

## Literatura iberoamericana en las redes sociales: Coelho, Neruda, García Márquez y Benedetti y su presencia diaria en Instagram

### Ibero-American literature on social networks: Coelho, Neruda, García Márquez and Benedetti and their presence on Instagram

---

CRISTINA SAN JOSÉ DE LA ROSA

Universidad de Valladolid

cristina.sanjose@uva.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6891-3170>

Recibido: 24.09.2020. Aceptado: 09.12.2020.

Cómo citar: San José de la Rosa, Cristina (2020). “Literatura iberoamericana en las redes sociales: Coelho, Neruda, García Márquez y Benedetti y su presencia diaria en Instagram”, *TRIM*, 19: 61-87.

Este artículo está sujeto a una [licencia “Creative Commons Reconocimiento-No Comercial” \(CC-BY-NC\)](#).

DOI: <https://doi.org/10.24197/trim.19.2020.61-87>

**Resumen:** La literatura iberoamericana ocupa un lugar destacada cada día en Instagram. Nuevos perfiles, publicaciones, ‘likes’ o ‘me gustas’, comentarios y las ‘stories’ o ‘historias’ temporales en el perfil con citas o poemas se suman a una presencia constante de literatura que requiere la atención académica de esta ‘conversación universal’ con millones de usuarios de la red social que en 2020 cumple 10 años. Con una ficha de análisis de elaboración propia para la recogida de datos, la investigación se ocupa en una primera parte de los cuatro autores con más *hashtag*: #PauloCoelho, #PabloNeruda, #GabrielGarcíaMárquez y #MarioBenedetti. Su análisis constata la presencia diaria de los cuatro nombres con el brasileño Coelho como líder, con casi un millón de publicaciones con sus *hashtag* o etiquetas. Una segunda parte del estudio se centra solo en los dos poetas, Neruda y Benedetti, para analizar el contenido detrás de las cifras y se observa que importantes perfiles literarios, cuentas personales con *influencers* o publicaciones con fines comerciales mantienen a diario en Instagram los grandes nombres de la literatura iberoamericana.

**Palabras clave:** Literatura hispanoamericana; literatura iberoamericana; literatura en Instagram; literatura en las redes sociales; Paulo Coelho; Pablo Neruda; Gabriel García Márquez; Mario Benedetti.

---

**Abstract:** Ibero-American literature occupies a prominent place every day on Instagram. New profiles, publications, 'likes', comments and temporary 'stories' in the profile with quotes or poems add up in a constant presence of literature that requires the academic attention of the universal conversation with millions of users of this social network that will be 10 years old in 2020. Using a analysis sheetself-made for data collection, the research focuses on the four authors with the most *hashtags*: #PauloCoelho, #PabloNeruda, #GabrielGarcíaMárquez and #MarioBenedetti. His analysis confirms the daily presence of the four names with the Brazilian Coelho as the leader, with almost a million publications with his hashtag. One more step in the study focuses only on the two poets, Neruda and Benedetti, to analyze the content behind the figures and it is observed that important literary profiles, personal accounts with influencers or publications for commercial purposes keep daily in the hotbed of Instagram the great names of Ibero-American literature.

**Keywords:**Hispanic American Literature; Ibero-American literature; literature on Instagram; literature on social networks; Paulo Coelho; Pablo Neruda; Gabriel Garcia Marquez; Mario Benedetti;

---

## INTRODUCCIÓN

En tan solo doce días, Paulo Coelho acapara casi 5.300 *hashtags* o etiquetas en Instagram con su nombre, Pablo Neruda cerca de 2.000, García Márquez 1.700 y Mario Benedetti 1.400. La literatura iberoamericana forma parte activa de esta gran conversación universal en la que se convierte cada día la exitosa aplicación de las fotografías y vídeos que en octubre de 2020 cumple 10 años. Las redes sociales como canal fundamental para la transmisión de la literatura requieren la atención de la investigación académica puesto que su repercusión aumenta a gran velocidad con nuevos perfiles, publicaciones y *hashtag* al minuto. Las actividades en el aula con el uso de las redes o los profesores *instagramer* comienzan a formar parte del día a día en colegios, institutos y universidades. Internet es la gran biblioteca en línea en la que consultar y YouTube, Facebook, Twitter e Instagram se convierten en inmensas ventanas de conocimiento literario con sus posts y fotografías, por lo que su análisis es necesario para conocer el rumbo de la literatura iberoamericana en las redes sociales y sus aplicaciones móviles que tanta capacidad ostentan para atraer nuevos públicos. Los investigadores literarios permanecen alerta y ya surgen trabajos como *La #LiteraturaMedieval y las redes sociales: Instagram de semblanzas y bodegones*, un artículo de María Bosch Moreno que plasma esa interesante unión de literatura y espacio social en la red (Bosch, 2019). La autora realizó una adaptación de su artículo para la web Storyca y destaca una de las conclusiones a la que también nos llevará nuestro

artículo de investigación: la necesidad de estudiar las redes como nuevo canal de expansión de la literatura.

La #LiteraturaMedieval Española, en cuanto a su corpus en Twitter, constituye un sumario de mensajes ligados a entornos educativos con una fuerte impronta anecdótica. Con todo, una vez descubierta su existencia, se abre un panorama sobre la Literatura Medieval categorizada (#) dentro de la web totalmente desconocido en el que seguir profundizando para atender a las claves de este fenómeno, probablemente algo más extenso y complejo de lo que Twitter permite ajustar dentro de (hasta ahora) 140 caracteres (Bosch, 2020).

También cada vez son más frecuentes los estudios académicos sobre los *influencers* con sus aportaciones en campos como la moda, el deporte, la psicología o el turismo (Masip, Camprubí y Coromina, 2018). La cultura encuentra su sitio en las redes y los libros y autores bucean por el océano de posts en busca de nuevos lectores. Estudios como el de Remedios Sánchez y Pablo Aparicio (2020) resultan fundamentales para reconocer el poder de la era digital en el mundo de la literatura. En su artículo *Los hijos de instagram. Marketing editorial. Poesía y construcción de nuevos lectores en la era digital*, defienden que la eclosión de las redes sociales (fundamentalmente Twitter e Instagram) son un medio de promoción y divulgación de la nueva literatura, construida por jóvenes prioritariamente para jóvenes. Analizan cómo el marketing editorial ha auspiciado, al margen de la crítica literaria y de la previsible evolución del canon establecido, la ampliación del mercado de lo hasta ahora considerado poético para nuevos lectores, integrantes todos ellos de la llamada Generación Millennial.

La neoliteratura que surge al calor de Instagram es un fenómeno de masas que ha roto las jerarquías y la dinámica público/privado a las que se refería Juan Carlos Rodríguez (2002) convirtiendo la vida privada en foco argumental por su carácter confesional, con lo que se propicia que quien lee y quien habla puedan identificarse totalmente porque comparten el discurso y la emoción sin ningún tipo de fingimiento ni de construcción de un personaje poemático. Incluso, interactúan a través de las redes (Sánchez y Aparicio, 2020: 49).

Comienza a hablarse incluso de ‘instapoetas’ para referirse a los nuevos nombres que aparecen en las redes sociales con sus versos (Quelart, 2018). Nombres que arrasan con los ‘likes’ o ‘me gustas’. “El problema es el populismo y el relativismo: el criterio del ‘me gusta’ pesa más que el de la literatura” (Alemany, 2019). Instagram se abre como un infinito mundo de posibilidades para la literatura. Puede ser también un recurso didáctico para desarrollar la escritura creativa, como defiende Faustino Medina (2020). Sostiene que la lectura y la escritura representan dos de las competencias más significativas para el desarrollo las capacidades comunicativas, por lo que las redes sociales de internet ofrecen grandes oportunidades a los profesionales de la educación. “La red social Instagram puede funcionar como un recurso didáctico a partir de la planificación adecuada de actividades pedagógicas que incluyan su utilización” (Medina, 2020).

María José Sánchez estudia un caso concreto de teatro con su análisis del perfil de la compañía La Fura del Baus (2019), con lo que se demuestra la posibilidad de un estudio del género dramático con las posibilidades transmedia de las redes. La autora se pregunta en su investigación ¿qué construye La Fura a través de sus fotografías?, ¿qué invita a ver y en consecuencia a hacer? y ¿cómo conforma nuestra mirada, es decir qué vemos y qué dejamos de ver?

## 1. NUEVO ESCENARIO CON INTERNET

Narrativa, poesía y teatro ya no solo se encuentran en los libros de papel o electrónicos. Las posibilidades se multiplican y la literatura se expande por la red para alcanzar públicos inimaginables y adquirir nuevos objetivos. Durante los últimos veinte años, la comunidad literaria se ve afectada por los rotundos cambios que aporta Internet a la formas de comunicación. Rueda, Galán y Rubio consideran que las dos primeras décadas del siglo XX estuvieron marcadas por los avances científicos y tecnológicos que alteran las concepciones tradicionales de espacio y tiempo. Aparece así un mundo “complejo e interrelacionado, caracterizado por la inmediatez, la actualización constante y la globalización de contenidos” (2014: 208). El público tiene una función activa en el proceso comunicativo, como ya vio a finales del siglo Cabrera. La comunicación ‘on line’ supone una revisión al proceso comunicativo en el que el receptor digital cambia sus funciones puesto que ahora “tiene mayor libertad para elegir los contenidos y para opinar”

(2004: 397). En internet se multiplican los puntos de producción y consumo, es una nueva estructura que da soporte a la comunicación humana y que permite la comunicación en la sociedad global con mayor rapidez y alcance que las redes y los medios de masas tradicionales (Lozano, 2013: 89).

Desde su nacimiento en 2006 con Evan Williams y Jack Dorsey, la red social Twitter pasó de los 8 empleados en sus primeros meses de vida a más de 400 cinco años más tarde, con 140 millones de mensajes al día a principios de 2011. El mundo paralelo de la web 2.0 convierte la comunicación en una “conversación”. Devuelve la tarea de comunicarse a sus protagonistas, la gente. Las instituciones y los medios ya no tienen la exclusiva y la red consigue que los mensajes sean “de ida y vuelta” y ya no van de uno a muchos, “sino de muchos a muchos entre muchos” (Jaraba, 2014: 115). Términos como feedback o interactividad han existido desde las primeras investigaciones del proceso comunicativo pero ahora adquieren otra dimensión porque hay un cambio drástico en las formas de expresión, según Herrero en su libro *Del 11M al 15M. Periodistas y redes sociales en España*. El modelo clásico de “uno a muchos” ha sido desplazado por el “muchos a muchos” puesto que las audiencias son “multiformes”. Las noticias ya no se reciben en el salón de casa sino que el usuario individual y cualquier lugar y circunstancia interactúa en las redes sociales. “Hay un cambio de rumbo en la emisión, recepción, agenda de contenidos y hasta la interpretación del mensaje informativo” (2014: 70-71).

Para nuestra investigación nos detenemos en el impacto de Instagram, la aplicación y red social estadounidense, propiedad de Facebook, para compartir fotografías y vídeos. Nació en octubre de 2010 para iPhone y ahora está disponible para dispositivos Android, iOS y Windows 10. Creada por Kevin Systrom y Mike Krieger, Instagram alcanzó los 300 millones de usuarios cuatro años después de su creación.

## **2. PAULO COELHO, PABLO NERUDA, GABRIEL GARCÍA MÁRQUEZ Y MARIO BENEDETTI**

Los mensajes adquieren nuevos significados con las redes sociales, primero lideradas por Facebook y Twitter y hoy en día también con la indispensable aplicación fotográfica Instagram. El mismo Paulo Coelho (Brasil, 1947), uno de los protagonistas de nuestro estudio, avanzó en 2013 el poder de los espacios virtuales compartidos. “Las redes sociales

son el futuro de la literatura”, dijo el autor en una entrevista en la CNN (Jiménez, 2013). Ya en 2015 era el escritor con más seguidores en Twitter, 10,3 millones (Alcoceba, 2015). Pronto se situó en la elite y hoy en día es uno de los principales *influencers*.

Paulo Coelho ha interiorizado los códigos de Instagram de otra manera. Su cuenta (más de dos millones de seguidores) es una sucesión de fotos de familia y frases inspiracionales –en la línea de su literatura– bien producidas. Es decir, acompañadas de diseños que hagan imposible no darle a compartir porque apelan directamente a las emociones –las buenas– (Marcos, 2020).

El novelista y ensayista brasileño se ha convertido en uno de los autores más conocidos mundialmente, con gran repercusión a través de sus citas en las redes, con más de 225 millones de libros vendidos en más de 150 países y traducidos a cerca de cien lenguas. Desde octubre de 2002 es miembro de la Academia Brasileña de las Letras. *El alquimista* (1988) es un libro metafórico traducido a más de 50 idiomas que se sitúa entre uno de los más vendidos de los últimos 100 años. Desde muy joven manifestó su pasión por la literatura, pero su familia no aceptó nunca su vertiente artística. El éxito de *El alquimista* en Estados Unidos marcó el inicio de su carrera internacional. Varias productoras de Hollywood se interesaron inmediatamente por los derechos, adquiridos en 1993 por Warner Brothers. En los años 60, Coelho comenzó sus estudios de Derecho que nunca terminó, inmerso en el movimiento hippie mientras continuaba con sus primeros escritos y colaboraba con el músico Raúl Seixas, con quien compuso más de cien canciones y logró grandes éxitos dentro del rock. Fue también época de radicalización política y fue encarcelado brevemente por la dictadura brasileña por sus posiciones vinculadas a la izquierda anticapitalista. Cuando abandonó la cárcel se mudó a Londres, trabajó para discográficas como Polygram o CBS y continuó con su trayectoria literaria (Lecturalia, 2020).

Pablo Neruda (Chile, 1904-1973) es uno de los poetas en lengua española que más ha influido en la poesía del siglo xx. Premio Nobel de Literatura en 1971, se crió en la localidad de Temuco, entre “la poesía y la lluvia”, como diría en sus memorias. El asesinato de Federico García Lorca en Granada el verano de 1936, al comienzo de la guerra, afectó tanto al poeta que en sus memorias también dejó constancia: “La guerra de España, que cambió mi poesía, comenzó para mí con la desaparición

de un poeta”. En 1969 se le nombró miembro honorario de la Academia Norteamericana de Artes y Letras y doctor honoris causa de la Universidad Católica de Chile. El 11 de septiembre de 1973 se produce el derrocamiento del presidente constitucional Salvador Allende; las casas de Neruda en Santiago y Valparaíso son destruidas por los militares y la vida del poeta termina doce días después, el 23 de septiembre: “No crean que voy a morirme, me pasa todo lo contrario, sucede que voy a vivirme, sucede que soy y que sigo” (Centro Virtual Cervantes, 1997-2020a).

Gabriel García Márquez. (Colombia, 1927-2014) fue un escritor y periodista imprescindible de la literatura contemporánea. Su primera obra, *La hojarasca*, se publicó en 1955. En esa misma fecha viaja por primera vez a Europa y se queda allí cuatro años en Ginebra, Roma y París. Durante su estancia en Francia escribe *El coronel no tiene quien le escriba* y *La mala hora*. En 1967 publica la que pronto se convierte en su obra más conocida y a la que dedicó más de un año de intenso trabajo: *Cien años de soledad*. En 1982 recibe el Premio Nobel de Literatura y más adelante escribe *El amor en los tiempos del cólera* (1985), *El general en su laberinto* (1989) y *Doce cuentos peregrinos* (1992). En ese tiempo participa también en la fundación de la Escuela de Cine de San Antonio de los Baños (Cuba), donde dirigió anualmente un taller de guion (Centro Virtual Cervantes, 1997-2020b).

Mario Benedetti (Uruguay, 1920-2009) publicó su primer libro en 1945, *La víspera indeleble*, que no se volverá a editar, y un año después, el 23 de marzo de 1946, contrae matrimonio con Luz López Alegre, su gran amor y compañera de vida, a la que conocía desde que eran niños. El año 1960 es una fecha significativa para la trayectoria personal y política del autor. Vivió cinco meses en Estados Unidos, un país que se le “atragantó” por múltiples motivos: el materialismo, el racismo, la desigualdad. Se adscribe abiertamente al grupo de intelectuales afines a la Revolución Cubana (“un sacudón que nos cambió todos los esquemas, que transformó en verosímil lo que hasta entonces había sido fantástico, e hizo que los intelectuales buscaran y encontraran, dentro de su propia área vital, motivaciones, temas y hasta razones para la militancia” (Mataix, 1997-2020). El autor dividió su tiempo entre sus Uruguay y España hasta que tras el fallecimiento de su esposa en 2006 se trasladó a su residencia en el barrio Centro de Montevideo, Uruguay. Con motivo de su traslado, Benedetti donó parte de su biblioteca personal en Madrid al Centro de Estudios Iberoamericanos de la Universidad de Alicante que lleva su nombre (Mataix, 1997-2020).

### 3. METODOLOGÍA

Para el estudio de la presencia de la literatura iberoamericana en Instagram se ha empleado la técnica de análisis cuantitativo para contabilizar las publicaciones y ‘likes’ o ‘me gustas’ a través de los *hashtag* y la técnica de análisis cualitativo para llegar a una primera radiografía de este tipo de literatura en la red social de fotografías y vídeos. Aunque se cuestionó la posibilidad de estudiar etiquetas generales relacionadas con literatura hispanoamericana o literatura iberoamericana, finalmente se ha optado por nombres de autores.

Para marcar el espacio geográfico de la muestra se han tomado los cuatro autores iberoamericanos con más *hashtag* en Instagram: Paulo Coelho, Pablo Neruda, Gabriel García Márquez y Mario Benedetti. El espacio temporal elegido han sido doce días, del 22 de agosto al 2 de septiembre, con la recogida de datos a la misma hora: desde las 14.00 a las 15.00, hora española. Se ha considerado una hora apropiada ya que se trata de primera hora de la mañana en América y última hora de la mañana en Europa, dos momentos de flujo comunicativo en las redes sociales.

La primera fase del estudio –tabla 1– realiza un planteamiento general cuantitativo con la presencia de los cuatro autores a través del *hashtag* que lleva su nombre, datos reunidos en tablas con tres parámetros: la evolución del número de *hashtag* en los doce días, el número de publicaciones por hora (P/H) y los ‘likes’ o ‘me gustas’ por hora (MG/H).

**Tabla 1.** Tabla ejemplo primera fase investigación

<b>23 AG. (14.00-15.00 H)</b>	<b>TOTAL HASHTAG</b>	<b>PUBLICACIONES / H</b>	<b>MG / H</b>
<b>Paulo Coelho</b>	922.364	34	578
<b>Pablo Neruda</b>	434.607	10	105
<b>García Márquez</b>	235.619	7	66
<b>Mario Benedetti</b>	217.953	4	58

**Fuente:** elaboración propia.



La segunda fase del análisis se centra en los dos poetas del estudio: Pablo Neruda y Mario Benedetti. En este caso se trata de un análisis cualitativo para dar un paso más allá y establecer las primeras líneas sobre el contenido que se esconde tras los números de publicaciones y “me gustas”, para lo que se han tomado como referencias las 9 “publicaciones destacadas” al escribir el *hashtag* de cada uno de los dos autores en dos días: el primer día de la muestra, 22 de agosto, y el último día, 2 de septiembre. Con abreviaturas como PM (personal mujer), PH (personal hombre), Com (comercial), Lit (literario) se definen los perfiles. Con abreviaturas como ing (inglés), por (portugués) o it (italiano) el idioma en el que aparecen y otras como Argent o Colom que permiten detectar rápidamente la nacionalidad. La abreviatura NC (no consta) es otro de los elementos para entender las tablas. Se consideran también fundamentales los siguientes datos para después establecer conclusiones: el tiempo (T) que lleva la publicación en destacados, el espacio o lugar (E) desde el que se publica, las cifras generales (Cifras G) de ese perfil con publicaciones/seguidores/seguídos, las cifras de esa publicación (cifras P) en concreto con me gustas/comentarios, la descripción en una o dos palabras de la foto y la descripción en una o dos palabras del texto que acompaña la publicación.

La tabla de elaboración propia –tabla 2– creada para esta segunda fase de la investigación, muy esquematizada a través de las abreviaturas pero a la vez con multitud de datos en una rápida consulta, se convierte en una completa herramienta de trabajo que sirve para futuras investigaciones sobre contenidos en la red social Instagram.

**Tabla 2.** Ejemplo tabla segunda fase investigación

PUBLICACIONES DESTACADAS   22 DE AGOSTO						
Nombre	T	E	Cifras G.	Cifras P.	Foto	Texto
<b>PABLO NERUDA - 434.485</b>						
<b>obviousstate (Com) eng</b>	6 ag.	USA	1.356 102k 1.576	2.598 32	Dibujo	Cita

<b>outlawpoets (Lit) eng</b>	5 días	NC	315 136k 12	9.018 23	Camus	Cita Camus
<b>outlawpoets (Lit) eng</b>	3 días	NC	315 136k 12	6.952 27	Jung	Cita Jung
<b>xqeylem (PM)</b>	11 ag.	Kurd	5 372 362	151 13	Personal	Cita
<b>outlawpoets (Lit) eng</b>	3 ag.	NC	315 136k 12	12,8k 53	Bukowsk y.	Cita Bukowski
<b>Outlawpoets (Lit) eng</b>	6 ag.	NC	315 136k 12	8.767 35	Miller	Cita Miller
<b>razanmajeed (PM) eng</b>	2 días	Duba i	1.082 1.298 883	110 3	Paisaje	Cita
<b>outlawpoets (Lit) eng</b>	10 ag.	NC	315 136k 12	10,3k 30	Frost	Cita Frost
<b>arlen_ dicovski y</b>	1 día	Esp	420 1.653 1.090	278 9	Personal	Cita

**Fuente:** elaboración propia.

#### 4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS

Una vez explicados los motivos de la investigación y la metodología adaptada a este parcial análisis de literatura iberoamericana, el presente estudio se plantea los siguientes objetivos.

1. Observar a los cuatro escritores de literatura iberoamericana con más *hashtag* en Instagram.
2. Detectar la evolución diaria de la presencia de los cuatro escritores en Instagram.

3. Prestar atención al caso de la presencia de la poesía con los dos poetas de la muestra.
4. Comprobar la variedad de perfiles y objetivos de las publicaciones en los dos poetas.

Los objetivos persiguen responder las siguientes preguntas:

¿Cómo se manifiesta la presencia de los cuatro autores con más *hashtags* en Instagram?

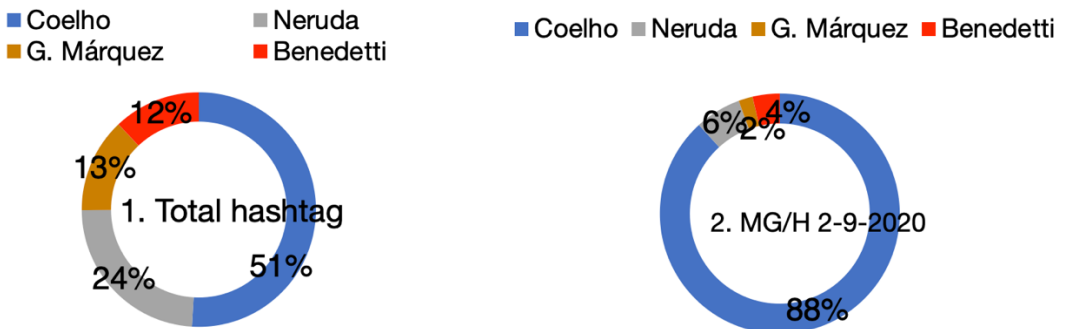
¿La poesía de Pablo Neruda y Mario Benedetti que aparece a diario en la red social Instagram se une a perfiles literarios, personales o comerciales?

## 5. RESULTADOS

### 5.1. Presencia de los cuatro autores en Instagram

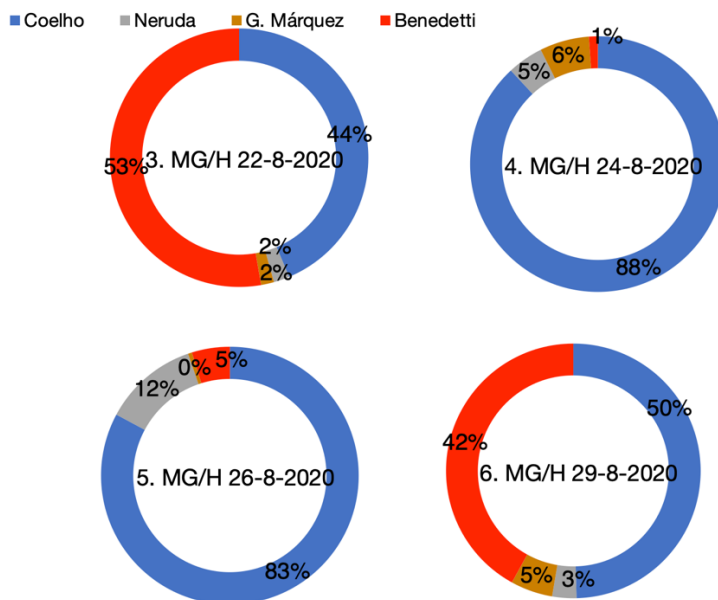
Pablo Coelho ocupa el podio con la mayor presencia en Instagram, con cerca del millón de *hashtag* durante nuestro periodo de estudio que se incrementan cada día. Sigue Pablo Neruda con más de 436 000 en los días analizados, García Márquez con más de 237 000 y Benedetti con casi 220 000 *hashtag*. En porcentajes, Coelho se lleva el 51%, Neruda un 24 %, García Márquez un 13 % y Benedetti, un 12 %. Si nos detenemos en la repercusión a través de los “me gusta” por hora (MG/H), las diferencias son mayores y de nuevo sigue imperando el autor brasileño, como se puede observar en el último día de la muestra, el 2 de septiembre, con casi 5.500 me gustas en una hora, frente a los 387 de Neruda, 119 de García Márquez y 228 de Benedetti.

**Gráfico 1.** Presencia en Instagram (Hashtag totales / ‘me gusta’-hora)



La proporción varía de unos días a otros y así se percibe en los datos recogidos para esta muestra, con cifras dispares de los “me gustas” que dejarían en el último lugar a Neruda y García Márquez si sumamos todos los “me gustas” recogidos para este análisis. Sorprende que Benedetti, en dos días de la muestra, se iguala a Coelho.

**Gráfico 2.** Presencia en Instagram (‘me gusta’/ totales)



En cuanto a los datos generales del incremento durante los 12 días analizados, se constata que es constante y son los dos últimos en la clasificación los que presentan más aumento de los *hashtag*, 0.73 % en el caso de García Márquez y 0.63 % en el de Benedetti. Los *hashtag* experimentan una subida de un 0.57 % con Coelho y un 0.45 % con Neruda.

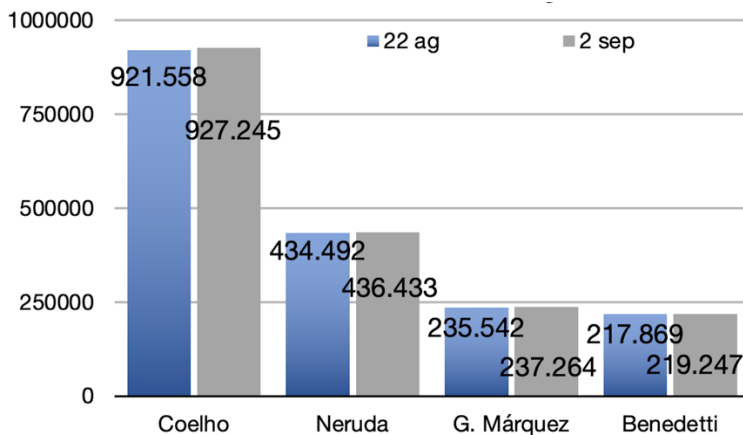
**Tabla 3.** Incremento total de los datos

	22 agosto	2 septiembre	Incremento	
<b>Paulo Coelho</b>	921.958	927.245	5.287	0,57 %

<b>Pablo Neruda</b>	434.492	436.433	1.941	0,45 %
<b>García Márquez</b>	235.542	237.264	1.722	0,73 %
<b>M. Benedetti</b>	217.869	219.247	1.378	0,63 %

Fuente: elaboración propia.

**Gráfico 3.** Evolución de los *hashtag*



La proporción de la presencia en Instagram varía considerablemente si se tienen en cuenta el número de publicaciones, de nuevo con Coelho como líder indiscutible en la red social durante el periodo analizado. Se observa que, durante los doce días estudiados, hay un sábado, 29 de agosto, con gran actividad para los cuatro autores, lo que permite aventurar que un posible estudio de los fines de semana puede arrojar datos muy diferentes sobre la presencia de los escritores en redes sociales. Se trata de un dato que, con el trabajo de campo acotado a solo 12 días, no se puede confirmar, pero que podría plantearse en un futuro. También si el estudio se extiende a épocas no vacaciones, las conclusiones se podrían ampliar con posibles nuevos datos.

## 5.2. Presencia de Neruda y Benedetti en Instagram

Para analizar de forma pormenorizada las publicaciones a través de un análisis de contenido, este estudio presta especial atención al caso de los dos poetas, Neruda y Benedetti. Se exponen a continuación las dos tablas con la información del día 22 de agosto y del día 2 de septiembre que permite obtener valoraciones sobre la presencia de los poetas en Instagram.

**Tabla 4.** Presencia de Pablo Neruda (22 de agosto)

PUBLICACIONES DESTACADAS   22 DE AGOSTO						
Nombre	T	E	Cifras G.	Cifras P.	Foto	Texto
<b>PABLO NERUDA - 434.485</b>						
<b>obviousstate (Com) eng</b>	6 ag.	USA	1.356 102k 1.576	2.598 32	Dibujo	Cita
<b>outlawpoets (Lit) eng</b>	5 días	NC	315 136k 12	9.018 23	Camus	Cita Camus
<b>outlawpoets (Lit) eng</b>	3 días	NC	315 136k 12	6.952 27	Jung	Cita Jung
<b>xqeylem (PM)</b>	11 ag.	Kurd	5 372 362	151 13	Personal	Cita
<b>outlawpoets (Lit) eng</b>	3 ag.	NC	315 136k 12	12,8k 53	Bukowski	Cita Bukowski
<b>Outlawpoets (Lit) eng</b>	6 ag.	NC	315 136k 12	8.767 35	Miller	Cita Miller
<b>razanmajeed (PM) eng</b>	2 días	Duba i	1.082 1.298 883	110 3	Paisaje	Cita

<b>outlawpoets (Lit) eng</b>	10 ag.	NC	315 136k 12	10,3k 30	Frost	Cita Frost
<b>arlen_dicovski y</b>	1 día	Esp	420 1.653 1.090	278 9	Personal	Cita

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 5.** Presencia de Mario Benedetti (22 de agosto)

<b>PUBLICACIONES DESTACADAS   22 DE AGOSTO</b>						
<b>Nombre</b>	<b>T</b>	<b>E</b>	<b>Cifras G.</b>	<b>Cifras P.</b>	<b>Foto</b>	<b>Texto</b>
<b>MARIO BENEDETTI – 217.866</b>						
<b>un.verso.y.un.c afe (Lit)</b>	2 días	NC	940 48,1k 290	1.648 46	Sin ident.	La Tregua MB
<b>un.verso.y.un.c afe (Lit)</b>	2 ag.	NC	940 48,1k 290	4.167 36	Sin ident.	Frase de otro
<b>eltiempoentrel ecturas (Lit)</b>	6 días	Arge nt.	273 9.970 897	496 148	Libro	La Tregua MB
<b>alexandra_gm art (PM)</b>	1 día	Colo m.	1.084 12,9k 1.745	163 14	Personal	Cita
<b>primicias.biz (Com)</b>	1 día	Arge nt.	1.099 1.606 277	5.319 85	MB y cita	Pregunta
<b>un.verso.y.un.c afe (Lit)</b>	3 ag.	NC	940 48,1k 290	2.539 25	Sin ident.	Frase de otro

<b>dnn.sanchez (PM)</b>	3 días	NC	106 684 525	108 1	Personal	Cita
<b>Prosa_y_poesia (Lit)</b>	10 ag.	NC	555 6.393 2.761	370 8	Texto	Frase sin ident.
<b>pedrobarrosob (PH) por</b>	5 días	Port	551 375k 815	10,3k 85	Personal	Poema

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 6.** Presencia de Pablo Neruda (2 de septiembre)

<b>PUBLICACIONES DESTACADAS   2 DE SEPTIEMBRE</b>						
<b>Nombre</b>	<b>T</b>	<b>E</b>	<b>Cifras G.</b>	<b>Cifras P.</b>	<b>Foto</b>	<b>Texto</b>
<b>PABLO NERUDA – 436.433</b>						
<b>outlawpoets (Lit) ing</b>	7 días	NC	307 138k 12	13,2k 73	Borges	Cita Borges
<b>outlawpoets (Lit) ing</b>	24 ag	NC	307 138k 12	9.183 59	Bukow.	Cita Bukowski
<b>kareemi_oficial (Com) por</b>	2 días	Port.	1.257 28,5k 962	887 19	Sin ident.	Poema
<b>emily.ave (PM) ing</b>	1 día	Canad	717 3.034 1.100	148 7	Personal	Cita
<b>gledsondamacena (PH) bra</b>	15 ag.	Brasil	1.519 2.744 683	115 7	Personal	Poema
<b>felicifaller_oficial_11 (PM)</b>	5 días	NC	35 677 351	131 7	Personal	Cita



<b>mariadelapaujaner (PM) cat</b>	4 días	NC	163 10,9k 800	1.172 83	Personal	Poema
<b>literaturafilosofia (PM)</b>	17 ag.	NC	519 9.743 7.484	493 2	Poema de otro	Poema de otro
<b>elianacht (PM) it</b>	3 días	Italia	390 5.337 4.563	421 23	Personal	Cita

Fuente: elaboración propia.

Tabla 7. Presencia de Mario Benedetti (2 de septiembre)

PUBLICACIONES DESTACADAS   2 DE SEPTIEMBRE						
Nombre	T	E	Cifras G.	Cifras P.	Foto	Texto
<b>MARIO BENEDETTI – 219.247</b>						
<b>primicias.biz (Com)</b>	21 ag.	Argentina	1.114 1.637 279	5.508 86	Bened.	Cita
<b>un.verso.y.uncafe (Lit)</b>	3 días	NC	955 50,5k 295	7.982 91	Sin ident.	Cita
<b>un.verso.y.uncafe (Lit)</b>	3 días	NC	955 50,5k 295	5.275 40	Bukow.	Cita Bukowski
<b>derramando_letras (PH)</b>	4 días	Ecuador	629 17,7k 434	214 4	Poema	Poema
<b>un.verso.y.uncafe (Lit)</b>	5 días	NC	955 50,5k 295	4.745 69	Sin ident.	Cita
<b>un.verso.y.uncafe (Lit)</b>	2 ag.	NC	955 50,5k 295	4.245 36	Sin ident.	Cita Bukowski

<b>un.verso.y.unc afe (Lit)</b>	19 ag.	NC	955 50,5k 295	2.027 51	Sin ident.	Cita
<b>mayragonzalez oficial (PM) it</b>	24 ag.	Méxi co	2.218 48,9k 853	6.154 43	Dibujo	Publicida d
<b>mayragonzalez oficial (PM) it</b>	3 días	Méxi co	2.218 48,9k 853	4.954 34	Sin ident.	Publicida d

**Fuente:** elaboración propia.

### 5.3. Análisis de contenido en Neruda

El análisis del 22 de agosto comienza con una publicación del día 6 de ese mes de @obviousstate, un perfil comercial de empresa de diseños de USA que aprovecha una cita del poeta para acompañar una de sus ilustraciones, publicación que conlleva más de 2.500 ‘me gustas’ y durante esa jornada se sitúa en primer lugar de ‘publicaciones destacadas’ a pesar de llevar 16 días en instagram.

El siguiente perfil que aparece entre las ‘destacadas’ es @outlawpoets, una cuenta en inglés destinada a citas literarias sin localización y anónima solo encabezada con la siguiente descripción: “Some people never go crazy. What truly horrible lives they must lead” (Algunas personas nunca se vuelven locas. Qué vidas verdaderamente horribles deben llevar). Hay hasta cuatro publicaciones entre el 3 y 19 de agosto de esta importante cuenta con cerca de 140k de seguidores pero ninguna de ellas con citas de Neruda, sino que se trata de textos de otros autores aunque aparecen aquí porque cuentan con el *hashtag* de muchos escritores, entre ellos #PabloNeruda, lo que hace suponer que en otras ocasiones será Neruda el protagonista de la publicación.

Las otras tres cuentas que faltan para cumplir las nueve publicaciones más destacadas corresponden a tres mujeres jóvenes-adultas que emplean un cita para acompañar una foto de ellas mismas en dos casos y en otra se trata de un paisaje. Kurdistán, Dubai y España son las nacionalidades.

Doce días después encontramos datos similares. Encabezan el ranking de las publicaciones más destacadas dos post de @outlawpoets

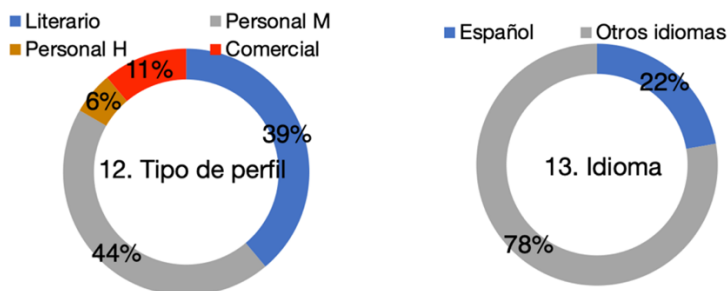
que, de nuevo, no incluyen cita de Neruda sino que solo se encuentra el nombre del poeta en el conjunto de los *hashtag* al final de la cita.

Con más de 28.5k de seguidores aparece también @kareemi\_oficial, de hace apenas dos días, una mujer que se puede considerar perfil comercial puesto que vende otros sitios web y sus publicaciones en revistas o libros. En este caso incluye su foto con una cita de Neruda. El perfil de una mujer, @emily.ave, del día anterior, y de un hombre, @gledsondamacena, de hace 17 días, ambos jóvenes, podrían considerarse comerciales pero, ante sus escasos “me gustas”, es más conveniente incluirlos como perfiles personales, el de ella con una foto de un paisaje y una cita de Neruda y en el caso de él con la foto de su rostro y una cita también del poeta.

Una joven con el perfil @feliciafaller\_oficial\_11 y una profesora catalana, @mariadelapaujaner, con publicaciones de hace 5 y 4 días respectivamente, continúan en el ranking. Siguen otras dos mujeres: @literaturafilosofia\_ y @elianacbt, del 17 y 30 de agosto respectivamente. Las cuatro publicaciones son perfiles personales de gente joven y suben una foto con su rostro que acompañan con una cita o poema, excepto la joven @literaturafilosofia\_, que la imagen que aporta es un poema de otro autor con el texto también de ese autor. Portugal, Canadá, Brasil o Italia son las nacionalidades encontradas en los post analizados.

Los siguientes gráficos sirven para visualizar de forma rápida las 18 ‘publicaciones destacadas’ analizadas en el caso de los dos días de Neruda.

**Gráfico 4.** Evolución publicaciones destacadas Pablo Neruda





#### 5.4. Análisis de contenido en Mario Benedetti

El ranking de las nuevas ‘publicaciones destacadas’ el 22 de agosto comienza con un perfil literario muy presente en el *hashtag* del poeta. Si Neruda tiene un lugar destacado en la aplicación con @outlawpoets que le arroja buenas cifras *hashtags*, Benedetti cuenta con @un.verso.y.uncafe, con 3 publicaciones entre las más destacadas desde el 2 al 20 de agosto.

Completan las nueve publicaciones más importantes de ese día dos perfiles literarios, @eltiempoentrelecturas con un post de 6 días antes y @prosa\_y\_poesía, de 12 días antes, un perfil comercial con el medio de comunicación @primicias.biz y tres perfiles personales de jóvenes, dos mujeres y un hombre, él un actor que consigue con su publicación del poema más de 10 000 ‘me gustas’. Estas últimas cuatro publicaciones llevan entre uno y tres días en la red.

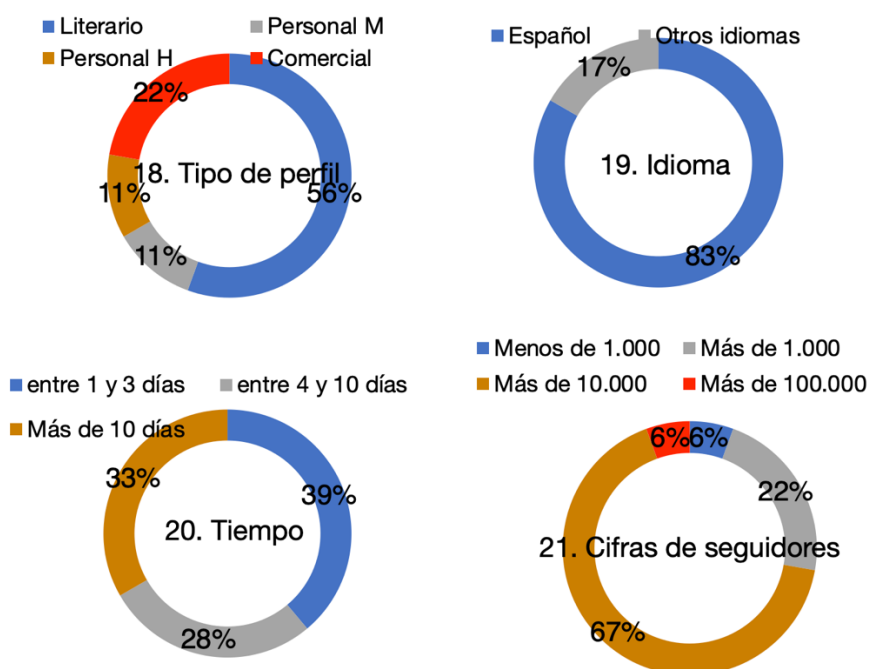
En cuanto a las más destacadas analizadas el 2 de septiembre, inicia la lista una publicación comercial ya mencionada que corresponde a un medio de comunicación, @primicias.biz, una cita del poeta con más de 5000 ‘me gustas’ que se encuentra en la red desde el 21 de agosto. Hay

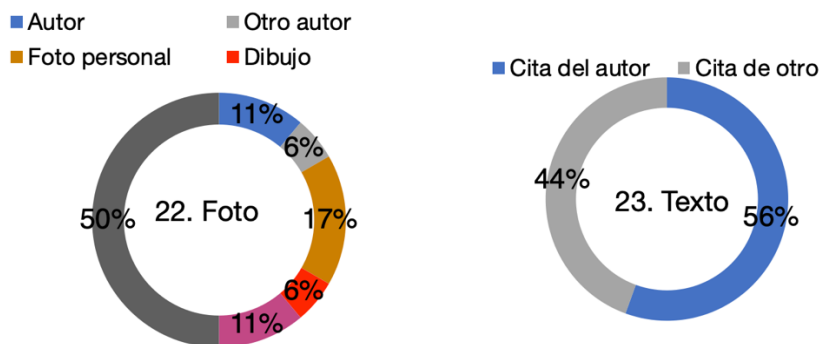
de nuevo hasta cinco publicaciones de @un.verso.y.uncafe, algunas de ellas también entre las nueve destacadas del 22 de agosto.

Completan las nueve publicaciones más importantes de es día @derramando\_letras y @mayragonzalezoficial, esta última con dos posts. Se trata de cuentas personas, la primera de un hombre y la segunda con dos publicaciones de una mujer.

Los siguientes gráficos sirven para visualizar de forma rápida las 18 ‘publicaciones destacadas’ analizadas en el caso de los dos días de Mario Benedetti.

**Gráfico 5.** Evolución publicaciones destacadas Mario Benedetti





## CONCLUSIONES

Con la novedosa metodología de tablas de elaboración propia diseñadas para nuestra investigación en la fase 1 y en la fase 2, se han conseguido recabar completos datos y cumplir los objetivos que planteaba este trabajo, que pretende ser un acercamiento a la presencia de la literatura iberoamericana en Instagram. Partimos de una nuestra centrada en una hora durante 12 días, un tiempo que en un futuro podría ampliarse con nuevos estudios para completar las siguientes conclusiones.

Se ha cumplido, por tanto, el objetivo de observar con detenimiento a los cuatro escritores de literatura iberoamericana con más *hashtag* en Instagram: Paulo Coelho, Pablo Neruda, Gabriel García Márquez y Mario Benedetti. También los resultados permiten detectar la evolución diaria de la presencia de los cuatro escritores en Instagram, cuatro nombres que permiten hablar de una ebullición constante de literatura iberoamericana en Instagram con días en los que se han registrado más de 8000 ‘likes’ en una hora entre los cuatro nombres. Paulo Coelho ocupa el número uno con la mayor presencia en Instagram, con cerca del millón de *hashtag* que se incrementan cada día. Sigue Pablo Neruda con más de 436.000 en los días analizados, García Márquez con más de 237 000 y Benedetti con casi 220 000 *hashtag*.

Estos objetivos permiten responder la primera pregunta y detectar las características de la presencia de los cuatro autores en Instagram.

En porcentajes, Coelho se lleva el 51 %, Neruda un 24 %, García Márquez un 13 % y Benedetti, un 12 %. Si nos detenemos en la repercusión a través de los “likes” por hora, las diferencias son mayores y

de nuevo sigue imperando el autor brasileño, como se puede observar en el último día de la muestra, el 2 de septiembre, con casi 5.500 ‘me gustas’ en una hora, frente a los 387 de Neruda, 119 de García Márquez y 228 de Benedetti. Sorprende que Benedetti, en alguna ocasión, se ha igualado en ‘me gustas’ a Coelho, días en los que alguna de las publicaciones del poeta ha estado ligada a perfiles fuertes, como el caso de una jornada en la que uno de sus poemas acompañó un cuadro del perfil de la Galería de los Uffizzi de Florencia. Dos tuit consecutivos de @uffizigalleries (534k seguidores), en español e italiano, con un cuadro y el poema del autor *El silencio del mar*, consiguieron más de 1.500 MG/H en cada publicación el día 22 de agosto. También hay otro ejemplo de MG/H destacable el día 29 de agosto, con más de 1000 desde @amandachic\_official, cuenta de una joven *influencer* con 311 000 seguidores. Entre las publicaciones destacadas del día 22, se encuentra un post con 5 días de antigüedad del actor portugués @pedrobarrosopb con 10 300 ‘me gustas’.

Aunque el perfil que más ‘likes’ aporta al cómputo general es, sin duda, Coelho, que en la hora analizada el 24 de agosto consigue más de 3.000 MG/H con una publicación desde @paulocoelhodice, con más de un millón de seguidores. La misma cuenta que también consigue 2300 MG/H el día 26 de agosto. El día 2 de septiembre se alza con 2000 MG/H desde @despertareconsciencia, cuenta con 450 000 seguidores.

Otro dato que debe destacarse de la evolución de cifras de los cuatro autores es que, aunque Coelho registra el aumento más alto de *hashtag* en los 12 días, con 5287 nuevos, en porcentajes de incremento son García Márquez y Benedetti los que más crecen. Concretamente los *hashtag* del colombiano aumentan un 0,73 %, le sigue Benedetti con un 0,63 %, Coelho con 0,57 % y Neruda con un 0,45 %.

También nuestros resultados han llegado a cumplir los objetivos marcados en el ámbito de la poesía con el análisis de contenido de la obra de Neruda y Benedetti, dos autores que cuentan con variados perfiles que persiguen fines diferentes, con lo que se responde a la segunda pregunta que pretende esclarecer los perfiles literarios, personales y comerciales relacionadas con los dos poetas..

En el caso de Neruda, existe un importante porcentaje de usuarios que publican con una cuenta personal, la mayoría mujeres, y le sigue de cerca el perfil de tipo literario, que es el que aporta gran parte de los ‘me gustas’. Una cuenta norteamericana que publica en inglés, con más de 136 000 seguidores, es la que contribuye a la mayor parte de los

movimientos con su *hashtag*, aunque curiosamente con citas de otros autores en los días analizados. Neruda aparece como un nombre más en un amplio conjunto de *hashtag* al final de cada cita, lo que hace suponer que en otras ocasiones será nuestro poeta analizado el que ocupe el protagonismo.

En el caso de Benedetti, la lectura de los datos que arrojan las tablas y gráficos permiten unas conclusiones similares. También hay un claro predominio del perfil literario y una cuenta sobre literatura con 48 100 seguidores es la que consigue más movimiento en las publicaciones pero en este caso en idioma español. Con el poeta uruguayo hay un dominio de fotos sin identificar y en el caso de los textos de nuevo se repite alta presencia de citas de otros autores aunque al final aparezca el *hashtag* de Benedetti.

En definitiva, Neruda y Benedetti son utilizados en Instagram para potenciar también el conocimiento de otros autores puesto que es muy frecuente utilizar el *hashtag* con su nombre en fotos y citas de Bukowski, Borges o Camus. En ambos casos hay un goteo constante de perfiles personales de personas jóvenes, entre ellos en nuestro estudio un actor y una *influencer* con elevado número de seguidores. No faltan intereses comerciales asociados a las dos grandes firmas de la poesía hispanoamericana.

Es fundamental puntualizar el movimiento de los contenidos más valorados en esta red social, que se miden a través del apartado ‘publicaciones destacadas’. Los dos autores cuentan en los 18 posts de los dos días analizados con fotos y textos que llevan en este lugar de Instagram menos de 10 días, y en concreto en torno a un 30% de las publicaciones permanecen en este espacio privilegiado 3 días o menos, con lo que se supone que existe un movimiento de contenidos nada desdeñable que no consiguen con facilidad otros escritores.

Con estas conclusiones finaliza un primer acercamiento a la literatura iberoamericana en Instagram a través del análisis de las cifras que se esconden tras los *hashtag* #PauloCoelho, #PabloNeruda, #GabrielGarcíaMárquez y #MarioBenedetti. Un estudio que ha pretendido no quedarse solo en los números y ha dado un paso más allá con el análisis de contenido que existe tras los poetas, Neruda y Benedetti. Se trata de unas primeras páginas que sin duda continuarán en un futuro con nuevos proyectos de investigación para conocer más detalles de esa conversación universal diaria en torno a la literatura que se mantiene en la red social Instagram. Ampliar el estudio a otras franjas



horarias y más días, estudiar el perfil de los usuarios de los ‘likes’ o ‘me gustas’, analizar los comentarios que acompañan cada publicación o estudiar las ‘historias’ (en inglés ‘stories’) con las fotografías y vídeos en el perfil durante 24 horas se convierten en algunas de las metas para próximas investigaciones sobre Instagram como plataforma para los autores iberoamericanos, grandes nombres que escriben su historia con letras de oro ahora también en las redes sociales.

### BIBLIOGRAFÍA

Alcoceba, Sara (2015), “Los escritores con más seguidores en Twitter”, *Elle*, (1 de agosto). Recuperado de <https://www.elle.com/es/living/ocio-cultura/news/g693012/escritores-con-mas-seguidores-en-twitter/>

Alemany, Luis (2019), “La literatura de los 'likes': cómo Instagram ha asaltado el negocio editorial”, *elmundo.es*, (9 de abril). Recuperado en <https://www.elmundo.es/papel/cultura/2019/04/09/5cab711afdddf41388b4622.html>

Bosch Moreno, María (2019), “La #LiteraturaMedieval y las redes sociales: Instagram de semblanzas y bodegones”. En Lacarra Ducay, María Jesús; Aranda García, Nuria; Jiménez Ruiz, Ana M., y Torralba Ruberte, Ángela (coords). *Literatura medieval hispánica: Libros, lecturas y reescrituras*, Madrid, San Millán de la Cogolla, Cilengua. Centro Internacional de Investigación de la Lengua Española, pp. 169-192.

Bosch Moreno, María (2020), “La #LiteraturaMedieval en las redes sociales: Twitter, un punto de partida. *Storica. Edad Media Contemporánea*.” Recuperado de [http://parnaseo.uv.es/AulaMedieval/aM\\_es/StorycaWeb/la-literaturamedieval-en-las-redes-sociales-twitter-un-punto-de-partida/](http://parnaseo.uv.es/AulaMedieval/aM_es/StorycaWeb/la-literaturamedieval-en-las-redes-sociales-twitter-un-punto-de-partida/)

Cabrera, M.A. (2004), Periodismo digital y nuevas tecnologías. En Barrera, C. (coord.). *Historia del periodismo universal*. Barcelona: Ariel.

Centro Virtual Cervantes (1997-2020a), Gabriel García Márquez. Biografía. *Centro Virtual Cervantes*. Recuperado de [https://www.cervantes.es/bibliotecas\\_documentacion\\_espanol/creadores/garcia\\_marquez\\_gabriel.htm](https://www.cervantes.es/bibliotecas_documentacion_espanol/creadores/garcia_marquez_gabriel.htm)

Centro Virtual Cervantes (1997-2020b), Pablo Neruda. Biografía. *Centro Virtual Cervantes*. Recuperado de <https://cvc.cervantes.es/literatura/escriitores/neruda/biografia.htm>

Herrero Curiel, Eva (2014), *Del 11M al 15M. Periodistas y redes en España*, Barcelona, UOC.

Jaraba, G. (2014), *Periodismo en internet. Cómo escribir y publicar contenidos de calidad en la red*, Barcelona, Ediciones Robinbook.

Jiménez Valencia, Sebastián (2013), Paulo Coelho: Las redes sociales son el futuro de la literatura. *cnnenespanol.cnn.com*. (9 de diciembre). Recuperado de <https://cnnenespanol.cnn.com/2013/12/09/paulo-coelho-las-redes-sociales-son-el-futuro-de-la-literatura/>

Lecturalia (2020). Paulo Coelho, *Lecturalia*. Recuperado de <http://www.lecturalia.com/autor/15/paulo-coelho>

Lozano Bartolozzi, P. (2013). *El rapto del periodista*. Pamplona: Eunsa.

Marcos, Ana (2020), Escritores ‘influencers’: los veteranos conquistan las redes sociales. *elpais.com*. (13 de febrero). Recuperado de [https://elpais.com/cultura/2020/02/12/babelia/1581500573\\_007391.html](https://elpais.com/cultura/2020/02/12/babelia/1581500573_007391.html)

Masip Hernández, Laia; Camprubí Subirana, Raquel y Coromina Lluís (2018). “El rol del turista como emisor y perceptor de imagen turística en Instagram”. *Gran Tour*, 17, pp. 111-132. Recuperado de <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/32>

Mataix, Remedios (1997-2020), Biografía de Mario Benedetti. *Centro Virtual Cervantes*. Recuperado en

[http://www.cervantesvirtual.com/portales/mario\\_benedetti/autor\\_apunte/](http://www.cervantesvirtual.com/portales/mario_benedetti/autor_apunte/)

Medina, Faustino (2020), Instagram como recurso didáctico para desarrollar la escritura creativa, *Cuaderno de Pedagogía Universitaria*, 17 (33), pp. 84-93. Recuperado de <https://cuaderno.pucmm.edu.do/index.php/cuadernodepedagogia/article/view/380>

Quelart, Raquel (2018), 'Instapoetas', el nuevo fenómeno literario que causa furor en las redes, *lavanguardia.com*. (14 de octubre). Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/cultura/20181014/452307530288/instapoetas-el-nuevo-fenomeno-literario-que-causa-furor-en-las-redes.html>

Rueda Laffond, José Carlos; Galán Fajardo, Elena y Rubio Moraga Ángel Luis (2014), *Historia de los medios de comunicación*. Madrid, Alianza Editorial.

Sánchez García, Remedios y Aparicio Durán, Pablo (2020), "Los hijos de instagram. Marketing editorial. Poesía y construcción de nuevos lectores en la era digital", *Contextos educativos: Revista de educación*, 25, pp. 41-53. Recuperado de <https://publicaciones.unirioja.es/ojs/index.php/contextos/article/view/4265>

Sánchez Montes, María José (2019). "Teatro e imagen: el perfil de Instagram de 'La Fura dels Baus'", *Pasavento: revista de estudios hispánicos*, 7 (2), pp. 353-363. Recuperado de [http://www.pasavento.com/14\\_07\\_sanchez\\_resumen.html](http://www.pasavento.com/14_07_sanchez_resumen.html)