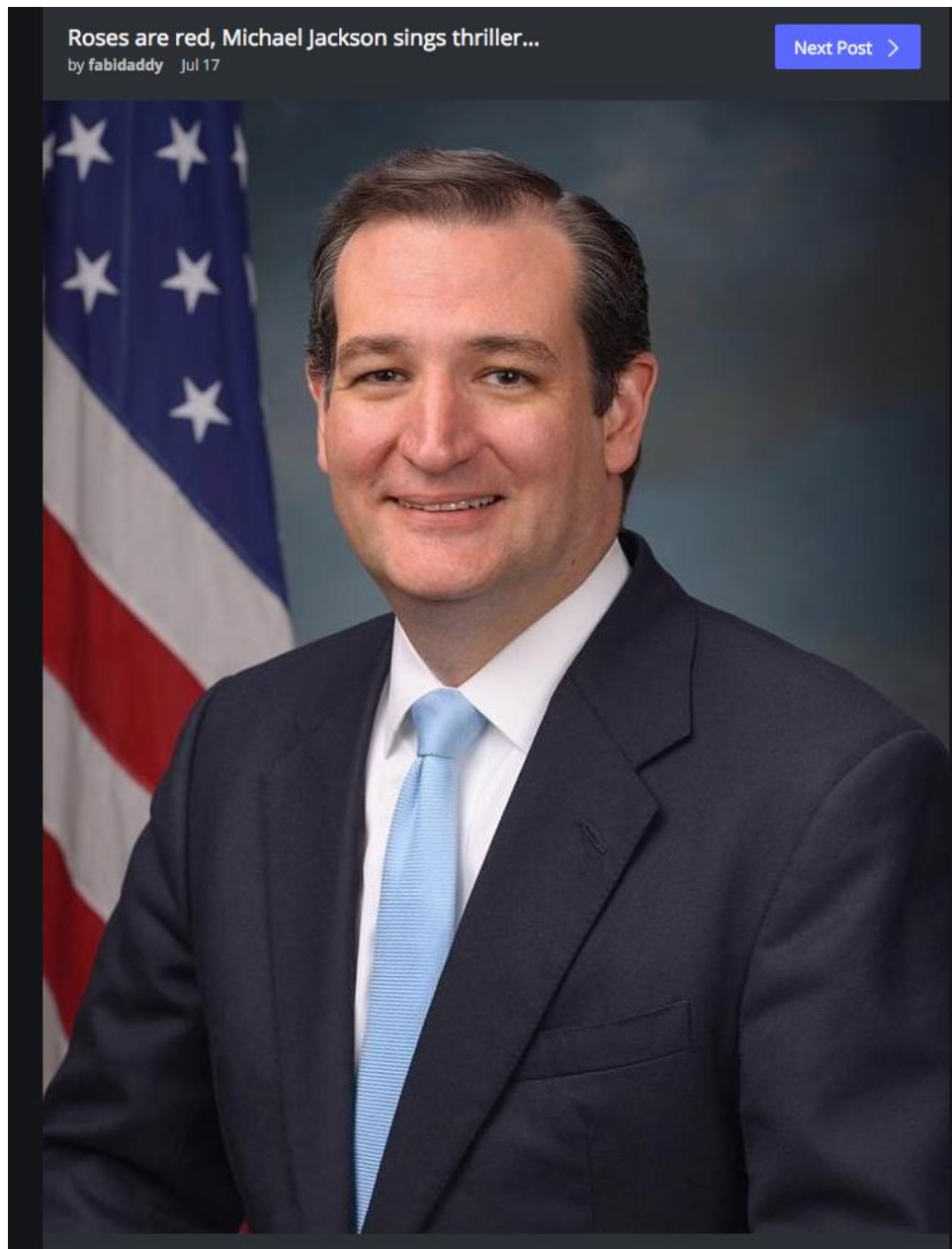


Imagen 8. "Roses are red, Michael Jackson sings thriller...". <https://imgur.com/gallery/VZf3jmb>.

³ En el caso de Imgur, cuando se emplea el título para la construcción derivada de "Roses are red" no puede introducirse salto de línea por limitaciones de la plataforma. Esto hace que el verso se convierta en uno bimembre, de mayor extensión, y las variaciones se centran por tanto en su segunda mitad.

La variación sobre el poema tiene el verso “Roses are red, Michael Jackson sings thriller...” pero no se da continuidad textual. En vez de un componente lingüístico nos encontramos una foto del político republicado estadounidense Ted Cruz, que fue candidato a las primarias del partido que finalmente ganó Donald Trump. Ninguna de las palabras que pueden surgir de esta información rimarían, al menos no de forma evidente. Sin embargo, si conocemos un chiste recurrente en internet (que el propio Cruz ha aceptado con humor) tenemos la respuesta: durante la campaña de las primarias republicadas, empezó a surgir la broma de que Ted Cruz en realidad era el asesino del Zodíaco⁴ con un argumentario inspirado en teorías de la conspiración de lo más delirantes y absurdas, consiguiendo así el efecto cómico que se perseguía. Por tanto, esos versos y esa fotografía pretenden que el receptor resuelva el enigma y componga la rima “Roses are red, Michael Jackson sings thriller... / Ted Cruz is the Zodiac Killer”. Operan, así, los elementos de ingenio, poesía, semionáutica e interpretación textual, tanto en el emisor como en el receptor, para componer un poema textovisual.

Como en el caso español, existe una serie de mensajes (minoritarios en su conjunto) que no emplea titulares de prensa, sino fotogramas de películas o imágenes de diversa procedencia, incluyendo declaraciones de famosos, contenidos de webs pornográficas, etc. Esta miscelánea, pese a todo, es un grupo mínimo y muestra que en la comunidad anglófona este poema se emplea masivamente junto a titulares de prensa, frente a la mayor pluralidad detectada en los casos en español. En estos casos se pierde el factor sorprendente y chocante del titular de prensa y predomina la búsqueda de la rima fácil. Como ejemplo, el siguiente mensaje es uno de los más republicados durante los últimos años:

Roses are red

Violets are blue



⁴ Asesino en serie que operó en California entre 1968 y 1969 que jamás fue identificado. En una carta pública confesó haber matado a 38 víctimas, pero la policía solo confirmó un total de cuatro hombres y tres mujeres. Este caso ha inspirado novelas, películas, programas de televisión, etc., y es uno de los grandes misterios criminales sin resolver de EE. UU., además de ser uno de los primeros mediatizados en extremo por la prensa: el propio asesino buscaba la atención de los medios con cartas y enigmas.

Imagen 9. “Roses are red / Violets are blue / Rough Face Fuck and Facia on Sloppy Teen Part 2”.
<https://imgur.com/gallery/15xr6y6>.

Un ejemplo de explotación de cultura *pop* lo encontramos en el uso de personajes provenientes de series de éxito. La serie *The Office* en su versión estadounidense es una de las más frecuentes y en el siguiente caso podemos ver cómo se aprovecha la estructura memética (Escandell 2018a) para formar la composición:



Imagen 10. “Roses are red, shit is brown / shut the fuck up / and sit the fuck down”.
<https://imgur.com/gallery/YgFSqrR>.

Otros textos optan por utilizar referencias de cultura *pop* en el segundo verso antes de dar entrada al titular de prensa, potenciando así el anclaje intercultural. En el siguiente ejemplo que seleccionamos se recurre a la serie *Breaking Bad* y la célebre frase del personaje de Walter White “I am the one who knocks”. Esta se emplea solamente por la rima, no porque aporte ningún elemento contextual o descodificador de valor al titular de prensa, por lo que su uso responde específicamente al deseo de evocar una serie de éxito y establecer ese vínculo intertextual que puede sorprender al lector que la reconozca, junto a lo peculiar de la noticia:

roses are red
i am the one who knocks

Teens In China Are Putting Cabbages On Leashes And Taking Them For Walks

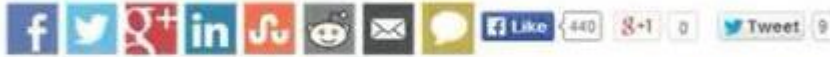


Imagen 11. “roses are red / i am the one who knocks / Teens In China Are Putting Cabbages On Leashes and Taking Them For Walks”. <https://imgur.com/gallery/nMKEs9o>.

Sin embargo, el elemento más común que se observa es que la noticia sobre la que se opera es, de entrada, peculiar y tiene capacidad para sorprender al lector. Cuanto más curiosa, extraña, anómala o inverosímil sea, más llamará la atención, reproduciendo así el componente *clickbait* de la prensa contemporánea. Al ejemplo anterior (y otros que comentaremos) podemos destacar una noticia sobre un hombre que contrae lepra tras mantener relaciones sexuales con un armadillo y que, además, evoca un componente memético más: el mito de “Florida Man”.

Roses are red, dandelions are yellow
by kileyyyrae via iPhone Apr 2 Next Post >

Verizon 9:08 AM 100%
worldnewsdailyreport.com

FLORIDA MAN FALLS VICTIM TO LEPROSY AFTER SEX WITH ARMADILLO



f 6K 

Maytown, FA | A 22-year old man has contracted leprosy after family members admittedly reported to officials that the young man had frequent sexual relations with the family's domesticated armadillo.

Imagen 12. “Roses are red, dandelions are yellow / Florida man falls victim to leprosy after sex with armadillo”. <https://imgur.com/n3g692R>.

Asimismo, aunque la inmensa mayoría del uso de titulares parten de la versión web (por cuestiones de disponibilidad, accesibilidad y simplificación), encontramos algunas fotografías de diarios impresos. Muchas provienen de noticias más antiguas que siguen siendo llamativas, aunque en otros casos esta circunstancia no se da y podemos

asumir que si se opta por ese formato en particular es porque se ha llegado a la imagen del titular llamativo en ese mismo formato y se reutiliza. Veamos un ejemplo publicado en noviembre de 2016:

Roses are red This one goes too far



Imagen 13. “Roses are red / This one goes too far / Woman in sumo wrestler suit assaulted her ex-girlfriend in gay pub after she waved at man dressed as a Snickers bar”. <https://imgur.com/n3g692R>.

En el último ejemplo, el segundo verso, “This one goes too far”, hace referencia tanto al suceso explicado en el titular, como el nivel de detalle de este, su extensión y peso relativo en la página del periódico impreso. De hecho, podemos considerar que el espacio en la página que ocupa el titular ha sido uno de los factores que ha llamado inicialmente la atención sobre el titular, más allá de las circunstancias de la secuencia de hechos expuesta. De la misma manera, evidencia cómo en casos en los que el titular es demasiado largo como para posibilitar una rima que pueda evocar realmente el metro clásico inglés, se opta por la similitud fonética entre el segundo verso y el final del titular.

Con todo, la inmensa mayoría de los casos documentados muestran una utilización de titulares que pueden resultar llamativos ya de por sí, por una amplia cantidad de razones, cuya excentricidad se ve acentuada por la presentación con los versos iniciales. Esto incluye también gracias algo infantiles, como el planeta Urano, que fonéticamente resulta gracioso a niños (y adultos) anglófonos por su proximidad con “your anus”. Por supuesto, si el periodista encargado de la noticia aprovecha para

colar potenciales dobles sentidos cómicos (con o sin intención declarada), el efecto se multiplica exponencialmente, como en este caso documentado el 3 de julio:

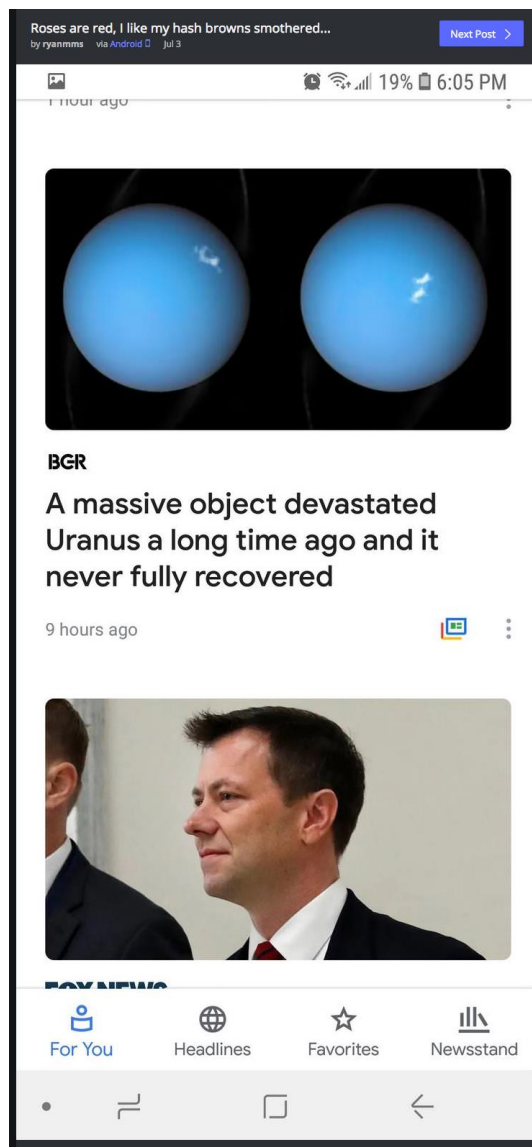


Imagen 14. “Roses are red, I like my hash browns smothered... / A massive object devastated Uranus a long time ago and it never fully recovered”. <https://imgur.com/gallery/mBSuzDb>. El titular original proviene de ese mismo día y tuvo gran difusión en Twitter (<https://twitter.com/bgr/status/1014129625843294210>), viralizándose la que, de otra manera, sería una noticia sobre astronomía de poco calado entre el público general

La propensión al uso de titulares sobre actualidad lo más polémica posible es también destacada, casi tanto como la de noticias alocadas o las procedentes de la sección de crímenes de la prensa, pues estas tienen un fuerte valor chocante para el lector. Por tanto, en los últimos años la política internacional ha cobrado gran relevancia con una fuerte presencia de noticias vinculadas con Donald Trump. Sirva de muestra el siguiente ejemplo del 8 de marzo de 2018 a partir de *BBC News*, que juega además con el doble sentido de “gag” en inglés (por un lado, “censurar”, pero también puede ser una referencia a la práctica sexual de la asfixia erótica):

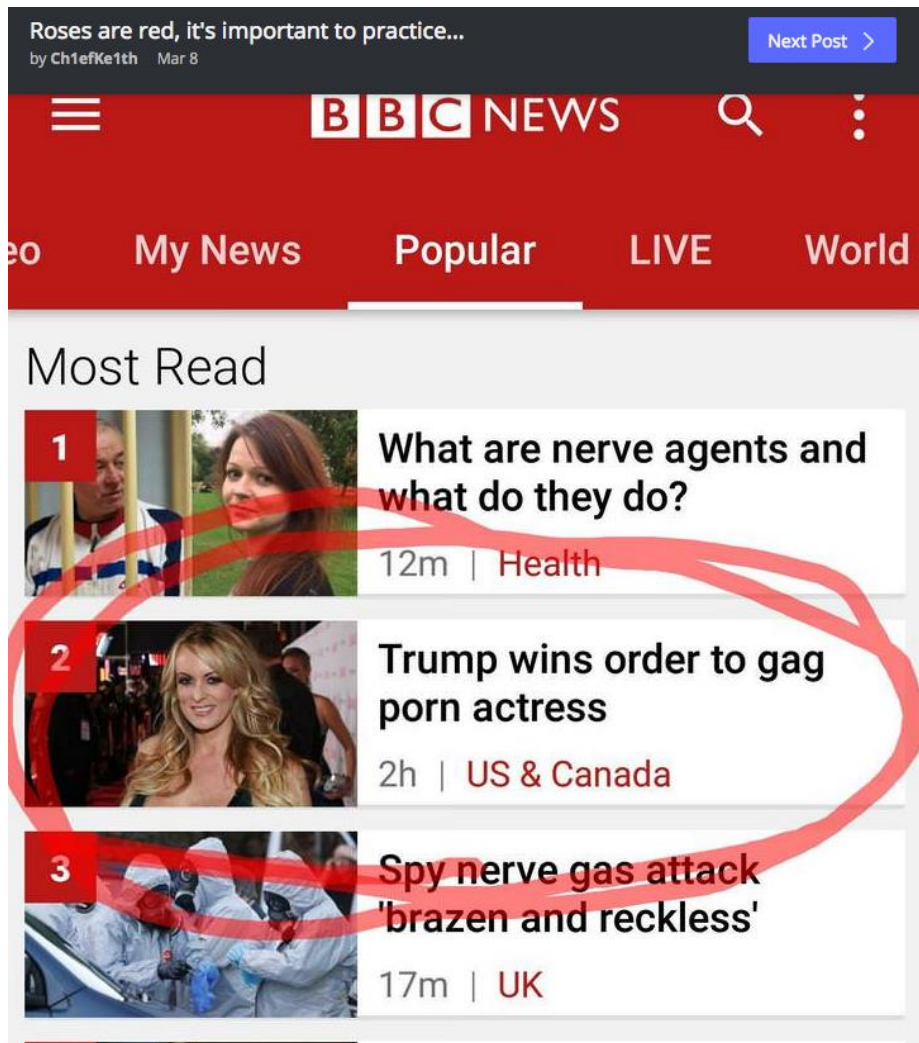
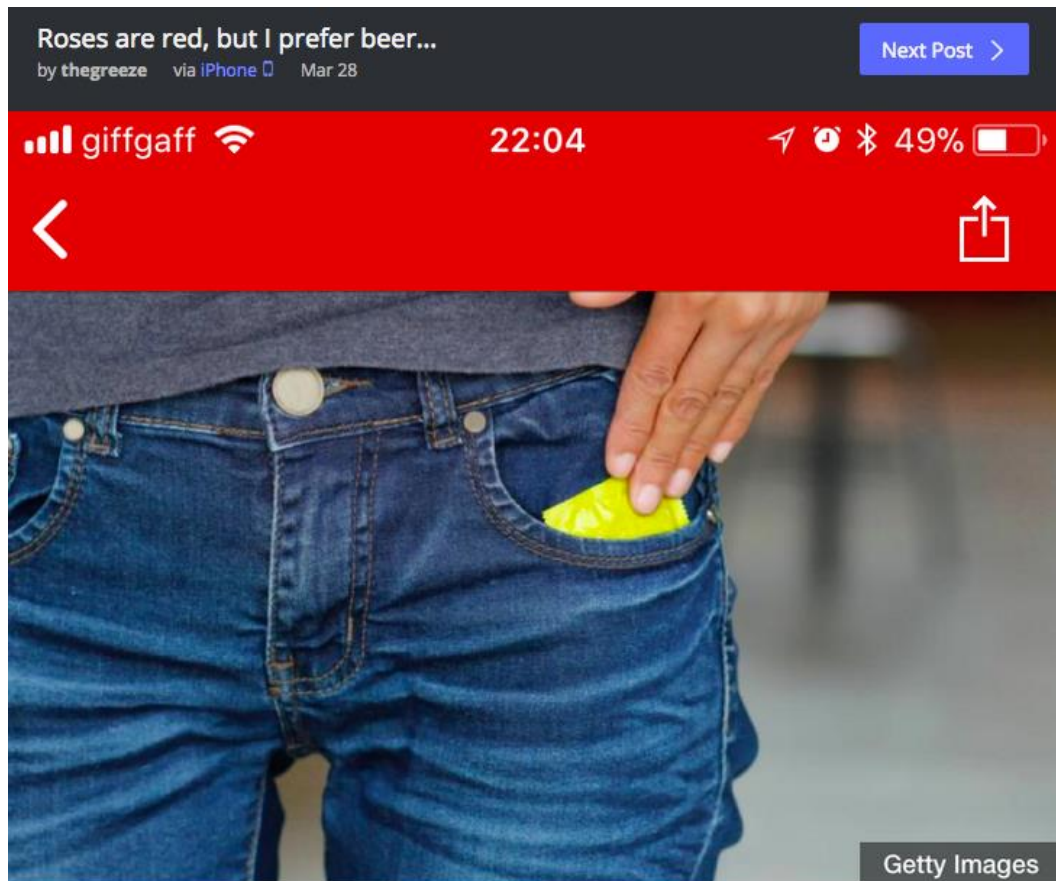


Imagen 15. “Roses are red, it’s important to practice... / Trump wins order to gag porn actress”.
<https://imgur.com/gallery/dXZHA>.

En el corpus hemos dado también con casos en los que la rima es infructuosa. En un caso en particular, la comunidad reacciona criticando que no se ha conseguido el efecto poético, mostrando que ese factor es de alta relevancia para el receptor y entra ya en su horizonte de expectativas a la hora de afrontar este tipo de textos. El texto en cuestión se publicó el 28 de marzo de 2018 y la respuesta más votada por la comunidad es la que le responde directamente que “‘Beer’ and ‘gonorrhoea’ don’t rhyme”⁵, lo que en realidad supone un choque dialectal, pero evidencia esa sensibilidad ante la ejecución del lenguaje poético.

⁵ La rima no se produce en inglés americano, pues “beer” se pronuncia /bɪr/. Sin embargo, en Reino Unido, la pronunciación de “beer” es /bɪə/, por lo que sí se produce rima con /,ɡənəˈrɪə/. En consecuencia, debemos suponer que quien publica el mensaje es hablante británico y quienes le critican o respaldan la crítica con sus votos son hablantes estadounidenses.



Man has 'world's worst' super-gonorrhoea



James Gallagher

Health and science correspondent, BBC News

Imagen 16. "Roses are red, but I prefer beer... / Man has 'world's worst' super-gonorrhoea".
<https://imgur.com/gallery/3DOwt>.

4. Micropoesía al servicio del humor: ingenio y tradición

La constante absoluta que se observa, tanto en el corpus en inglés como en los casos documentados en lengua española, es que el objetivo último de la intervención sobre la noticia y la incorporación de esos elementos poéticos es buscar el humor. En ocasiones la rima juega un papel fundamental, por su capacidad para resultar chocante y ofrecer un punto de vista mucho más jocosos y desenfadado sobre la noticia, desdramatizándola. En otras, sin embargo, los versos solo operan como un anclaje que, si bien puede resultar gracioso por la combinación entre poesía y titular de prensa, no se percibe precisamente como ingeniosa. No son textos fallidos, en la medida en que siguen operando con las reglas establecidas por la comunidad a través de la tradición (uso del mismo poema, posible alteración del segundo verso, y ejecución de la rima con

el titular), pero les falta el componente de astucia e ingenio adicional que hace que se difundan con mayor éxito entre las comunidades en línea.

La búsqueda de la agudeza responde a un componente neobarroco de la sociedad digital, obsesionada con mostrar niveles de ingenio como vía para la popularidad en los espacios 2.0. Aunque la mayoría de los estudios sobre neobarroco —incluyendo los fundamentales de Calabrese y Sarduy— han abordado elementos sociales y culturales diversos de la época contemporánea y su vinculación con la tradición barroca, la preocupación por el ingenio y la agudeza ha sido menor en muchos de los estudios posteriores. En la tradición anglosajona el *wit* ha sido tan importante como el ingenio en la retórica en español —nos remitimos a la retórica de Gracián de 1648—, y poetas como John Donne (1572-1631), Alexander Pope (1688-1744) o Johnathan Swift (1667-1745) han destacado por su uso de este tipo de recursos y elocuencia barroca. Desde el prejuicio cultural, resulta complejo equiparar el ingenio y la agudeza de la retórica clásica históricamente barroca con la reconversión neobarroca y digital.

Sin embargo, resulta imprescindible aceptar el proceso artístico de la escritura no-creativa desde el punto de vista de Goldsmith para comprender que la reutilización de textos de terceros puede suponer la ejecución de actos artísticos que sí son creativos y que en la resignificación y recodificación textual se produce un acto semionáutico que precisa, necesariamente, de ingenio. Es decir, de una capacidad creativa, aguda y humorística (muchas veces, sarcástica) puesta al servicio del *sampleador*.

En el mundo contemporáneo, con un fuerte dominio de lo textovisual, y dominado por la agilidad microtextual de las redes sociales, el salto a la brevedad extrema de Twitter y otros espacios 2.0 supone un cambio en las reglas de juego, pero estas se moldean astutamente por esos creadores ingeniosos que logran sacar punta a la prensa. Es una más de las ejecuciones plurales de la cultura a las que Calabrese hacía referencia y que se ejecuta ahora en el mundo de la virtualidad. Recordemos que el propio Calabrese identificó ya la importancia de lo fragmentario y su papel para construir una noción satírica y paródica del mundo que nos rodea: “el universo cultural se nos presenta fragmentario y originado por estructuras contradictorias que conviven juntas perfectamente” (169). Esto es parte del caos barroco, repetido en la estructura rizomática de las redes digitales y, en consecuencia, en toda la sociedad-red. Es decir, no son imitación directa del modelo precedente, sino que el neobarroco tal y como lo entendemos hoy es el resultado propio e inherente de las innovaciones y transformaciones socioculturales mediadas por las tecnologías digitales y su explotación en el mundo del entretenimiento (Ndalianis).

De la misma manera, la red es en sí misma volátil y movediza, otro rasgo heredado del barroco frente al inmovilismo conservador de lo clásico e intertextual, por lo que se apela continuamente a conocimientos externos que debe aportar el lector para completar la recepción satisfactoria, otro aspecto identificado por Calabrese. Estos quizá no son conocimientos enciclopédicos en su concepción tradicional, pero ya hemos visto con casos como el de Ted Cruz que existen ejecuciones que demandan en un grado muy elevado una fuerte vinculación discursiva entre el texto propuesto y conocimientos previamente existentes para poder ser comprendidos en toda su dimensión.

En cuanto a la importancia de la estructura poética, el ingenio barroco y su simbolismo ponen en posición destacada el ritmo y la rima. Lo poético es una exigencia simbólica y, como tal, sugiere y cifra el mensaje real que subyace en el texto. En definitiva, este es rasgo barroco y neobarroco abordado, que ha sido abordado de forma extensa en los estudios de Cruz. Esto conlleva la explotación del ingenio para la “frase compleja, conceptuosa, que [...] procura finalmente una imagen efectiva del hombre” (Cruz 152) en un esquema de relaciones complejas, no necesariamente transparentes

para el lector, que funcionan como muestra del ingenio creativo. Aunque hay una simpleza aparente y una frivolidad manifiesta en la combinación de “Roses are red” con los titulares de prensa, se establecen a través de la semionáutica esas nuevas relaciones complejas en las que el segundo verso es el plano en el que se crea el espacio para la creatividad mediante la escritura para así funcionar como bisagra entre los dos elementos ya existentes que se *samplean*.

5. Conclusiones

Los comentarios jocosos y las bromas en torno al poema “Roses are red” no son algo nuevo. Desde su concepción hasta su popularización, ya en el siglo XVIII, el texto ha sido necesariamente manoseado y alterado en infinidad de ocasiones hasta adoptar la forma con la que es conocido y popular. Asimismo, al ser una rima tan sencilla, algo pastelosa y sobre un tema tan recurrente como el amor, su difusión y parodia ha sido una constante histórica con modificaciones múltiples, sobre todo en la segunda mitad del texto.

En las redes sociales se parte de lo célebre y reconocible del texto, gracias a su brevedad, rima sencilla y desbocada musicalidad, para potenciar más si cabe sus deformaciones humorísticas. Pero es cuando se da el siguiente paso, no-creativo, de recolocar el principio del poema y reescribir su segundo verso para dar lugar a nuevos textos de sonsonete poético cuando se genera un fenómeno que ha sido específico de la comunidad digital y que ha logrado generar un elevado número de usuarios que disfrutan con su estilo de humor.

Por un lado, se establece un horizonte de expectativas que el receptor sabe que posiblemente será burlado: ese es el primer paso fundamental. Introducir el titular con “Roses are red” hace esperar ya algún tipo de titular que a buen seguro será peculiar o sorprendente y, además, una ritma preferiblemente graciosa. Si el segundo verso (o, si el formato de publicación lo impone al no permitir saltos de línea, la segunda mitad del verso inicial) resulta ingenioso en relación con el titular, el texto es mucho mejor recibido por la comunidad y se celebra su capacidad humorística, en la misma medida que lo chocante del titular seleccionado.

El fenómeno responde, de este modo, también a la proliferación de titulares que buscan ser sorprendentes o noticias que pueden ser consideradas escandalosas como parte del fenómeno del *clickbait* en los medios de comunicación actuales. Esto ayuda a explicar la fuerte presencia de actividades sexuales de toda índole, determinados tipos de conductas criminales o situaciones sorprendentes. Es importante insistir en que los titulares son reales y, en muchos casos, provenientes de periódicos (en línea, pero también impresos) tradicionales.

La combinación de elementos de ingenio barroco para buscar esta reacción sorprendente en el lector y también motivar su anclaje intertextual, junto con las estrategias no-creativas del semionauta, hacen de este fenómeno una subcategoría escritural de la red. Pese a que el espacio para la incorporación de elementos novedosos aportados expresamente por el autor es comedido (el segundo verso), hay un acto creativo implícito (por tanto, no-creativo según la terminología de Goldsmith) en localizar los titulares que van a funcionar al ser sometidos a la reconfiguración poética.

La sistematización de estas operaciones poéticas sobre titulares de prensa hace que sean fácilmente localizables y muy populares en inglés, pero todavía no se ha producido una eclosión con la misma fuerza en la tradición lingüística española. Aunque hemos documentado casos y la fenomenología no es, en esencia, diferente entre

ambos idiomas, la publicación de este tipo de textos es más frecuente en inglés. Su presencia en español parece fruto, ante todo, de la imitación de la tendencia anglófona y no un proceso autónomo paralelo. Pese a ello, el volumen de apariciones tiene tendencia al alza en espacios sociales de la red, como Twitter, y podemos prever que si sigue generando casos desarrollará elementos distintivos de interés fruto de las diferencias entre las tradiciones poéticas española e inglesa, pero también porque el estilo de los titulares de prensa es diferente en ambas lenguas. Por tanto, una ejecución plena y frecuente en español requiere una adaptación mayor que la simple traducción del poema a “Las rosas son rojas” para responder a los cánones literarios, periodísticos y humorísticos dominantes en nuestro canon.

6. Bibliografía

- Andres-Suárez, Irene. “El micro-relato. Intento de caracterización teórica y deslinde con otras formas literarias afines”. *Teoría e interpretación del cuento*. Eds. Peter Fröhliche y Georges Güntert. Bern: Peter Lang, 1997. 87-102.
- Bourriaud, Nicolas. *Postproduction. Culture as screenplay: How art reprograms the world*. Nueva York: Lukas & Sterling, 2002.
- Brasca, Raúl. “Microficción y pacto de lectura”. *Brújula* 1 (2004). <http://webs.sinectis.com.ar/rbrasca/brujula1.html> (última consulta, 5-8-2018).
- Calabrese, Omar. *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra, 1999.
- Cruz Suárez, Juan Carlos. “Nada más que murmullo. Notas sobre el ingenio y la poesía del barroco español”. *La cultura del barroco español e iberoamericano y su contexto europeo*. Eds. Kazimierz Sabik y Karolina Kumor. Varsovia: Instituto de estudios ibéricos e iberoamericanos de la Universidad de Varsovia, 2010. 149-156
- Escandell Montiel, Daniel. “El anclaje textovisual de los memes en las micronarraciones en red”. *Elogio de lo mínimo. Estudios sobre microrrelato y minificción en el siglo XXI*. Ed. Ana Calvo. Madrid-Fránkfort: Iberoamericana-Vervuert, 2018a. 243-254.
- Escandell Montiel, Daniel. “El poema viral de Ben Clark (y sus otros muchos autores)”. *Ocultia Lit* (2018b). <https://www.ocultalit.com/ensayo/el-poema-viral-de-ben-clark-y-sus-otros-muchos-autores/> (última consulta, 5-8-2018).
- Escandell Montiel, Daniel. “Greentexts: minificciones de la empatía y el engaño en los espacios sociales de la red”. *El cuento Hispánico. Nuevas miradas críticas y aplicaciones didácticas*. Eds. Eva Ramos Álvarez Ramos et al. Valladolid: Agilice Digital, 2016. 223-238.
- Fernández Porta, Eloy. *Homo Sampler. Tiempo y consumo en la Era Afterpop*. Barcelona: Anagrama, 2008.
- Goldsmith, Kenneth. *Uncreative Writing*. Nueva York: Columbia University Press, 2011.
- Graeber, Dave. “Of Flying Cars and the Declining Rate of Profit”. *The Baffler* 19 (2012). http://thebaffler.com/past/of_flying_cars (última consulta, 5-8-2018).

Ndalianis, Angela. *Neo-Baroque Aesthetics and Contemporary Entertainment*. Cambridge MA: MIT Press, 2004.

Ortega, Felipe y Joaquín Rodríguez López. *El potlatch digital. Wikipedia y el triunfo del procomún y el conocimiento compartido*. Madrid: Cátedra, 2011.

Sarduy, Severo. *Ensayos generales sobre el barroco*. México: Fondo de Cultura Económica, 1987.

Tejero, Pilar. “El precedente literario del microrrelato: la anécdota en la Antigüedad clásica”. *Quimera* 211-212 (2002): 13-19.

Yepes, Enrique. “El microcuento hispanoamericano ante el próximo milenio”. *Revista Interamericana de Bibliografía* 46 (1996): 95-108.