

Tema 4 Parte B

Medios, redes, constelaciones

En *Lectura y pandemia*, un pequeño librito de conversaciones con Roger Chartier publicado en 2021, hablaba este de una dialéctica entre lo que el denomina *lógica del algoritmo* y lo que menciona como *lógica del mundo impreso*. Podría decirse, a grandes rasgos, que la *lógica del algoritmo* se corresponde con lo que comúnmente se identifica como paradigma digital en los tiempos de la red global. Por el contrario, la *lógica del mundo impreso* se correspondería con lo que identificamos con el paradigma analógico tradicional del libro, cuya tecnología ha sido y es la que pone en juego la imprenta. Para armar esta parte de nuestro tema vamos a partir, matizándola y ampliándola, de esa dicotomía.

El nuevo panorama mediático se debate, en efecto, en los terrenos que señala Chartier. No debemos olvidar que, en este momento de nuestra historia, vivimos en un mundo en el que todavía hay generaciones enteras educadas en el paradigma analógico, con los medios derivados de la imprenta. Junto a ellas, conviven personas más jóvenes a las que se les ha llamado «nativas digitales». Conviene partir de las claves de cada uno de estos dos mundos para poner en claro algunos de los problemas que se derivan de la coexistencia de ambos.

Para nosotros, hoy, la lógica del mundo impreso se identifica con la lógica de la imprenta y de lo analógico. A la hora de desentrañar cuáles son sus claves conviene que recurramos al trabajo ya mencionado de Chartier (2021),

para quien la lógica del mundo impreso es la lógica del viaje, del pasaje entre las estanterías de una biblioteca, los espacios de una librería o los textos de una página del periódico. De esta manera, señala Chartier, se acaba encontrando lo que no se buscaba o lo que se ignoraba, de modo que al lector se le propone salir de sus hábitos y alejarse por un tiempo de ellos. Según el gran investigador francés, proteger esta posibilidad de lo inesperado, de lo sorprendente, es una tarea que deben compartir a la par los lectores y los poderes públicos. Los lectores, porque deben resistir a la facilidad del clic y comprar libros en las librerías, visitar las bibliotecas y preferir lo impreso a su reproducción digital. Los poderes públicos, asumiendo la obligación de decidir las medidas que pueden ayudar a los editores para que mantengan su capacidad de provocación es-

1. MEDIOS

1.1. Lógica del mundo impreso

tética y su exigencia intelectual, así como a las librerías, para que no desaparezcan, y a las bibliotecas, para que se abran a un nuevo público y a nuevas prácticas.

Todavía hoy la lógica del mundo impreso tiende a proyectarse sobre lo que enseguida vamos a conceptualizar como *lógica del algoritmo*. Como señalan Ballester Roca y Rius (2016), tal vez los dispositivos digitales hayan modificado el proceso de enseñanza-aprendizaje, la información e incluso algunas capacidades críticas. Señalan estos dos investigadores que muchas personas, a veces, no acaban de identificar leer y escribir en pantalla como lectura o escritura, dando lugar a un cierto desequilibrio entre la acción realizada por el sujeto y el imaginario inducido por la cultura letrada. Como consecuencia solo se reconocen como lectura las prácticas realizadas en soportes clásicos, que son los que se asocian con la escuela. Sin embargo, y a pesar de la posición defensiva de Chartier, es evidente que las lecturas y escrituras digitales existen, proliferan, y merecen ser objeto atento de consideración.

1.2. Lógica del algoritmo

Chartier, propiamente, se refiere a la *lógica del algoritmo* como una «tiranía del algoritmo», en tanto establece lo que el lector o ciudadano quiere, piensa o desea. Desde su punto de vista, esta entra dentro del marketing de la «edición sin editores», de modo que, en el fondo, se basa en la manipulación de las opiniones. Toda la estrategia comercial, opina Chartier, se vale de la estrategia política de los demagogos: reducir al individuo a una serie de datos para satisfacer sus gustos sin plazo ni error e imponer la tentación del clic, que permite encontrar inmediatamente lo que se busca. No sería prudente

ignorar estas advertencias de Chartier, pero conviene no pasar por alto tampoco que hay otras de corte un tanto más benévolo hacia el nuevo paradigma digital.

En un importante trabajo, *Metáforas de la sociedad digital*, leemos cómo una de esas metáforas fundamentales del nuevo paradigma se construye precisamente a partir de una imagen libresca, solo que un tanto peculiar. Merece la pena conocer la metáfora del «libro desencuadernado»:

Ha sido un acierto, de cuyos beneficios aún estamos disfrutando, imaginar que el espacio digital, la red, es un libro desencuadernado. Millones de páginas ya no cosidas por uno de sus bordes sino hilvanadas por enlaces, o puntadas, entre las palabras que contienen. Esta metáfora para representar, tanto en nuestra mente como en las pantallas de los ordenadores, algo tan enrevesado como la red ha resultado muy oportuna: en muy pocos años ha facilitado la incorporación a internet de un número de personas impensable antes del fenómeno web. (Rodríguez de las Heras, 2015, p. 114)

Contrástese cómo la acusación de demagogia que dirige Chartier al paradigma digital se transforma aquí en casi lo contrario: la confianza en que tal paradigma funciona de un modo esencialmente democrático. Claro que también hay autores (Merino, 2015), que ponen en duda que la digitalización suponga la democratización del libro, en tanto proyectos enormes como Google Books tienden a monopolizar y concentrar el conocimiento en manos de grandes corporaciones. Sea como sea, lo que está claro es que los medios de la sociedad digital están cambiando nuestras formas de leer y escribir. Escandell Montiel (2014) propone por ello el concepto de *blogoficcionalidad*, que en su opinión sur-

ge con la maduración de la plataforma-blog como resultado del uso de ese espacio, la cual se alimenta del uso de la bitácora para dar salida a las pulsiones del yo bloguero y de los rasgos propios de la bitácora. Así, las *blogoficciones* serían obras que tienen sus pilares en el aprovechamiento radical del formato, esto es, en la simulación del propio usuario del blog. Si nos fijamos, muchos escritores y escritoras consagrados han encontrado una manera de seguir ejerciendo su oficio en una prensa escrita que ha adoptado el modelo del blog, con todo lo que ello implica, de una manera desacomplejada. El paradigma digital se impone y se naturaliza, en definitiva, pero sigue planteándonos algunas tensiones.

Una de ellas tiene que ver con lo que se traslada al ámbito de la educación. Para Ballester Roca e Ibarra Rius (2016), de hecho, existe una desconexión de la escuela con el paradigma digital, toda vez que es difícil hacer una programación de aula y organizar experiencias de lectura acordes al escenario cada vez más cambiante de la digitalización. En consecuencia, con asiduidad se produce una desconexión entre programaciones, cánones, experiencias, actividades y planes de fomento lector, es decir, entre todas esas cosas, y los intereses de los discentes a los que se interpela. Mucho nos tememos que este es, en definitiva, el panorama en el que se están educando los alumnos del sistema educativo actual. Y dado que estos están expuestos a los medios digitales, hemos de ver qué sucede con la lógica del algoritmo cuando esta no es sino una de tantas maneras como tiene de hacerse visible la transición desde un paradigma analógico hacia un paradigma digital.

2. REDES

Vamos a hablar de redes en dos sentidos: por una parte, como exponentes de una nueva forma de desarrollar las potencialida-

des de la industria editorial actual en el panorama de las llamadas redes sociales; por otra, como forma de establecer conexiones entre los propios textos, al objeto de buscar una alternativa al clásico canon historicista que ha dominado la enseñanza de la literatura en el sistema educativo desde mediados del siglo XIX hasta prácticamente la actualidad.

En un muy interesante artículo (Benchimol, 2017) encontramos doce claves bastante definitorias de por dónde van perfilándose las directrices de la lectura y la industria editorial en el panorama digital actual. Merece la pena ocuparse de ellas una a una:

2.1. El nuevo paradigma digital

- a. En la lógica del algoritmo, el rol del editor cambia. Ya no es la figura que determina qué contenidos pueden o no llegar a manos de los lectores, puesto que pierde autoridad en un contexto donde cualquier persona está en condiciones de publicar contenidos y que estos alcancen una gran audiencia. Eso no significa que deje de ser importante. En el escenario actual resulta imprescindible que un editor pueda seleccionar, distinguir y visibilizar unos contenidos sobre otros.
- b. El universo digital se articula a partir de la centralidad del usuario. El lector es más un usuario que un lector en el escenario digital, en tanto no solo consume contenidos, sino que se los apropia, los comparte y los utiliza para generar otros nuevos a partir de los leídos, como sucede con las *fanfiction*. Lo inédito es que hoy tenemos la posibilidad de «escuchar» a los lectores, saber qué les genera el contenido que hemos

publicado y ver qué hacen con él.

- c. Un aspecto fundamental de la lógica del algoritmo y del paradigma digital es poder tener la capacidad de producir contenidos en muy diferentes formatos (como imagen, audio, vídeo, animación, etc.), para muy diferentes canales y muy diferentes dispositivos.
- d. En el universo digital, los mercados se atomizan y la demanda de los usuarios de una mayor personalización se acrecienta. Por eso cada vez hay más títulos con tiradas más reducidas. Es importante contar en una mayor fragmentación del contenido que habitualmente se produce, pero, sobre todo, urge dejar de pensar que la unidad de producción ya no son los «libros», sino los contenidos, que deben poder adaptarse y distribuirse de múltiples formas, lo que puede darse en cualquier subsegmento editorial.
- e. Las nuevas herramientas tecnológicas permiten reflexionar sobre cuál es la mejor forma de contar un contenido, lo que implica que, en algunos casos, el mejor formato será el texto, pero que en otros descubriremos que es un vídeo o tal vez una fotografía interactiva, o un mapa de Google Maps...
- f. Dado que lo digital se entiende como servicio, la lógica de servicio se adecua mejor a este nuevo mundo digital. Esto significa que la lógica de producción fabril, que ha sido históricamente dominante, queda desplazada en favor de una lógica de producto en el mundo digital, lo que quiere decir que, una vez algo se publica, requiere una atención y un seguimiento permanentes.
- g. Hay una nueva definición del capital de una editorial, que está compuesto por su catálogo de títulos y, cada vez más, por la comunidad de lectores a la que llegan sus contenidos.
- h. Una de las directrices del negocio editorial es establecer una mecánica de trabajo que consiste en pensar ideas para, a la hora de llevarlas a cabo con el menor esfuerzo posible, medir el resultado, aprender y volver a intentar.
- i. La máxima en la lógica del algoritmo es publicar menos y escuchar más, según Benchimol (2017). En las editoriales ha primado habitualmente la lógica de la producción, pero pocas veces se han articulado estrategias claras y definidas para mejorar la visibilidad de una obra. Si «escuchamos» cualquier red social, todos los días (sin exagerar) encontraremos que cientos de personas se están preguntando «¿qué libro me recomiendan para leer?».
- j. Cada vez más, el contenido tiende a ser independiente del formato en la lógica del algoritmo. Aunque aún no tengamos claro cuál será el formato «definitivo» que adoptará un contenido en los canales digitales, todo dependerá del tipo de contenido editorial y del volumen de contenido que se produzca año a año.
- k. En el contexto digital, las estructuras del negocio editorial cambian. Por eso los equipos editoriales estén predispuestos al cambio permanente.
- l. Es necesario que la relación con otras industrias se cultive más, propiciando el diálogo de la industria editorial con otras industrias culturales, como el mundo de la música, el cine y los videojuegos, por ejemplo. Ello es importante porque estas industrias han atravesado ya muchos de los cambios que aún es-

tán en su fase más reciente en el mundo editorial.

2.2. Culturas participatorias

Cuando hablamos de cultura participatoria (Jenkins et al, 2009, pp. 5-8) hablamos de una cultura con barreras relativamente bajas para la expresión artística y el compromiso cívico, que proporciona un fuerte apoyo para crear y compartir creaciones con otros (normalmente bajo la forma de algún tipo de mentoría informal por la cual lo que es conocido por los más experimentados pasa a los menos experimentados), que congrega a miembros que creen que sus contribuciones importan y a miembros que sienten algún grado de conexión social unos con otros (o, por lo menos, les importa lo que otra gente piensa sobre lo que han creado). En la cultura participatoria, el foco de la alfabetización cambia desde la expresión individual a la implicación colectiva, de modo que, más que tratar con cada tecnología de manera aislada, se aspira a adoptar una implicación ecológica que favorezca la interrelación entre las diferentes tecnologías comunicativas, las comunidades culturales que crecen en torno a ellas y las actividades a las que dan apoyo. Asimismo, la cultura participatoria emerge como cultura que absorbe y responde a la explosión de nuevas tecnologías mediáticas que hacen posible, para ventaja de los consumidores, archivar, anotar, apropiarse y hacer recircular contenido de los medios en nuevos y poderosos modos. De este modo, poner el foco en expandir el acceso a las nuevas tecnologías nos lleva a fomentar también las habilidades y el conocimiento cultural que resultan necesarios para desplegar esas herramientas en favor de nuestros propios fines. La cultura participatoria no se entiende,

además, sin el fenómeno conocido como fandom (Jenkins et al, 2016, pp. 1-2). En él, los fans no simplemente son consumidores de contenidos producidos por los medios masivos, sino una comunidad creativa que toma materiales en crudo de textos del entretenimiento comercial y se los apropia y remezcla como base de su propia cultura creativa. Los fans entienden el fandom como una comunidad informal definida sobre las nociones de igualdad, reciprocidad, sociabilidad y diversidad; asimismo, tienen un largo y claro entendimiento compartido de aquello de lo que estaban participando y de cómo su producción y participación del contenido de los medios contribuye a su bienestar común; y viven una clara tensión entre su cultura y la cultura de las industrias comerciales de la cual toman sus materiales. A consecuencia de todo esto, se dan unos fuertes vínculos entre interpretación, producción, cuidado y circulación como potenciales formas significativas de participación.

2.3. Educación literaria y redes sociales

El impacto de las llamadas redes sociales en la educación literaria puede medirse, bajo nuestro punto de vista, a partir de cuatro

aspectos fundamentales que señalamos a continuación:

- a. En primer lugar, las redes sociales amplían el rango de la mediación. Tradicionalmente los agentes mediadores son la familia, los libreros, el profesorado y la crítica académica, a los que ahora habría que sumar otros como los llamados booktubers, que convierten internet en contexto de mediación (Rosal Nadas, 2022, p. 9). Muchos de los agentes mediadores que provienen de ella tienen gran audiencia y seguimien-

- to, lo que transforma determinados medios, como las plataformas de vídeo, en un escenario donde se transgreden los límites de la educación literaria tradicional, de la prescripción académica o del grafocentrismo (Allué & Cassany, 2023, p. 3).
- b. En segundo lugar, las redes sociales permiten una nueva didáctica. En ella observamos la proliferación de los llamados epitextos digitales didácticos (Rovira-Collado & Llorens García, 2017, pp. 733), esto es, documentos digitales tipológicamente múltiples con funciones comunicativas diferentes, como las de comentar, difundir, modificar y ampliar. Además de enriquecer la educación literaria, las redes demandan nuevas necesidades de innovación y de formación por parte del profesorado.
 - c. En tercer lugar, las redes sociales han generado nuevas formas de lectura. Si bien se trata, en principio, de una lectura constantemente fragmentada, que es de fácil descodificación, con tendencia a la brevedad, apoyada en imágenes y superficial (Rodríguez Cabrera & Arlandis López, 2023, p. 193), también es cierto que la transmedialidad contribuye al desarrollo de la capacidad reflexiva y crítica y de competencias como la lingüística, la digital o la audiovisual (Pérez-García, 2024, p. 200). En la lectura propia de las redes sociales, la interacción se convierte en norma, porque las redes suscitan la conversación social, lo que fomenta un aprendizaje activo y colaborativo, según un modelo que permite desarrollar aspectos como la multimodalidad, el conocimiento compartido, la interacción entre iguales y la construcción de comunidades virtuales.
 - d. En cuarto lugar, las redes sociales impactan en los estilos de aprendizaje. Una razón es que las redes sociales de lectura pueden ser herramientas efectivas para el aprendizaje informal, permitiendo a los usuarios adquirir nuevas habilidades y conocimientos a través de la lectura y la interacción social, lo que incluye el aprendizaje por autorreflexión y autoexpresión, en el que los usuarios transforman y crean nuevos productos (Sevilla-Vallejo, 2020, p. 149). Al integrar las redes sociales en la educación literaria, se puede lograr una mayor conexión entre los intereses personales de los estudiantes y su aprendizaje en el aula. Esto puede aumentar su motivación y proactividad, mejorando así sus resultados académicos (Hernández Heras et al, 2022, p. 190).

El concepto de «constelación literaria» lo propone Guadalupe Jover en *Un mundo por leer. Educación, adolescentes y literatura*, un libro magnífico publicado en 2007. Para Jover la clave está en armar un corpus de textos que contribuya a situar el canon literario de la escuela en el territorio de lo posible (Jover, 2007, pp. 120-121). Este canon no debe ser rígido ni cerrado, ni tampoco mantenerse idéntico a sí mismo a lo largo de toda la etapa educativa donde, en cuestión, se aplique. Tampoco se trata de que este canon esté constituido necesariamente por los diferentes cánones de referencia que se aplican en cada etapa educativa, sino de que las elecciones que se hagan sobre él se decidan sobre el terreno. Para Jover, que un texto funcione o no en una etapa o aula no depende tanto de las características del texto en sí cuanto de las condiciones en que se produzca el encuentro entre textos

3. CONSTELACIONES LITERARIAS

y lectores. Y ahí necesariamente habrá muchas variables que nos obligarán a confiar en nuestra intuición a la hora de elegir. El diseño que cada docente haga del itinerario adecuado para su alumnado deberá partir de él, de su alumnado, por lo que habrá que tener en cuenta el grado de competencia lectora o literaria del grupo, los contextos en los que viven los alumnos que componen tal grupo, nuestras propias preferencias como docentes o la pasión por los libros que somos capaces de contagiar.

Para armar constelaciones literarias, Jover (2007, pp. 142-143) propone varios criterios. En primer lugar, que partan de los discentes, de sus condiciones y de lo que puedan alcanzar con su mirada, pues de lo contrario estaremos pidiéndoles que vean lo que a los docentes nos resulta obvio, y eso, a su vez, significa que fomentamos la impostura y la adhesión a una serie de juicios de valor en cuya elaboración no han tomado parte los discentes. En segundo lugar, que se establezcan sobre un cielo no acotado, esto es, sobre un territorio no parcelado en «jurisdicciones nacionales» (no es necesario centrarse siempre en la historia de la literatura española, para que nos entendamos). En tercer lugar, que sean abiertas y flexibles, de modo que una misma obra pueda pertenecer a varias constelaciones diferentes, lo que permitirá muchas y diversas aproximaciones a ellas. En cuarto lugar, que vayan acompañadas de la formulación explícita de los criterios que guían el trazado de las líneas imaginarias que las conforman, ya pase este trazado por un tema, un género, un personaje, un autor, una época, una obra o un espacio geográfico. En quinto lugar, que permitan la lectura «en contrapunto» de los textos literarios con otro tipo de discursos, puesto que se pueden aprovechar muy especialmente todos aquellos discursos que desde los medios de

comunicación de masas vienen conformando el imaginario colectivo de la infancia y la adolescencia. Y, en sexto y último lugar, que tengan como finalidad última contribuir a la urdimbre interior de quienes las contemplan, ya sea cognitiva, estética, moral y/o afectivamente. Dicho de otro modo, se trata de que los discentes enriquezcan su mundo interior.

BIBLIOGRAFÍA

- Allué, C., & Cassany, D. (2023). Grabando vídeos: Educación literaria multimodal. *Texto Livre. Linguagem e Tecnologia*, 16, 1-19. <https://doi.org/10.1590/1983-3652.2023.41797>
- Ballester Roca, J., & Ibarra Rius, N. (2016). La educación lectora, literaria y el libro en la era digital. *Revista Chilena de Literatura*, 94, 147-171. <https://doi.org/10.4067/S0718-22952016000300008>
- Benchimol, D. (2017). 12 conceptos del cambio de paradigma. *Trama & Texturas*, 34, 87-100.
- Chartier, R. (2021). *Lectura y pandemia. Conversaciones*. Katz.
- Escandell Montiel, D. (2014). *Escrituras para el siglo XXI. Literatura y blogosfera* (Madrid). Iberoamericana-Vervuert.
- Hernández Heras, L., Muela Bermejo, D., & Tabernero Sala, R. (2022). Evaluar el uso de las redes sociales de lectura en la educación literaria en contextos formales e informales. Diseño y validación de la herramienta RESOLEC. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 64, 139-164. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.93831>
- Jenkins, H., Ito, M., & Boyd, D. (2016). *Participatory Culture in a Networked Era*. Polity.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century*. MIT Press.
- Jover, G. (2007). *Un mundo por leer. Educación, adolescentes y literatura*. Octaedro.
- Merino, J. L. (2015). Literatura y nuevas tecnologías. *Iberoamericana*, 15(58), 193-205. <https://doi.org/10.18441/ibam.15.2015.58.193-205>
- Pérez-García, C. (2024). YouTube como herramienta didáctica para la educación literaria en Secundaria. *El Guiniguada. Revista de investigaciones y experiencias en Ciencias de la Educación*, 33, 196-210. <https://doi.org/10.20420/ElGuiniguada.2013.333>
- Rodríguez Cabrera, J. M., & Arlandis López, S. (2023). La escritura creativa como modelo de interactividad y motivación lectora. *Álabe*, 28, 190-201. <https://doi.org/10.25115/alabe28.9207>
- Rodríguez de las Heras, A. (2015). *Metáforas de la sociedad digital. El futuro de la tecnología en la educación*. SM.
- Rosal Nadales, M. (2022). Más allá de like y followers. La poesía en el aula de educación secundaria. *Álabe*, Número extraordinario 1, 1-20. <https://doi.org/10.25115/Alabe.2022.1.5>
- Rovira-Collado, J., & Llorens García, R. (2017). Epitextos digitales como estrategia LIJ 2.0 para la formación integral en Didáctica de la Lengua y la Literatura. En R. Roig-Vila (Ed.), *Investigación en docencia universitaria. Diseñando el futuro a partir de la innovación educativa* (pp. 733-743). Octaedro.
- Sevilla-Vallejo, S. (2020). Aprendizaje cooperativo y redes sociales. Propuesta booktuber para la educación literaria. En REDINE (Ed.), *Contribuciones de la tecnología digital en el desarrollo educativo y social* (pp. 188-200). Adaya Press.

RECORRIENDO LITERARIAMENTE EL MAPA

Placeta de
Castillejos

Plaza de la
Romanilla

Plaza de las
Pasiegas

Plaza de
Bib-Rambla

Plaza
Villamena



Catedral de Granada
Ornamentada catedral con cúpula



Palacio de
Centro cultural

Plaza Isabel La Católica
Plaza con estatua de la reina Isabel



Plaza de la
Isabel La Católica

ABRE

Pues eso: abre Google Maps y teclea una dirección de tu ciudad que consideres que tiene interés para realizar una ruta literaria. Procura que esa dirección sea la del punto de partida de la ruta. Una vez la tengas, ve a la opción GUARDAR, que se suele desplegar en el menú izquierdo de la pantalla. Al clicar sobre ella, verás que se despliega un menú, al final del cual está la opción NUEVA LISTA. Ahora clicas sobre esa opción y la dirección quedará guardada en esa lista. Lo mejor es que la guardes con el nombre que quieras ponerle a tu ruta literaria. Ya tienes el primer paso para poder hacerla.

La dirección que has guardado anteriormente es el inicio de tu ruta. Ahora observa un detalle: cuando vas a la lista que acabas de crear, la dirección habrá quedado guardada. Google Maps te presentará ahí un botón de NOTA. Clicas sobre él y añade la información que consideres relevante para tu ruta literaria. Por ejemplo, qué ha sucedido o sucede ahí que sea significativo para el universo literario de tu ciudad, por qué has decidido que tu ruta comience exactamente en ese punto, qué detalles no debería perderse nadie que desee hacer esa misma ruta... Cualquier cosa que se te ocurra.

ANOTA

COMPLETA

Repite el proceso con los siguientes puntos de tu ruta. Ve añadiendo tantos a la lista que has creado como consideres necesario, todos con su nota informativa de por qué son importantes. Recoge los motivos que te han llevado a elegirlos. No hace falta que añadas demasiada información, aunque sí conviene que sea vívida, esto es, que incluya detalles o anécdotas que atraigan la curiosidad de los lectores. Puedes añadir tantos hitos o paradas en tu ruta como quieras. Puedes explorar el pasado literario o el presente. Puedes mezclar lugares de nacimiento con cafés de tertulia famosos, etc.

Y, una vez tengas tu ruta literaria, si te apetece, a través de la opción COMPARTIR, dejámosla en el foro de la asignatura.



CONS
TE
LA
CIO
NES

L
I
T
E
R
A
R
I
A
S

LO PRIMERO DE TODO...

Piensa en una obra literaria que te guste. Da igual el género, la lengua en la que se escribió, si es una obra de literatura infantil o juvenil o no, si es larga o breve, si es actual o antigua...
Simplemente, que sea una obra que te guste. Esta obra será tu punto de anclaje y referencia para construir constelaciones literarias.

armar una constelación literaria a partir del tema de esa obra?

¿Y AHORA PODRÍAS...

armar una constelación literaria a partir del género de esa obra?

armar una constelación literaria a partir de un tipo de personaje de esa obra?

armar una constelación literaria a partir del autor o autora de esa obra?

armar una constelación literaria a partir del tema la época en que se escribió (o en la que está ambientada) esa obra?

armar una constelación literaria a partir de espacio geográfico en el que se escribió (o en el que sucede) esa obra?