XV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2023.

Novelas juveniles escritas por jóvenes. Visiones del mundo y producción de valor en un subcampo literario juvenil de plataformas.

Victoria Saez.

Cita:

Victoria Saez (2023). *Novelas juveniles escritas por jóvenes. Visiones del mundo y producción de valor en un subcampo literario juvenil de plataformas. XV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/000-025/827



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

Novelas juveniles escritas por jóvenes. Visiones del mundo y producción de valor en tiempos de plataformas digitales.

Victoria Saez (CONICET -UBA/IIGG)

> La comunicación digital hace que se erosione fuertemente la comunidad, el nosotros.
> Destruye el espacio público y agudiza el aislamiento del hombre.
> Lo que domina la comunicación digital no es el "amor al prójimo"
> sino el narcisismo".
>
> (Byung-Chul Han, 2014: 76)

1. Introducción

Micaela está emocionada. Después de un mes de insistir logró que su papá la llevara desde Cañuelas hasta un shopping en la Ciudad de Buenos Aires para asistir a la presentación de la novela de su *booktoker* favorita. Micaela ya la leyó un año antes en la plataforma Wattpad, pero ahora que tiene el libro bajo el brazo está segura que la leerá de nuevo. Cuando aparece la autora, el público aplaude, varias chicas gritan de emoción, "¡Tory te amo!". Tory es Victoria Resco y tiene en ese momento diecinueve años. Hay más de trescientas personas esa tarde -considerando que Victoria tiene más de un millón de seguidores en TikTok, Micaela piensa que tuvo suerte y que no son tantas. De todas formas serán más de tres horas de fila para que le firme el libro, y, mientras espera bajo la mirada inquieta de su padre, se pone a hablar con otras chicas que viajaron de distintos puntos de Buenos Aires para conocer a Victoria. Todas afirman que fue gracias a ella que empezaron a leer literatura, cuando se descargaron la red social TikTok en pandemia y vieron sus videos en donde hablaba de libros. "Si Tory lo recomienda, yo lo quiero leer", sintetiza una de las chicas. Además, Victoria es un ejemplo de inspiración, muchas de ellas empezaron a hacer reseñas de libros en sus redes sociales, escriben literatura y sueñan con tener ese alcance algún día.

La novela *Reino de papel* había alcanzado en febrero de 2022 la cima de los títulos más vendidos en Cúspide, la cadena de librerías más grande de Argentina[1], y unos meses después se presentaría en la Feria del Libro de Buenos Aires frente a miles de otras chicas que repetirían escenas como la que se describe.

¿De qué forma se dio el proceso de creación, producción, circulación y recepción de esta novela? ¿Cuál es la configuración del espacio literario juvenil actual y qué roles juegan las

1 Recuperado de https://www.cuspide.com/top100.aspx.

plataformas y las editoriales? ¿Cómo circula la literatura entre jóvenes en tiempos de tecnologías digitales?

Desde el comienzo de la segunda década del siglo XXI, se visibilizaron en Argentina dos fenómenos interrelacionados de carácter transnacional en torno a la circulación de la literatura entre jóvenes: la presencia de las tecnologías digitales en las prácticas de lectura y escritura literarias y el crecimiento del segmento juvenil en el mercado editorial. Esto dio pie a experiencias literarias particulares, atravesada fuertemente por las lógicas de las plataformas mediáticas que se articulan cada vez más con la industria del libro.

Se conforma así un espacio literario juvenil particular, que confluye en la convergencia mediática (Jenkins, 2008) con diversos medios e industrias culturales, digitales y tradicionales, cuya dimensión productiva está integrada principalmente por editoriales, plataformas mediáticas y jóvenes que crean contenidos sobre libros en redes sociales, llamados/as también *bookfluencers*. Un número significativo de estos/as, además, escriben textos literarios en plataformas y han empezado a ser publicados/as por distintos sellos editoriales.

Partiendo de la perspectiva analítica de la sociología de la cultura (Bourdieu, 2009, 2010; Childress, 2017), se trazarán algunos rasgos de este espacio literario juvenil, indagando en quiénes ocupan el rol de productores privilegiados de visiones del mundo de este espacio cultural (Rubinich, 2011) y cuáles son las formas de producción de valor y las visiones del mundo que predominan en él. Siguiendo a Latour (2008), se observa que las plataformas operan activamente en la producción, conformando así un ensamble "sociotécnico" con agentes editoriales y jóvenes que se vinculan activamente con la literatura, por lo que se indagará en el rol de estos actantes para observar la forma en que estos promueven un proceso de "individualización" (Bauman, 2012: 41) que tensiona con la idea de comunidad.

Comprendiendo el proceso de creación, producción y recepción del libro como un sistema dinámico y entrelazado (Childress, 2017), se analizará la novela *Reino de papel* desde estas tres instancias complementando con un análisis de la obra y sus elementos paratextuales. Childress plantea que la creación de la escritura, la producción editorial y la recepción son tres campos interdependientes con agentes, reglas y lenguajes propios que se articulan y traducen de uno a otro. En este trabajo se plantea un primer acercamiento a la novela teniendo en cuenta estas dimensiones de forma entrelazada. Como sostienen Gondelful y Saferstein (2022) al retomar a Childress, el libro constituye una producción colectiva atravesada por distintos contextos con lógicas específicas, por lo que el análisis de esta obra, su circulación y algunos de los actores que interactuaron a su alrededor permitirá arribar a ciertas características de este espacio literario juvenil así como a trayectorias y percepciones de quienes se han vuelto productores en él.

El abordaje metodológico es de carácter cualitativo y se basa en entrevistas en profundidad a Victoria Resco, a la editora Melisa Corbetto y a lectoras de la novela; observaciones participantes de dos presentaciones del libro realizadas en marzo y abril de 2022 -una en el Sho-

pping Dot en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (donde se toma la escena narrada al comienzo) y otra en la Feria del libro de Buenos Aires (FIL)- participación de eventos literarios virtuales y presenciales y el análisis de la novela. Se recuperan también testimonios de entrevistas periodísticas y de las redes sociales de Victoria. El caso fue seleccionado por considerarlo representativo de las trayectorias de actores que se vuelven productores privilegiados en este espacio cultural, por su alcance en redes sociales, la construcción de una audiencia propia y su consagración como autora publicada por la industria editorial.

Cabe aclarar que esta ponencia comparte algunas reflexiones y hallazgos que son parte de una investigación doctoral en curso[2] en la que se busca realizar una investigación más amplia y pormenorizada de este espacio.

2. Genealogía del segmento juvenil en Argentina

Bajo el rótulo de literatura juvenil se encuentra un amplio abanico de producciones que forman parte de un campo de una enorme heterogeneidad atravesado por cuestiones que tienen que ver con la literatura, la escuela y el mercado (Cañón y Stapich, 2012).

Es que en Argentina, tal como indica Tossi (2019), la literatura infantil y juvenil (LIJ) surge hacia fines de siglo XIX como respuesta de las demandas de un sistema educativo que se había ampliado drásticamente, a partir de la Ley de Educación Común, Gratuita y Obligatoria de 1884. En ese período, se crearon editoriales nacionales especializadas en libros para escuelas, como Estrada, Kapeluz o Troquel. Durante la primera mitad del siglo XX, los libros destinados al público infantil y juvenil fueron pensados casi exclusivamente para su circulación en ámbitos educativos, con raras excepciones como la colección Robin Hood, que publicaba adaptaciones de clásicos universales y tenía una circulación por fuera de las instituciones escolares (Tosi, 2019). La fuerte ligazón entre literatura infantil y juvenil y escuela dio pie a un mercado editorial que producía textos con marcados contenidos moralizantes y didácticos. A partir de la década del '60, empezaron a aparecer autores y autoras que ponían el foco en la cuestión estética de los libros destinados a las infancias y adolescencias, como Elsa Bornemann, María Elena Walsh, Graciela Montes y Gustavo Roldán, entre otros.

Después del período de censura de la dictadura cívico militar, en la década del '80 se da una apertura del canon escolar a autores nacionales que se profundizaría en los '90. Como indican Cañón y Stapich (2012), en esta década la literatura juvenil empieza a despegarse de la infantil, cuando las editoriales empiezan a publicar libros de narrativa para ser leídos en las escuelas, luego de que la reforma educativa de 1995 desarmara el repertorio de lecturas canónicas. Así, editoriales como Colihue, Alfaguara y Norma lanzaron colecciones destinadas al público joven en las que priorizaban autores nacionales contemporáneos como Marcelo Birmajer, Alma Maritano o Antonio Santa Ana, autor de *Los ojos del perro siberiano*

2 Se trata de una tesis doctoral en curso dirigida por Lucas Rubinich.

(1998), que superó los cuatrocientos mil ejemplares editados, un hito por su gran circulación local, tanto dentro como fuera de las escuelas. Este tipo de novelas se caracterizaban por incorporar "algún tópico vinculado con las diferencias étnicas, culturales, o aspectos sociales relevantes, como por ejemplo, la discriminación, el SIDA, conflictos adolescentes en situaciones familiares adversas, etc. y lo incorporan en el circuito comercial, con diversas estrategias de colocación y venta destinadas al público conformado por docentes y alumnos" (Moro, 2017: 14).

Como ha señalado Nieto (2017), inicialmente muchos académicos utilizaban términos despectivos para referirse a las novelas juveniles que eran textos de lectura generalmente en las escuelas, denominándolas como "psicoliteratura" o "paraliteratura" (Lluch, 1996) porque, sostenían, estas carecían de valor estético y construían lectores pasivos al implicar un nulo desafío en su abordaje, ser deshistorizadas y emular estructuras televisivas o cinematográficas (Bombini y López, 1992; Lluch, 2005, Moro, 2017). Sin embargo, muchos de estos mismos autores años después fueron cambiando estas posturas apocalípticas asumiendo que la literatura juvenil exigía nuevos debates, pues en el cruce con las tecnologías digitales podía existir un potencial didáctico (Bombini, 2019) ya que estaban surgiendo otro tipo de lectores que producían contenido, sociabilizaban en torno al objeto libro y lo hacían al margen de la institución escolar (Lluch, 2014).

A la vez, en este período comenzó un proceso de concentración y globalización transnacional que transformó el mapa editorial argentino en el que gran parte de las editoriales nacionales -incluyendo las que editaban contenidos para ser leídos en las escuelas- fueron adquiridas por empresas extranjeras (Szpilbarg, 2019). Esto generó también que las editoriales se vean obligadas a responder a las exigencias de las empresas comunicacionales y de contenidos a las que pertenecían, que demandaban una rentabilidad a corto plazo y dieron pie al avance del marketing en estos espacios. Toda la producción de libros con fines escolares pasaría a manos extranjeras, el Estado dejaría de regular la circulación de estos contenidos para dar lugar al dominio del mercado y los factores comerciales.

En este marco, sobre el fin de siglo XX, irrumpe una obra que marcaría el comienzo de una nueva etapa en las publicaciones juveniles a nivel global: la saga protagonizada por Harry Potter, compuesta por siete números publicados entre 1997 y 2016.

Como señala Michael Cart (2016), la obra de J.K. Rowling, más tarde secundada por las sagas *Crepúsculo* (2006-2008) de Stephanie Mayer y *Los juegos del hambre* (2008-2010) de Suzanne Collins, con millones de ejemplares vendidos, películas y traducciones en todo el mundo, abrirían el camino para consagrar a la literatura juvenil, también denominada "young adult" como uno de los sectores más pujantes de la industria editorial global. Cart define la categoría de "Young adult" como una categoría amorfa y difícil de cerrar, pero que suele abarcar a personas de entre 13 y 25 años o incluso puede llegar hasta los 30 (Cart, 2016) El término "Young Adult" después de la Segunda Guerra Mundial era un sinónimo de

la categoría “adolescentes” que tenía poco uso pero la terminología fue recuperada por el mercado editorial norteamericano para definir a ese público que no paraba de crecer de Harry Potter. La utilización de este término en las publicaciones en los países de habla hispana es otro índice del fenómeno de transnacionalización que se da con este género.

Se inaugura así un tipo de narrativa que circula masivamente entre jóvenes por fuera de los entornos educativos y que son, en su mayoría, de origen norteamericano. Desde la irrupción del mago en la industria del libro, novelas como *Bajo la misma estrella, Divergente, Cazadores de sombras, Percy Jackson y los dioses del olimpo, The Maze Runner* terminaron de consolidar al sector como uno de los más importantes del mercado del libro en el mundo.

A nivel local, por caso, desde el 2015 hasta la actualidad los libros juveniles, junto con los infantiles, son la temática más publicada en el sector editorial comercial, según los informes de producción del libro argentino publicados por la Cámara Argentina del Libro. Además, el 30% de las publicaciones traducidas de todo el sector comercial del país desde el 2018 son aquellas destinadas al público infantil y juvenil, otro índice del proceso de internacionalización del sector (Sapiro, 2009).

Podemos identificar dos motivos principales en el éxito de estas publicaciones juveniles. Por un lado, tal como señala Pates (2021), la formación de un público lector joven que buscaba lecturas que no fuesen las escolarizadas y que a la vez estén separadas de las publicaciones infantiles, algo que el mercado editorial globalizado supo dar respuesta rápidamente. Por otro lado, el creciente desarrollo de las tecnologías digitales y su presencia en las formas de vincularse con la literatura de las juventudes. Tal como se viene desarrollando en estudios previos (Cuestas y Saez, 2020; Cuestas, Pates y Saez, 2022; Saez, 2021), esto se refleja en la formación de comunidades virtuales de lectura y escritura y en el creciente protagonismo en los consumos juveniles de plataformas dedicadas a la literatura, como Wattpad, así como de personas que recomiendan lecturas en redes sociales, como los/las *bloguers, booktubers, bookstagrammers* y *booktokers* (o *“bookfluencers”*), que hablan de libros en blogs, YouTube, Instagram y TikTok, respectivamente. La industria del libro supo capitalizar estos fenómenos (Saez, 2023), incorporando profesionalmente a estos grupos de jóvenes que producen contenidos literarios o sobre sus lecturas en plataformas. En la última década una parte de estos han pasado a trabajar en editoriales en áreas de comunicación, marketing, edición o incluso se han transformado en autores publicados. Podemos ejemplificar con algunos casos nacionales. Los y las *booktubers* y *bookstagrammers* Carla Dente, Matías Gómez, Evelyn Torres, Federico Valotta y Macarena Yanelli publicaron la antología de cuentos *Érase una vez* (2017, Planeta). Matías Gómez, Melisa Corbetto y Leonel Teti formaron parte de la antología *Esos raros relatos nuevos* (2019, Catapulta). Matías Gómez también publicó el libro *El guerrero oculto* (2020, Urano). Además, se trata de jóvenes que se desempeñan o desempeñaron también en distintas áreas del proceso editorial, ya sea como editores, comunicadores o evaluadores. Uno de estos casos, es el de Victoria Resco, cuya

trayectoria veremos a continuación.

3. Plataformas, jóvenes y literatura.

Victoria Resco vive en Zona Norte del Gran Buenos Aires y tiene 20 años. Durante la pandemia por Covid-19, cuando estaba cursando el último año de la escuela secundaria, una institución privada bilingüe de la zona, decidió abrirse una cuenta de TikTok. Allí vio que había chicas, sobre todo de Estados Unidos, que producían videos de menos de un minuto -el formato que promueve la plataforma- hablando de libros. Decidió hacerse una cuenta ella, ya que era una asidua lectora y no tenía con quién compartir esa pasión. En pocos meses acumuló cientos de miles de seguidores y hoy ya tiene más de un millón cuatrocientos mil.

Como la pandemia le permitió más tiempo libre, Victoria además se dedicó a escribir. Ese mismo año subió periódicamente a la plataforma Wattpad los capítulos de su novela. La publicitó en su cuenta de TikTok y alcanzó miles de lecturas en poco tiempo hasta llegar a las cuatrocientas cuarenta mil. Como ya tenía contacto con las editoriales porque le enviaban libros para que recomiende, les envió mails proponiendo su obra. Seis meses después, V&R le respondió positivamente y en 2022 salió a luz la edición de *Reino de papel*. Como se ve, Victoria es consciente del valor con el que cuenta, producido por las plataformas, y lo pone en juego en su vínculo con las editoriales (Cuestas, Pates y Saez, 2022). Al año siguiente, publicó su segunda novela, *El silencio perfecto*, esta vez en la editorial Planeta y en una entrevista contaba que había dejado la carrera que había empezado el año anterior para dedicarse exclusivamente a la escritura y a la producción de contenidos en redes sociales (Resco, 2023).

La trayectoria de Victoria no es aislada. La publicación de libros en papel surgidos en Wattpad, una plataforma de descarga gratuita que permite publicar, leer, comentar y votar textos literarios, es una práctica cada vez más frecuente en los sellos juveniles, que encontraron aquí un reservorio de potenciales *best sellers* (Saez, 2021). Uno de los primeros casos fue la novela *After* de Anna Todd, *best seller* mundial, que cuenta con su película y fue publicada por Planeta en español en 2014. En Argentina podemos ejemplificar con *Todas nuestras noches* de Maximiliano Pizzicotti (V&R, 2021), el poemario *Autorretrato* (2022) de Jessica Medina y las novelas *El pecador de Oxford* de Mar Petrik (Planeta, 2022), *Dulce maldad* (2022, Planeta) de Jessica Rivas, *El elevador de Central Park* de Ludmila Ramis (Penguin Random House, 2023), *No sigas la música* de Nahiara Phillips (Penguin Random House, 2023) y *Suspiros robados* de Ana Rodd (Penguin Random House, 2023). Incluso Penguin Random House tiene un convenio desde 2020 que publica en conjunto con Wattpad los títulos más exitosos de la plataforma en español. Tal como ha señalado Castells (2009), internet y las redes posibilitaron una “autocomunicación de masas” que, a través de la multimodalidad, produjo que la emisión, recepción e interacción pueda darse desde cualquier lugar, sin

embargo, esta producción se desarrolla en plataformas que son “influidas en gran medida por las estrategias empresariales de rentabilidad y expansión de mercados” (108). Estas redes, además, promueven una lógica donde “se absolutiza el número y el contar” (Han, 2014: 60). La cantidad de likes, de seguidores y de libros que pueden leerse en menos tiempo para ostentar pilas de ejemplares lo más altas posibles constituyen los parámetros principales con los que las plataformas evalúan a sus usuarios.

Si bien Victoria produce contenidos en otras plataformas, como Instagram y YouTube, es TikTok la red social que concentra la mayor parte de su audiencia y la que “le cambió todo”: “Me hizo replantearme mis prioridades, mis gustos, cómo yo quería seguir viviendo mi propia vida” (Entrevista personal, mayo 2021). La plataforma china que se popularizó en 2020 y propone un formato de videos que duren menos de un minuto logró posicionarse como la red más descargada durante ese año. Victoria afirma que TikTok:

“tiene una manera de funcionar que es muy rara, que yo me siento incapaz de entenderla, hace lo que quiere. Entonces vos por ahí subís un video re esforzándote y le va así nomás. Me ha pasado una cantidad de veces importante que dije ‘¿cómo le fue mal a este video si me esforcé tanto?’ Y después subís un video tirada en la cama, hecha un asco y ni mostrás el libro porque te da fiaca levantarlo, ¡y pum! Vistas a más no poder” (entrevista personal, mayo 2021).

De todas formas, Victoria encontró algunas estrategias para tener más éxito con sus videos. En una entrevista televisiva aclaraba:

> “Pido perdón si sienten que estoy hablando raro. Es que en TikTok me di cuenta que a mis videos les va mejor cuando hablo rápido, entonces después tengo que hacer un esfuerzo para hablar más despacio porque me acostumbré. Ahora me acuerdo que tengo que hablar más despacio” (Resco, 2023).

Si Han denunciaba que “el imperativo neoliberal del rendimiento transforma al tiempo en tiempo de trabajo” (2014: 58), no es casualidad que una red social que propone producir en menos tiempo para multiplicar las posibilidades de consumo y de producción de los sujetos que allí se sumerjan, sea la de mayor éxito. Este funcionamiento aleatorio y la corta extensión de los videos también posibilita la viralización de un contenido y la acumulación de seguidores mucho más rápido que las otras redes sociales (Cuestas, Pates y Saez, 2022).

Siguiendo con Victoria, se puede observar que las plataformas fueron actantes con capacidad de agencia (Latour, 2008) y generaron efectos en su trayectoria y su posicionamiento como productora cultural privilegiada en este espacio. En las entrevistas la joven afirma que fue el formato de la plataforma Wattpad, que permite subir periódicamente fragmentos de una obra e interactuar con los/as lectores/as a medida que se va publicando lo que la incentivaba a seguir escribiendo, y que, gracias a un video que hizo en TikTok sobre su novela,

amplió esa cantidad de lectores/as rápidamente. A continuación, ponemos observar una publicación de Victoria de Wattpad, al final del capítulo X de *Reino de papel*. Actualmente solo se puede acceder a estas notas y la novela fue sacada de la plataforma por pedido de la editorial.

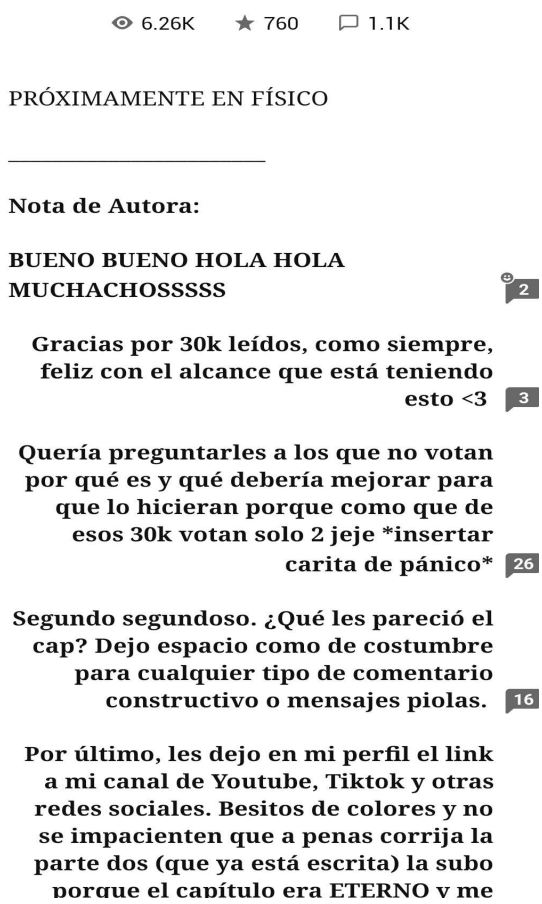


Figura 1. Nota de la autora del capítulo X de *Reino de papel* en Wattpad. Recuperado de www.wattpad.com

Como vemos en la publicación, la autora les habla y consulta a los/as lectores/as -que interactúan con ella y entre ellos/as comentando la historia. Sin embargo, si bien las plataformas incentivan acercamientos a la literatura de las juventudes como lectores, como productores e incluso promueven formas de sociabilidad en torno al libro entre estos actores -la entrevistada relata que comenzó a hablar de libros en TikTok para conocer gente que leyera como ella-, también clasifican a los usuarios según la cantidad de likes y seguidores (vemos en esta publicación, por ejemplo, como Victoria pide que voten la historia e invita a ser seguida en otros canales). Esta lógica del ecosistema digital en la que todo, hasta las inclinaciones, son numerables (Han, 2014: 60), lejos de la promesa de comunidad, termina promoviéndose una competencia por la atención de la audiencia:

> "Siento que a la gente le gusta conocerte más allá de tu opinión de los libros. Quiere verte a vos, cómo sos y qué es ese libro para vos. (…) Yo veo que les va muy bien a las *booktokers* que cuando graban el video son ellas y no hay acting. Y yo eso, trato de ha-

cerlo lo mejor posible. El día que estoy manija y parezco una loca que no deja de gritar es lo que soy, y es lo que va a tener TikTok" (entrevista personal, mayo 2021).

Las redes, además, exigen una exposición personal y "un diseño del sí" como una marca (Groys, 2014: 41) para lograr captar la atención del público .lector, pues, como desarrolla Vanoli, hoy "la cultura literaria se orienta hacia el consumo de autores, no de libros" (2019: 45). "En la redes está todo de mí ahí, no hay mitos alrededor mío, está todo ahí para que todos lo vean", aseguraba Victoria frente a sus lectores (FIL 2022). Bauman observa que esta colonización de lo público por lo privado y la obligación de los sujetos de formar su identidad y ser responsables de su destino individualmente, constituye un proceso de "individualización" (41) que solo pueden conducir a la formación de "comunidades frágiles y efímeras" (42).

Las tecnologías digitales también predisponen una organización de la producción basada en la precarización laboral, pues individualizan las actividades laborales en la figura del emprendedor. Así, "el imperativo neoliberal del rendimiento transforma al tiempo en tiempo de trabajo" y "la relajación no es más que un modo de trabajo" (Han, 2014: 58). Victoria, por ejemplo, relata que se levanta todos los días a las siete de la mañana para leer libros y tener nuevos contenidos para sus videos de Tik Tok pero lo que más tiempo le demanda es editarlos, "me lleva media hora para un video de un minuto, es una locura", se lamenta. En las presentaciones de su novela siempre le piden consejos para quienes quieren seguir sus pasos y en una ocasión sugería:

"Ser constantes y subir videos siendo ustedes mismos. Que lo que les gusta no se vuelva algo tedioso, una obligación. Porque puede pasar, a mí me pasó de decir "¡tengo que subir un video hoy y no tengo nada!" Y para escribir lo mismo, a veces te querés tirar a tomar chocolatada y no hacer nada. Pero es mucho más gratificante hacerlo." (marzo de 2022, Shopping Dot).

Aunque Victoria haya dado cientos de consejos para adolescentes que sueñan con volverse productores reconocidos en redes, alimentados por las plataformas que prometen cumplir estas fantasías, en verdad lo que proponen son formatos unidireccionales donde un usuario puede ser seguido por muchos sin que sea mutuo y será una escasa minoría la que concentre la atención de la audiencia o logre vivir de estas prácticas.

Entonces, la idea de comunidad y conexión horizontal entre productores y consumidores se diluye frente a los sistemas de valoración de las redes sociales. Victoria confiesa que, si bien sus seguidores le escriben diariamente y comentan sus publicaciones, ella está tan desbordada de tareas y de la exigencia de generar contenidos constantemente, por lo que se ve imposibilitada de leer los comentarios o responder.

¿De qué forma aparecen estas tensiones en la producción y creación de las obras literarias de estos actores? ¿Qué visiones del mundo se despliegan en esos textos? Buscaremos in-

dagar en estos interrogantes en el próximo apartado.

4. ¿De qué hablan las historias de *bookfluencers*? Apuntes sobre *Reino de papel*

4.1. La editorial y la circulación trasnacional

En primer lugar trazaremos algunos rasgos de V&R, la editorial argentina que decidió producir el libro de Victoria Resco, se encuentra entre las principales editoriales de habla hispana que publican libros para jóvenes, junto con la española Urano, que tiene el sello juvenil Puck y los dos grandes monopolios multimediáticos, Planeta y Penguin Random House (Pates, 2021). En todos los casos se trata de editoriales de capitales transnacionales que también tienen sedes en el resto de América Latina y en España y que gran parte de su catálogo juvenil edita obras de autores anglosajones.

Si bien V&R empezó a publicar títulos juveniles con la saga *The Maze Runne*r en 2010, el sello *Young Adult* se creó en 2015 y en la actualidad se puede comprobar la importancia que ha adquirido para la editorial. En el catálogo 2021, VR YA ocupa un poco más de un tercio del total. La editora del sello juvenil de V&R es Melisa Corbeto, una joven cuya trayectoria también comienza en la producción de contenidos sobre libros en un un blog que, en sus palabras “le abrió las puertas al mundo editorial” y le permitió encargarse del sello VR YA desde los 23 años.

Si se observa el catálogo del sello juvenil, se percibe un notable predominio de autores norteamericanos. Hasta el 2020 existía una sola autora argentina en el catálogo de la editorial juvenil, que aparecía camuflada bajo el seudónimo de Anna K. Franco. Melisa explica que producir un libro con un autor nacional es mucho más costoso y detalla que V&R cuenta con un representante en Nueva York que realiza el trabajo de *scouting* y se contacta con agentes de Estados Unidos, selecciona las novedades y las tendencias. A partir de esa selección inicial, la editorial hace una serie de evaluaciones para dar la aprobación final para que una obra sea publicada al español.

Si bien siguen siendo predominantes los libros traducidos del inglés en el catálogo, durante el 2021 el sello publicó además de Victoria Resco,, a Maximiliano Pizzicotti, Ayelén Romano y Mel Knarik y en 2023 anunciaba la publicación de las novelas de las *booktokers* argentinas Ponja Goya y Malena Hehn. Todos los casos se trata de jóvenes nacidos en Argentina y con una considerable audiencia en redes sociales.

“Se dice que los libros juveniles son todos extranjeros y no es así, quiero destacar que estamos ante dos autores nacionales”, afirmaba Melisa orgullosa en la presentación de los libros de Pizzicotti y Resco. Si bien la editora destaca la construcción de un catálogo de autores nacionales como un logro, se puede ver que las exigencias de rentabilidad, el factor comercial y la edición de libros al gran mercado transnacional siguen condicionando su accionar.

Por un lado, porque todos los autores publicados pueden dar cuenta de una audiencia propia en redes sociales. Por otro, porque todas estas narraciones están publicadas en español neutro para garantizar su buena recepción en otros países de habla hispana, algo que erosiona el potencial del lenguaje regional y lo iguala con otras publicaciones traducidas de autores anglosajones. En una entrevista, Maximiliano Pizzicotti confesaba que para aceptar esta modificación "batalló internamente" pero que comprendió que "era una cuestión comercial que podía abrirle muchas puertas a futuro" (Capeans, 2023: S/P). Como se ve, el proceso de internacionalización del mercado del libro (Sapiro, 2009) de la industrial editorial juvenil impacta directamente en los contenidos literarios que circulan globalmente y también en los que se producen en las distintas regiones.

4.2. La historia, las visiones del mundo y la recepción

Si uno lee *Reino de papel* sin leer el nombre de su autora podría apostar que esta es estadounidense. Además del español neutro que la editorial impuso eliminando el voceo de la versión original de Wattpad, la historia transcurre en Estados Unidos y sus personajes son jóvenes norteamericanos preocupados por las universidades a las que aplicarán cuando terminan la escuela.

La protagonista, Aspen Vann, aunque no sabe qué estudiar, desea terminar pronto su último año de su educación secundaria para alejarse, no le gusta su grupo de amigas y tampoco encuentra refugio en sus padres con quienes apenas se habla. Esto empieza a cambiar cuando conoce a un chico que le cambia su forma de ver las cosas.

La novela está narrada en primera persona, algo frecuente en las publicaciones juveniles. Pero, al igual que Victoria Resco, quien despliega su producción discursiva en distintos canales virtuales y físicos -diversas redes sociales, libros, entrevistas mediáticas, eventos- podemos encontrar a la voz de la protagonista en distintos soportes y registros: su diario íntimo, en sus mensajes de texto, notas en papel y en el celular, en sus intervenciones en grupos de Whatsapp y en las cartas que escribe a otros personajes. Además, el último capítulo está narrado por el otro personaje principal, su vínculo romántico. Esta aparición de otro narrador en primera persona ya fue señalada por Koss y Teale (2009) quienes sostienen que los crecientes avances de las tecnologías digitales sobre las formas de comunicación y los textos que circulan en la sociedad -chats, mails, foros, redes sociales- repercuten en las novelas juveniles, que incorporan estas formas a través de la presencia de múltiples voces en los narradores.

Como habíamos visto en el primer apartado de esta ponencia, las problemáticas sociales juveniles han sido tematizadas en las novelas para jóvenes previas a los tiempos de las redes sociales. *Reino de papel* recupera estos tópicos tematizando los trastornos alimenticios y de salud mental (la ansiedad que padece la protagonista), la adicción al juego (que tiene la ma-

dre), el consumo problemático de drogas (que desencadena en la internación del hermano de su novio) y la violencia (que ejerce su grupo de amigas).

La diferencia con las novelas de décadas anteriores, es que la autora se posiciona en el lugar de los personajes:

> "Todos los personajes tienen un pedacito mío. Aspen está re traumada y tiene una vida horrible. No es tan así, pero yo en la secundaria nunca la pasé bien, me costaba encontrarme, encontrar un lugar, no me sentía en esa aula en ese espacio. Y este personaje se encuentra en esa situación. No es que no querés ir al colegio, querés comer y luchar con eso, es algo que yo hice toda la vida" (FIL, abril 2022).

Que los personajes tengan "un pedacito" de Victoria significa aportar su capital principal a la obra, porque los/as lectores/as que van a leer su libro son quienes la siguen en redes y (la) consumen en todos los formatos. Esto su editora lo tiene bien claro:

> "Hay algunas cosas que son muy Victoria también que no las cambiamos. Por ejemplo, entre otros, "pelinaranja". Sabemos que no existe esa expresión, pero "¡es Tory!" Queríamos que la encuentren también en el libro y nos parece re importante que haya expresiones de ella y quienes la siguen en las redes digan 'esta es ella'" (Melisa, Shopping Dot, marzo 2022).

Respecto a la dimensión de la producción de esta novela, Victoria afirma que encontró allí una forma de canalizar lo que le pasaba en tiempos de cuarentena obligatoria por la pandemia: "fue mucho un escape y a su forma, no intencionalmente, terminó siendo terapéutico y fue una terapia porque me cambió mucho la cabeza" (Cuestas, 2022: 166).

Este poder sanador de la escritura que encuentra la autora, lo traslada a la recepción, mostrando al texto como una forma de acompañamiento a una etapa en la vida, casi como un soporte de emocional al estilo de las publicaciones de autoayuda: "El libro es sobre adolescencia, crecer, y todas las cosas que nos encontramos en la vida en el medio del camino y a veces parecen imposibles de esquivar. Obstáculos que nos cruzamos y decimos, cómo muevo esta montaña. Y cómo pasarle por al lado, y ver todo lo lindo que tiene lo que vivimos." (Victoria, FIL, abril 2022).

Como decía una de las lectoras que esperaba la firma de Victoria en la presentación:

> "Este libro toca más temas de la adolescencia, y cómo es el proceso de la facultad y la verdad yo lo estoy transitando totalmente y me siento identificada con los personajes. Tengo 17 años. Estoy transitando lo mismo. Termino este año. Estoy en ese proceso que, como Aspen decía "faltan meses para que termine el secundario y no tengo idea de lo que quiero ser" (Shopping Dot, marzo 2022)

Para esta joven, el libro fue una forma de encontrarse y de transitar una etapa de su vida. Victoria contaba que había recibido miles de mensajes que contaban que se habían sentido identificados con la historia y recordaba uno en particular:

> “Me pasó que me llegue el mensaje de una lectora que decía ‘yo por tu libro me animé a hablar con mis papás de mi trastorno alimenticio´. Yo escribí un libro queriendo que llegue a alguien que transmite un mensaje, pero ver que puede cambiar una vida es una patada en la cara.” (FIL, abril 2022)

Estas lectoras encuentran en la novela de Resco un apoyo, las palabras para repensar su propia identidad y la posibilidad de sentirse acompañadas en una etapa de movimientos y cambios como es la adolescencia.

Si bien *Reino de papel* se trata de una historia de amor, la fragilidad de los vínculos es el eje vertebrador de la historia. Aunque Aspen descubre gracias a su novio que puede tener afectos que le hagan bien, él le termina agradeciendo enseñarle que “no tenía que vivir complaciendo a otros” sino que “podía hacer lo que quisiera” porque era su vida: “tú fuiste la persona que me mostró que a mi alrededor había muchísimo y que podía ser para mí” (Resco, 2022: 433). El joven se refiere a elegir la carrera que le gusta y no la que esperaban sus abuelos amorosos que lo habían criado.

Los personajes de *Reino de papel* encarnan una sociedad en la que, como denuncia Bauman, “todo recae ahora en el individuo” (69). Su descripción encuadra a la perfección con la vida de los personajes de la novela: “el progreso es individual y no colectivo, los sujetos individualmente tienen que usar su ingenio para mejorar su condición” (144). Esta tendencia a seguir el impulso individual y no pensar colectivamente -que también se ve en las redes sociales y sus posibles salidas laborales- es una marca en el accionar de Aspen, que se avergüenza por ser tan egoísta y no defender a una chica golpeada por sus amigas con las que se juntó para transitar su escuela secundaria con tranquilidad. Si bien la protagonista termina haciendo una autocrítica de esta actitud, en definitiva se va a estudiar lejos y los vínculos con su familia y amistades siguen resquebrajados. El consumo se configura como una de las únicas vías que tiene la protagonista para estrechar lazos y encontrar su identidad:

> “No quería sentirme un monstruo. Nos encontramos en el centro comercial. Compré un par de zapatillas marca Converse, solo porque Cameron me dijo que era mucho mejor Vans y me parecía particularmente divertido llevarle la contra. También compré un par de Jeans, porque desde que iba a la rampa tenía muchísimas ganas de tener unos. Estaba empezando a manejarme con la tablita y sus ruedas, así que eso era prioridad ante las faldas. Y, por último y no por ello menos importante, me compré un nuevo suéter, porque esta Aspen necesitaba cambiar. Combinar colores y telas hasta que pudiera verse como la persona que no podía ser” (Resco, 2022: 274).

Como señala Bauman, vivimos en una “sociedad de consumidores” (2012: 79) en la que “salimos a comprar la clase de imagen que nos convendría usar y el modo de hacer creer a los otros que somos lo que usamos, a “comprar” maneras de conseguir nuevos amigos que deseamos y de liberarnos de amigos que ya no deseamos” (80). Y no es casual que esta praxis vital de consumir que marca las trayectorias vitales también se da en la lógica de los

acercamientos a la literatura juveniles en redes sociales: ir de compras a las librerías, exhibir las bibliotecas llenas de libros nuevos o alardear de las cajas que envían las editoriales para fomentar que otros/as compren esos ejemplares son prácticas frecuentes en esos contenidos. Por ejemplo, Victoria afirmaba que no le gustaba leer en digital porque le gustaba tener el objeto libro: “me gustan los libros en papel, olerlo, marcarlo, soy una coleccionista digamos, me gusta tenerlo”. El gusto por los libros y su vinculación con ellos, como se ve, va mucho más allá de la experiencia lectora.

4.3. El paratexto y el ecosistema digital

Otro elemento que cabe mencionar en este análisis es el rol de los paratextos, que históricamente han tenido protagonismo en las publicaciones juveniles. Uno de los rasgos que Victoria más destacaba en las presentaciones de su libro era el trabajo de diseño que tenía.

Gerard Genette (1989) define al paratexto como el elemento auxiliar al texto que acompaña al lector en la introducción del libro, brindando información y guiándolo para conseguir una buena recepción. El paratexto incluye un conjunto heterogéneo de prácticas y discursos llevados adelante por distintos actores del sello editorial -principalmente editores, ilustradores y diseñadores. En definitiva es lo que transforma al texto en libro (Luch, 2005). En el caso de la literatura juvenil comercial, el paratexto viene ganando terreno y ha adquirido una gran relevancia para sus lectores, que cada vez más opinan sobre las tapas y sus diseños y en muchos casos afirman que pueden elegir un libro solo por su portada. “Soy incapaz de comprar un libro si la portada no es linda, es lo primero para mí, no puedo, por más que sea un buen libro, he llegado a rehacer portadas de libros, a hacerle un cubre portadas porque no me gustaban las portadas”, confesaba Victoria (entrevista personal, mayo 2021)

En la primera presentación de *Reino de papel*, Victoria contaba que la tapa era una ilustración inspirada en una fotografía de una chica rubia que ella había elegido para acompañar su texto en Wattpad. La autora destacaba además el diseño que había en el interior del libro y mostraba orgullosa que inicio de cada capítulo y los márgenes de las 480 páginas estaban decorados con elementos vinculados a la historia, como manchas de pintura, pájaros y gatos.

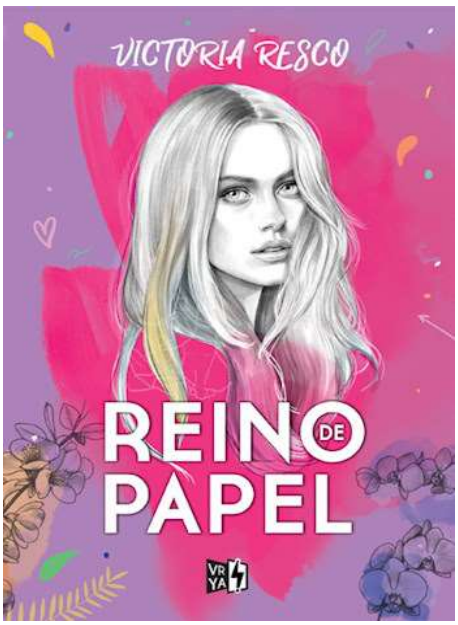


Figura 2. Tapa de *Reino de papel*. Recuperada de https://vreditoras.com/

Gemma Lluch (2005) ya señalaba que las ediciones juveniles comerciales en los albores del siglo XXI se caracterizaban por tener tapas de colores llamativos y, generalmente, con la figura del protagonista como imagen principal. Esto se repite en *Reino de papel,* cuya cubierta ofrece al lector el resumen de la novela en la contratapa, otros títulos de la colección juvenil para quienes son "fans del romance y del drama" en una de las solapas (sugerencias que continúan dentro del libro, en las últimas páginas) y la biografía de Victoria en la otra, en donde aparece destacada la cuenta de Titk Tok de la autora.

Pero además de estos elementos paratextuales más clásicos, hay otros que desbordan el objeto libro articulados con las plataformas. En la contratapa, además de especificar que el título está disponible en ebook, hay un código QR que conduce a un video donde la autora presenta la novela. Dentro del libro hay otros elementos que rodean al texto y dialogan con los flujos de contenidos virtuales: una página donde se invita al lector a escribir a la editorial por correo o por sus redes sociales su opinión del libro y a compartir su experiencia de lectura en sus redes con el hashtag #reinodepapel. Es decir, aquel carácter participativo que señalaba Jenkins (2008) de las comunidades de fans en torno a los productos de la industria cultural contemporánea, hoy son una estrategia más de marketing aceitada que conoce el potencial de los/as lectores/as para impulsar la circulación de un libro. En palabras de Vanoli "en la Internet actual cada lector es un escritor y un publicista" (2019: 45). La obra cierra con dos páginas de agradecimientos en donde primero se agradece a sí misma por tomar la decisión de escribir una novela a los diecisiete años y luego a amigas, editoras, docentes y lectores de Wattpad que la ayudaron a ser "el tipo de persona que se sienta, deja de soñar y empieza a hacer" (Resco, 2022: 472). Las prácticas que Victoria despliega en sus redes sociales, en donde se diseña a sí misma (Groys, 2014) trascienden la virtualidad también para derramarse en la materialidad de esta obra, pues hoy las plataformas exigen "anclar las es-

crituras en la identidad virtual y a los escritores se les hace cada vez más difícil no establecer un pacto de sinceridad con sus lectores" (Vanoli, 2019: 42).



Figura 3. Contratapa de *Reino de papel*. Recuperada de https://vreditoras.com/

El abanico de elementos paratextuales evidencian cómo las obras literarias de este espacio se articulan con el ecosistema de plataformas, no solo publicando autores que son productores de contenidos en redes, sino redireccionando a los lectores a seguir consumiendo en ellas (y produciendo para ellas). Si, como habíamos señalado previamente (Saez, 2019) las pantallas habían conducido a una parte de las juventudes a leer libros de papel (por las comunidades de fans, las producciones audiovisuales, las recomendaciones de libros en redes sociales) ahora los libros devuelven la gentileza y reconducen a los lectores a las pantallas, integrándose a la convergencia mediática como un producto cultural más.

5. **Reflexiones finales**

En este trabajo se pudo detectar algunos rasgos del actual espacio literario juvenil a partir del análisis de una novela, su circulación, su producción y la trayectoria de su autora. Se halla que el proceso de internacionalización que se da en el mercado editorial (Sapiro, 2009) impacta particularmente en el segmento juvenil comercial y los productos culturales que circulan en él, incluso en aquellos producidos por escritores nacionales.

Recuperar el recorrido de Victoria Resco permite observar cómo algunos actores se volvieron productores privilegiados en este espacio gracias a la intervención de las plataformas digitales que, además, propiciaron su inserción profesional en la industria editorial.

Tomando las conceptualizaciones de Childress (2017) quien entiende a la escritura literaria, la producción editorial y la recepción de la obra como tres campos interdependientes con

agentes, reglas y lenguajes propios, se pudo observar que en este espacio los límites entre un campo y el otro son mucho más difusos, pues agentes como Victoria que llevan adelante la escritura de la obra, también comparten con sus lectoras el proceso de creación mediada por plataformas y producen contenidos de difusión relacionados con la producción editorial en donde encarnan el producto mismo que es consumido.

En este espacio literario, las plataformas constituyen un ensamblado con las juventudes y las editoriales atravesado por múltiples tensiones, en el que, por un lado, se entablan lazos sociales promoviendo la idea de comunidad y un encuentro con la literatura que puede volverse un lugar de sanación, pero, por otro lado, se instalan visiones del mundo basadas en la contabilización, la competencia, el individualismo y el consumo y que se reflejan también en las novelas producidas en este espacio cultural. Este trabajo trazó un acercamiento a esta dimensión con el fin de brindar las primeras claves para profundizar con nuevos desarrollos en el futuro.

Bibliografía

Bauman, Z. (2012). *Modernidad líquida.* Buenos Aires: FCE.

Bourdieu, Pierre. Una revolución conservadora en la edición. *Intelectuales, política y poder,* Eudeba, 2009, pp. 223-267.

Bourdieu, Pierre. Algunas propiedades de los campos. *Cuestiones de sociología,* Istmo, 2010, pp. 119-126.

Bombini, G. (2019) Didáctica de la lectura y la escritura y multimodalidad. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, Buenos Aires, v. 19, n.72. pp. 71-79. Disponible en https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/1112

Cañón, M. & Stapich, E. (2011). Leer en los bordes: la literatura juvenil. *Actas del Cuarto Congreso Internacional CELEHIS de Literatura.* Literatura española, latinoamericana y argentina, Mar del Plata, Argentina.

Capeans, R. (2023). Maximiliano Pizzicotti: de booktuber a escritor de la temática “teen”. *Clarín*. 15/02/2023. Disponible en https://www.clarin.com/viva/maximiliano-pizzicotti-booktuber-escritor-tematica-teen-_0_VyBtjvqNq9.html

Cart, Michael. Young Adult Literature: The State of a Restless Art. *SLIS Connecting,* vol. 5, n° 1, 2016, http://aquila.usm.edu/slisconnecting/vol5/iss1/7. Accedido el 14/7/2023.

Castells, M (2009). *Comunicación y poder,* Alianza Editorial.

Childress, C. (2017). Under the cover: The creation, production, and reception of a novel. New York: Princeton University Press.

Cuestas, P. y Saez, V. (2020). Tecnologías digitales, comunidades virtuales y nuevas formas de leer. ¿Qué está pasando en el sector editorial juvenil en Argentina? *Álabe*, (22), 1-19. http://revistaalabe.com/index/alabe/article/view/558/364.

Cuestas, P. (2022). Prosumidores de pandemia: entre libros en papel, escrituras en pantalla y videos de TikTok (pp. 163-186). En Navarro, F. y Seman, P. (Orgs). *Dolores, experiencias, salidas. Un reporte de las juventudes durante la pandemia en el AMBA.* Buenos Aires: RGC Ediciones.

Genette, G. (1989). *Figuras III.* Barcelona: Lumen.

Gondeltul, A. y Saferstein, E. (2022) "Diálogos" en papel. Un análisis sobre las condiciones de producción y circulación del libro Hijos de los 70. En *Clepsidra*. *Revista Interdisciplinaria de Estudios sobre Memoria*. V. 9, n° 18. pp 46-65

Groys, B. (2014). *Volverse público.* Buenos Aires: Caja Negra.

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación* (Trad. Pablo Hermida Lazcano). Paidós: Barcelona.

Koss, M. Teale, W. (2009) What's Happening in YA Literature? Trends in Books for Adolescents. *Journal of Adolescent & Adult Literacy* 52(7). Pp. 563 - 572.

Han, B.C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.

Latour, Bruno. *Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires, Manantial. 2008.

Lluch, G. (1996). La literatura de adolescentes: la psicoliteratura. En *Textos de Didáctica de la Lengua y la Literatura*, nro. 9, pp. 21-28.

Lluch, G. (2005). *Cómo analizamos relatos infantiles y juveniles*. Norma: Bogotá. Lluch, G. (2014). Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. En *Ocnos*, 11. Pp. 7-20. Disponible en https://www.revistaocnos.com/index.php/ocnos/article/view/ocnos_2014.11.01

López, C. & Bombini, G. (1992). Literatura "juvenil" o el malentendido adolescente. En *Versiones*, año 1, nro. 1, pp. 28-31.

Moro, D. (2017). Palabras liminares. En Moro, D. & Forte, N. (coord.). Umbrales para un diálogo. Lengua y Literatura en la escuela secundaria. Universidad Nacional de La Pampa: Santa Rosa, pp. 13-20.

Nieto, F. (2017) En torno a la paraliteratura juvenil: lo bueno de los libros malos del canon escolar. En *Catalejos. Revista sobre lectura, formación de lectores y literatura para niños*. Vol. 2; Nº. 4, junio de 2017. pp. 129-151.

Pates, G. (2021). El mercado es como la marea". Editoriales, editores/as y literatura juvenil en Argentina. En *Badebec*, Vol. 11 N° 21.. Disponible en: https://revista.badebec.org/index.php/badebec/article/view/514

Resco, V. (2023). Entrevista a por el programa Cada día. Canal nueve. Disponible en https://www.youtube.com/watch?v=hNBoZ1xR-SU

Resco, V. (2022). *Reino de papel*. Buenos Aires: V&R.

Rubinich, L. (2011). Productores privilegiados de visiones del mundo. Nociones de libertad en disputa. En Rubinich, L. y Miguel, P. (Eds.). *Creatividad, economía y cultura en la ciudad*

de Buenos Aires 2001-2010. Buenos Aires: Aurelia Rivera libros. pp. 9-43.

Saez, V

. De las pantallas al papel. Nuevos acercamientos de las jóvenes a la literatur". *El Toldo de Astier,* n° 10, vol. 18, 2019, pp. 42-51. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.9825/pr.9825.pdf. Accedido el 14/7/2023.

Saez, V. (2023). La incorporación de “Bookfluencers” en la industria editorial argentina: Transformaciones en la producción y circulación de libros juveniles en la segunda década del siglo XXI. *VINCO*. V. 2, n. 2. https://periodicos.cefetmg.br/index.php/VINCO/article/view/1075

Saez, V. (2021). Experiencias de lectura en la era digital. El caso Wattpad. *Questión, 68*(3). https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/6673/5733

Sapiro, G. (2009) *Les contradictions de la globalisation éditoriale.* París: Nouveau Monde, 2009.

Szpilbarg, D. (2019): *Cartografía argentina de la edición mundializada. Modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI.* Buenos Aires: Tren en Movimiento.

Tosi, C. (2019). La mediación editorial en la literatura infantil. Acerca de los vínculos entre libros, escuela y mercado. *Catalejos. Revista sobre lectura, formación de lectores y literatura para niños* 8. 4. pp. 4-15. Disponible en https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/catalejos/article/view/3781/3723

Vanoli, H. (2019). *La literatura en tiempos de algoritmos*. Buenos Aires: Siglo XXI,