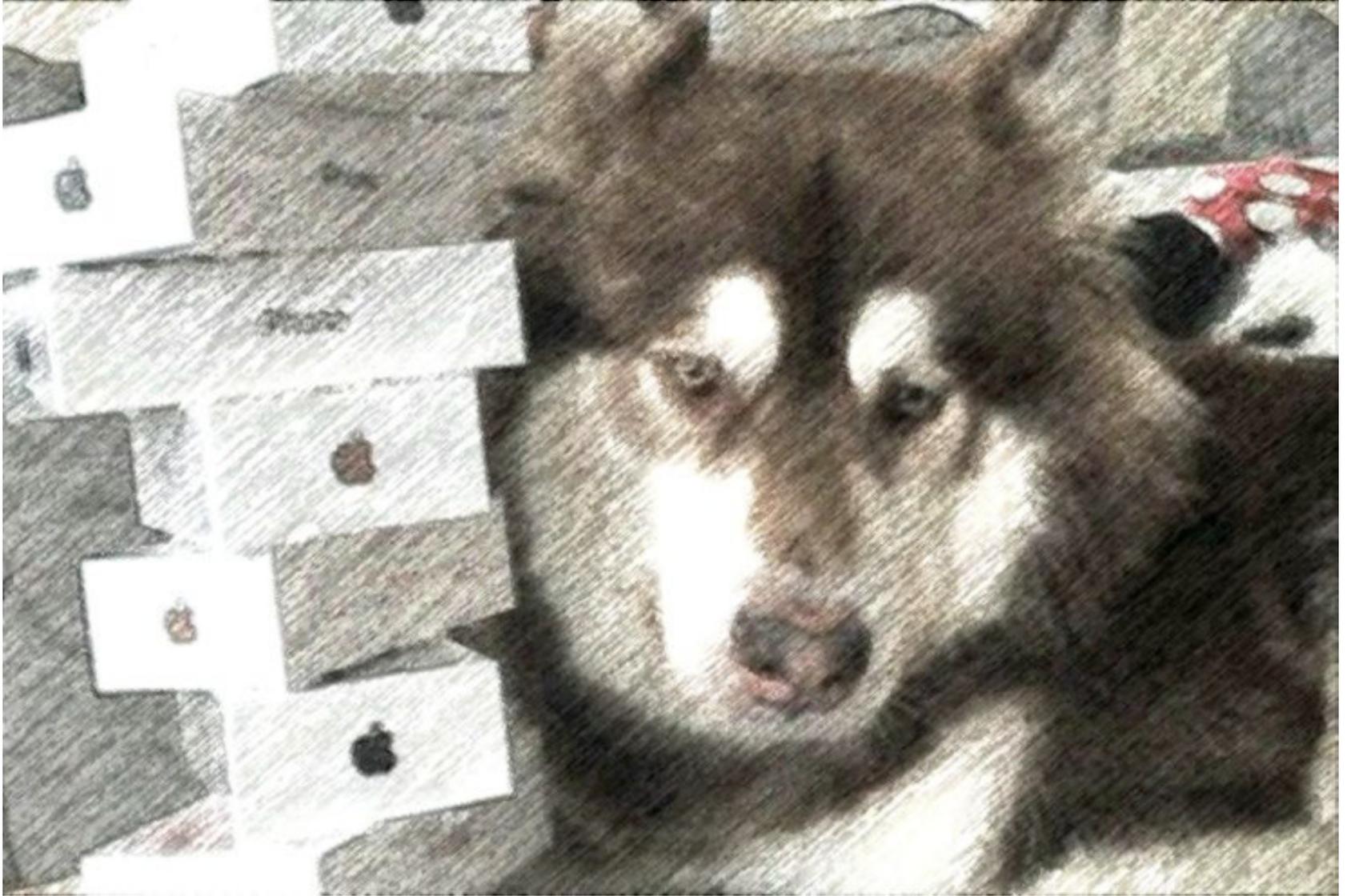


Micropoesía de titular Shock y humor a raíz de “Las rosas son rojas”

Daniel Escandell Montiel



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.

Las rosas son rojas...

Los microgéneros literarios han estado tradicionalmente unidos a la búsqueda del ingenio y, cuando sumamos el componente digital, debemos tener en cuenta la intención de alcanzar la difusión viral para llegar al público. Cuando sumamos ambas cosas nos encontramos con fenómenos de escritura popular como el que presentamos a continuación y que se basan en la combinación de un popular poema inglés con la actualidad y, sobre todo, los titulares de prensa. El poema en cuestión es el célebre “*Roses are red, / Violets are blue. / Sugar is sweet, / And so are you*”. El

primer testimonio escrito de esta rima, que a su vez es una deformación de un fragmento del poema épico *The Faerie Queene* del siglo XVI, se documenta en el siglo XVIII con el pareado “The rose is red, the violet’s blue, / The honey’s sweet, and so are you”. El poema, con variaciones que son fruto de la capa adicional de la traducción, existe en muchas lenguas, incluida el español, donde esta es una de sus formas más populares: “Las rosas son rojas, / el mar es azul, / el azúcar es dulce, / pero más dulce eres tú”.

El objetivo es la generación de 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

Las alteraciones textuales que vamos a ver buscan sorprender al lector. Para ello se persigue generar una gran distancia entre ambos textos (el inicio con el poema y el remate con la noticia): cuanta mayor sea la distancia entre ambos textos, más llamativo es para el lector. De ahí que sea una rima infantil, e incluso ñoña, con finales de crónica negra o similares. También se da un choque de géneros: el titular periodístico es en sí mismo un subgénero propio y en oposición al mismo, con su valor informativo, se coloca un componente poético basado en el soniquete. Estamos, así, ante una hibridación prosa-poesía, que se sitúa en la esfera tradicional de la microficción, según identificó Andres-Suárez: el microcuento resulta muy próximo al texto poético. 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 por dentro de los parámetros previsibles por la proximidad entre ambos mundos. El otro factor por considerar es la búsqueda, en ocasiones obsesiva, del ingenio en

de las piezas.

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.

El titular de prensa es azul...

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 en su libro [*Homo Sampler*](#) (2008). 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 de 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”.

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 y ejecución de la cultura compartida, todo ello bajo el prisma del procomún. Con éste se persigue retomar lo que ya existe, despojarlo de concepto de autoría definida (o bien considerar que ésta es de escasa relevancia) y reutilizar esos materiales. 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 como un texto de todo el mundo, como un refrán u otros versos populares. Aunque tuviera un autor definido, sabemos que éste puede ser irrelevante una vez un texto se vuelve popular, 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”, “El mar es azul”) es el más alterado, pues es el que en última

instancia va a hacer la rima con el titular.

La rima es clave en el mejunje...

Aunque, como sucede con tantas otras tendencias en la red, el foco principal de creación está en lengua inglesa, nuestra intención es centrarnos en los casos en nuestra lengua. Y es que, si bien es cierto que el fenómeno es predominantemente anglosajón, éste está ganando cada vez más popularidad en lengua española, particularmente desde 2016.

Hemos generado un corpus de mensajes encabezados por “Las rosas son rojas” que se han publicado en los últimos dos años en la red social Twitter para analizar el fenómeno y documentar los usos de estos versos. A través de esta extracción de mensajes en Twitter hemos podido observar que en la red social los versos se emplean para responder a tuits publicados por terceros, lo que permite integrar no sólo titulares, sino también comentarios de otras personas. En cualquiera de los casos, se mantiene por lo general el primer verso inalterado, se compone un segundo verso diferente y se cita el artículo o mensaje con el que se cerrará la rima.

En definitiva, si hay una constante en el fenómeno es que cuando se emplea una noticia (como sucede en la inmensa mayoría de los casos), cuanto más curiosa, extraña, anómala o inverosímil sea, más llamará la atención, reproduciendo así el componente *clickbait* de la prensa contemporánea. Asimismo, aunque la inmensa mayoría del uso de titulares parten de la versión web (por cuestiones de disponibilidad, accesibilidad y simplificación), y muchos de ellos parten del retuit de la noticia, nos

Cuando se emplea una noticia (como sucede en la inmensa mayoría de los casos), cuanto más curiosa, extraña, anómala o inverosímil sea, más llamará la atención.

encontramos con capturas de pantalla y muy ocasionalmente con algunas fotografías de diarios impresos. En estos casos son titulares que provienen de noticias 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 una serie de muestras que nos sirven para ilustrar los usos localizados. Nuestro primer ejemplo seleccionado se publicó el 7 de enero de 2017 y se basa en tomar un mensaje de carácter sexual de una usuaria de la red, que se había publicado originalmente en agosto de 2016 dando lugar a “Las rosas son rojas / La tierra es marrón / Rompeme el culo, no el corazon”.



Memes

@MemeDeIncognito

Seguir



Las rosas son rojas
La tierra es marrón



Belén Soliz

@beluu_soliiz



Rompeme el culo, no el corazon.

4:53 PM · 18 ago. 16

16:56 - 7 ene. 2017

Fuente: <https://twitter.com/MemeDeIncognito/status/817837396066729986>.

Sin embargo, y como señalábamos antes, más allá de este tipo de usos, las publicaciones dominantes son —como en inglés— aquellas que se centran en la reutilización de titulares de la prensa. En este sentido, los titulares sobre noticias estrambóticas o singulares que causan cierta sorpresa

resultan favorecidos, pues se consigue no sólo la viralidad por el potencial de la rima, sino porque el propio hecho noticiado es peculiar. Tomemos como ejemplo este mensaje del 22 de septiembre de 2016 a partir de una noticia del mismo día, que da como resultado la secuencia “Las rosas son rojas, / las lentejas tienen hierro. / El hijo del hombre más rico de China le regala ocho iPhones a su perro”:



Space Cowboy

@migueljimemola

Seguir

Las rosas son rojas,
las lentejas tienen hierro.



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

16:30 - 22 sept. 2016

O como el siguiente, extraído de la crónica negra, pero con un toque rural que resulta singular para el público urbanita. En esta ocasión no se responde a un tuit previo del medio de comunicación, sino que se inserta una captura de pantalla. Noticia y titular datan del mismo día, el 24 de septiembre de 2016, con el texto final “las rosas son rojas, / verde es el helecho / Una vaca mató a un hombre de una patada en el pecho”:



Nico



@niconucleoso

Seguir

las rosas son rojas,
verde es el helecho



Una vaca mató a un hombre de una patada en el pecho

INFOBAE.COM

Como se puede intuir por los ejemplos vistos, los titulares con temática sexual son recurrentes en este tipo de prácticas, pues suelen resultar burdamente cómicos. Aunque en principio esto podría ir contra los ideales del ingenio, sí responden bien a las motivaciones de viralidad. Tomemos como ejemplo el tuit publicado el 20 de agosto de 2018 empleando la captura de pantalla de una noticia que se publicó en abril del mismo año en

múltiples medios con idéntico titular (pues fue difundida por agencia de prensa): “Las rosas son rojas / La miel es amarilla / Le sacan un pepino del culo y dice que a lo mejor se tragó una semilla”:



drama queen 👑

@CarlotaDean_

Seguir



Las rosas son rojas
La miel es amarilla



en pruebas

SUCESOS

Visto en

Haynoticia.es

Le sacan un pepino
del culo y dice que a
lo mejor se tragó
una semilla

18:26 - 19 ago. 2018

Fuente: https://twitter.com/CarlotaDean_/status/1031306542077947905.

Teniendo en consideración el buen rendimiento (en cuanto a retuits) de

este tipo de creaciones, no puede extrañarnos que haya quienes hayan recurrido directamente a los nombres de vídeos o contenidos de webs pornográficas. Sirva como ejemplo este mensaje del 22 de septiembre de 2016 que resulta en la rima “Las rosas son rojas / Verdes son sus rosales / Los #6 beneficios de tragar fluidos vaginales”:



Guiliam

@MrSalvapapa

Seguir



Las rosas son rojas. La violeta es azul.



17:37 - 22 sept. 2016

Fuente: <https://twitter.com/MrSalvapapa/status/779072105262579712>.

Con los centenares de casos analizados en nuestra lengua provenientes de usuarios españoles y latinoamericanos no hemos observado diferencias relevantes en cuanto al tipo de explotación de “Roses are red”, es decir, en la lengua inglesa. Si hay un factor diferencial, éste es que en español hemos detectado que hay una mayor predominancia de las rimas que mantienen el motivo floral y el color en el segundo verso de la composición. Esto parece motivado 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.

Y en Twitter gusta el bululú

La constante absoluta en estas escrituras de la red 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 jocoso y desenfadado sobre la noticia, desdramatizándola. 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. Desde el prejuicio cultural, resulta complejo equiparar el ingenio y la agudeza de la retórica clásica históricamente barroca con la reconversión neobarroca y digital, pese a los trabajos de Calabrese y Sarduy.

***Introducir
el titular
con “Roses
are red”
hace
esperar ya
algún tipo
de titular
que a buen
seguro
será
peculiar o
sorprende
nte y,
además,
una rima***

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 supone un cambio en las reglas de juego, pero éstas 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 hizo referencia en [La era neobarroca](#). 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, lo que ya había enunciado Ndalianis en el apasionante libro [Neo-Baroque Aesthetics and Contemporary Entertainment](#).

En cuanto a la importancia de la estructura poética, su ritmo y rima como exigencia simbólica en la que se sugiere y cifra el mensaje real que

***preferible
mente
graciosa.***

subyace en el texto, rasgo barroco y neobarroco que conlleva la explotación del ingenio en un esquema de relaciones complejas, no necesariamente transparentes para el lector, que son 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 nuevas relaciones entre textos en las que el segundo verso funciona como bisagra entre los elementos ya existentes que son así *sampleados*.

Los comentarios jocosos y las bromas en torno al poema “Roses are red” no son algo nuevo, pero es cuando se recoloca el principio del poema y reescribe su segundo verso 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. 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 rima preferiblemente graciosa. Si el segundo verso 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.

Referencias

- **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.
- **Calabrese**, Omar. *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra, 1999.
- **Fernández Porta**, Eloy. *Homo Sampler. Tiempo y consumo en la Era Afterpop*. Barcelona: Anagrama, 2008.
- **Ndalianis**, Angela. *Neo-Baroque Aesthetics and Contemporary Entertainment*. Cambridge MA: MIT Press, 2004.
- **Sarduy**, Severo. *Ensayos generales sobre el barroco*. México: Fondo

Reseña biográfica

Textos recientes



Daniel Escandell Montiel

Ensayista español. Es doctor en Filología Hispánica por la [Universidad de Salamanca, Usal](#) (2012). Es director de la revista [Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital](#) y miembro de diversos grupos y redes de investigación como el [Instituto de Estudios Medievales, Renacentistas y Humanidades Digitales \(IEMYRhd\)](#) o [Inscripciones Literarias en la Ciencia \(Ilicia\)](#). Artículos suyos han sido publicados en revistas como [Ínsula](#), [Inti](#) o [El Profesional de la Información](#). Es autor de libros como *Escrituras para el siglo XXI. Literatura y blogosfera* (2014), *Mi avatar no me comprende. Cartografías de la suplantación y el simulacro* (2016) y *No es web para críticas. El crítico cultural ante los medios digitales y la búsqueda de su espacio en la red* (2018). Es coautor, junto a Fernando R. de la Flor, de *El gabinete de Fausto. “Teatros” de la escritura y la lectura a un lado y otro de la esfera digital* (2014). Tiene en marcha, como coinvestigador principal, los proyectos “New Approaches to Transmedia and Language Pedagogy” y “Transmedia Practices in Higher Education: OERs for students by students”, financiados por el Reino Unido, y “Lectoescritura digital”, financiado por el Ministerio de Educación, Política Social y Deporte (España). Actualmente es *lecturer* de *Spanish & Latin American Studies* en la [Manchester Metropolitan University](#) (Inglaterra). Ha sido docente en instituciones como la Usal, la [Universidad de Valladolid](#), la [Universidad Internacional Menéndez Pelayo](#), la [James Madison University](#) y otras, y ha sido profesor colaborador en otros programas de doctorado y máster en instituciones internacionales como experto en literatura española e hispanoamericana y humanidades

digitales.