

Algoritmos, plataformas y libros: la construcción de la autoría desde la experiencia de escritoras argentinas contemporáneas

Algorithms, Platforms and Books: Constructing Authorship through the Case of Contemporary Argentine Women Writers

Algoritmos, plataformas e livros: a construção da autoria a partir da experiência de escritoras argentinas contemporâneas

VICTORIA SAEZ*

Universidad de Buenos Aires / Conicet, Argentina

PAULA SIMONETTI**

Universidad de la República ANII, Uruguay

<http://dx.doi.org/10.25025/perifrasis202617.37.04>

Fecha de recepción: 17 de junio de 2025

Fecha de aceptación: 3 de septiembre de 2025

Fecha de modificación: 5 de septiembre de 2025

RESUMEN

Este artículo explora las trayectorias de escritoras jóvenes argentinas en la actualidad y en el contexto pospandemia, marcado por la expansión de plataformas como Instagram y TikTok. Centrándose en la convergencia entre lo digital y lo analógico en el sector juvenil, analiza los nuevos mediadores que reconfiguran el acceso a la publicación y la construcción de la autoría. Desde la sociología de la literatura y a partir de entrevistas en profundidad, se examina cómo las autoras construyen su figura pública, visibilizan su producción y negocian su lugar en el campo literario contemporáneo. Asimismo, se indagan las tensiones entre legitimidad literaria, visibilidad algorítmica, exigencias del mercado y gestión del tiempo. A partir del análisis de experiencias situadas, el estudio busca contribuir a la comprensión de las actuales reconfiguraciones del campo literario, donde convergen la autoedición, la edición tradicional, las mediaciones digitales, la construcción de comunidades, la precarización y la negociación constante entre valores literarios y visibilidad.

PALABRAS CLAVE: sociología, literatura, Argentina, plataformas, juventud, género, edición, mediación

* saez.vicki@gmail.com, Magíster en Gestión Cultural, Universidad de Buenos Aires.

** simonetti.pau@gmail.com, Doctora en Sociología, Universidad Nacional de San Martín.

ABSTRACT

This article explores the trajectories of young Argentine women writers in the current post-pandemic context, marked by the expansion of platforms such as Instagram and TikTok. Focusing on the digital-analog convergence in the youth literary sector, it analyzes the new mediators that are reshaping access to publication and the construction of authorship. Grounded in the theoretical framework of the sociology of literature and based on in-depth interviews, the study investigates how these authors build their public image, make their literary production visible, and negotiate their place within the contemporary literary field. It examines the tensions between literary legitimacy, algorithmic visibility, market demands, and time management. Through the analysis of situated experiences, the article contributes to understanding the current reconfigurations of the literary field, where self-publishing, traditional publishing, digital mediation, community building, precarity, and the constant negotiation between literary value and visibility converge.

KEYWORDS: sociology, literature, Argentina, platforms, youth, gender, publishing, mediation

RESUMO

Este artigo explora as trajetórias de escritoras jovens argentinas na atualidade e no contexto pós-pandemia, marcado pela expansão de plataformas como Instagram e TikTok. Com foco na convergência digital-analógica no segmento juvenil, analisa os novos mediadores que reconfiguram o acesso à publicação e a construção da autoria. Com base na sociologia da literatura e por meio de entrevistas em profundidade, investiga-se como as autoras constroem sua imagem pública, tornam visível sua produção literária e negociam seu lugar no campo literário contemporâneo. São analisadas as tensões entre legitimidade literária, visibilidade algorítmica, exigências do mercado e gestão do tempo. Com base na análise de experiências situadas, o estudo contribui para compreender as reconfigurações atuais do campo literário, onde convergem a autoedição, a edição tradicional, as mediações digitais, a construção de comunidades, a precarização e a negociação constante entre valores literários e visibilidade.

PALAVRAS-CHAVE: sociologia, literatura, Argentina, plataformas, juventude, gênero, edição, mediação

1. Introducción

En los últimos años, el desarrollo digital irrumpió con fuerza en las formas de producción, circulación y recepción literaria. Este fenómeno se ha vuelto especialmente significativo en el circuito juvenil, donde las plataformas digitales han dejado de ser simples canales de difusión para convertirse en espacios de producción literaria en sí mismos, como sucede con Wattpad e Instagram. La pandemia por COVID-19 representó un punto de quiebre que aceleró procesos ya en gestación: la digitalización de las prácticas culturales, la proliferación de autores

surgidos en la virtualidad, la irrupción de nuevas plataformas y un ensamble cada vez más afianzado entre lo digital y lo presencial en el campo literario. Se observa que las pantallas no han desplazado a los libros en papel, sino que plantean una relación de retroalimentación. En este contexto, emergen nuevas voces —en particular, de jóvenes cuyas trayectorias exhiben marcas de un ecosistema digital articulado con la industria editorial—.

En este artículo indagamos en las trayectorias de ocho escritoras jóvenes argentinas que publican literatura tanto en plataformas digitales como en formato impreso, con el objetivo de comprender la construcción de su figura autoral, las estrategias que despliegan para visibilizar su producción, los recursos que movilizan, las formas en que negocian su lugar en el campo, la articulación entre lo digital y lo analógico, así como las tensiones y desafíos que enfrentan. Buscamos identificar los rasgos de trayectorias emergentes en las que convergen la autoedición, la publicación a cargo de grandes sellos multinacionales, las mediaciones digitales, la construcción de comunidades, la precariedad económica y una constante negociación entre los valores literarios y los requerimientos de visibilidad.

¿De qué modo se configuran las trayectorias literarias en la actualidad? ¿Cómo se articulan la autoedición, la participación en eventos y la interacción con lectores y lectoras —o con pares— en las plataformas? ¿Qué modelos de profesionalización son posibles en un contexto de precarización del trabajo artístico? Partiendo de estos interrogantes, este trabajo se inscribe en el marco de la sociología de la literatura, en diálogo con la teoría del campo literario. Desde esta perspectiva, que “tiene por objeto de estudio el hecho literario en tanto hecho social” (Sapiro, *La sociología* 13), la noción de campo permite analizar la literatura como un espacio estructurado por relaciones y posiciones en disputa (Bourdieu, *Las reglas* 128) y se vuelve productiva al “emplearse de una forma sistemáticamente empírica” (Bourdieu y Wacquant 63).

De este modo, entendiendo la categoría de *trayectoria* como “serie de las posiciones sucesivamente ocupadas por un agente o un mismo grupo de agentes en espacios sucesivos” (Bourdieu, *Las reglas* 384), reconstruimos las trayectorias de autoras que transitan entre formas tradicionales de legitimación y nuevas dinámicas mediadas por plataformas. Buscamos analizar las condiciones de producción en un contexto donde el desarrollo digital habilita una inédita visibilización y circulación de textos sin intermediarios (Thompson 21), y en el que la figura autoral está atravesada por lógicas de espectacularización y de “performance del yo” (Gallego Cuiñas 12).

Como advierte Chartier, la “revolución digital” altera las formas de percibir la cultura escrita: al unificarse en un mismo soporte —la pantalla— se difuminan las diferencias materiales entre las obras y se favorece una lectura fragmentaria que no siempre reconoce la coherencia de los textos en su totalidad (Chartier 120). A su vez, son las

prácticas concretas de escritores y lectores —particularmente de quienes han crecido en entornos digitales— las que terminan definiendo los modos de circulación y apropiación de lo literario, más que cualquier determinismo tecnológico (Chartier 124).

El artículo se organiza en varios apartados. En primer lugar, explicitamos la estrategia metodológica. Luego, reconstruimos un posible estado del arte que caracteriza el contexto en el que se inscriben las trayectorias analizadas. A continuación, exploramos los inicios de estas escritoras, con especial atención al rol catalizador de la pandemia, sus despliegues en espacios virtuales y su participación en eventos presenciales. Más adelante, examinamos los procesos de publicación en formato libro, la relevancia simbólica y material del objeto físico, y las diversas rutas que conducen a él. Finalmente, abordamos los desafíos que enfrentan estas autoras: la articulación entre las nuevas oportunidades de circulación literaria y las formas de precarización asociadas a la autogestión; la negociación entre la calidad estética y las lógicas de visibilidad algorítmica; y la configuración de la figura autorial en plataformas digitales, junto con las tensiones que la atraviesan. Concluimos con una serie de reflexiones sobre las reconfiguraciones contemporáneas de la producción cultural.

2. Estrategia metodológica

El artículo adopta un enfoque cualitativo para explorar las experiencias y los procesos de construcción de la autoría de escritoras argentinas contemporáneas. Para ello, recurrimos al análisis de trayectorias. En la sociología del arte y la literatura, la reconstrucción de trayectorias permite comprender la dinámica de la producción artística y del reconocimiento en campos sociales en constante transformación (Lizé 12). Este enfoque resulta útil para reconstituir el estado de un campo y sus transformaciones a lo largo del tiempo (16), y a la vez posibilita dilucidar los mecanismos sociales que conducen a la formación de desigualdades entre artistas (11). La noción de *trayectoria* se entiende no como un camino lineal y predefinido hacia la “consagración”, sino como una sucesión de posiciones y decisiones que los individuos —en este caso, las escritoras— adoptan dentro de un campo social específico (5, 7), influido tanto por factores contextuales como por sus propias propiedades y recursos (Lizé 4; Saunier 113). Lejos de ser el resultado de un esfuerzo puramente individual, la creación artística es producto de la acción colectiva y de condiciones subyacentes que determinan su curso (Janssen 324).

El análisis de trayectorias resulta especialmente pertinente para el estudio de escritoras en el contexto digital actual por diversas razones. En primer lugar, subraya la naturaleza social de la producción artística y los procesos mediante los cuales los y las artistas adquieren los recursos necesarios para su trabajo (323): económicos, sociales, creativos,

materiales, de distribución, entre otros (324). En segundo lugar, permite comprender cómo los actores se las ingenian para enfrentar las incertidumbres propias de sus campos, frecuentes en la experiencia artística, donde predominan la inestabilidad económica, la indeterminación estética y la ambigüedad de estatus (326). En tercer lugar, posibilita observar las estrategias activas de gestión de la presencia pública del autor o autora, que se tornan relevantes en el espacio digital donde se vuelven *creadores de contenido*.

El presente artículo forma parte de una investigación más amplia desarrollada por las autoras. Para este texto, seleccionamos entrevistas semiestructuradas realizadas entre 2022 y 2024 a ocho escritoras argentinas de entre 20 y 30 años que comparten ciertos rasgos comunes¹. Sus experiencias ilustran una serie de recorridos, estrategias y desafíos que enfrentan las mujeres jóvenes en el campo literario argentino actual, marcado por la irrupción de plataformas digitales. Representan distintos grados de vinculación con el ecosistema digital —desde inicios en plataformas de escritura en línea hasta su uso como herramienta de promoción y construcción de comunidad—, diversas modalidades de publicación —autoedición, editoriales independientes y grandes grupos editoriales— y abordan distintos géneros literarios —poesía, romance y narrativa juvenil—. Asimismo, sus trayectorias revelan la condición de “la doble vida del escritor” (Lahire 1), al combinar la escritura con otras actividades laborales o de estudio, así como el impacto de la pandemia como catalizador de sus inicios o consolidación en el entorno digital.

Las entrevistas abordaron temáticas identificadas como relevantes para el análisis de sus trayectorias: los inicios en la escritura y la relación con la pandemia; el rol de las plataformas digitales (estrategias de visibilidad y construcción de comunidad, interacción con lectores y pares, gestión del tiempo y *performance* digital); el proceso de publicación (tránsito de lo digital a lo físico, experiencias con editoriales, aspectos contractuales, distribución y promoción); la participación en talleres y eventos literarios; y los desafíos inherentes al oficio, como la incertidumbre económica y de estatus, la tensión entre “autenticidad” y “calidad” frente a las estrategias de visibilidad, los obstáculos para la legitimación, la gestión del tiempo y los aspectos emocionales y estéticos.

3. Radiografía de un escenario híbrido

Las tecnologías digitales en el campo editorial redefinen las formas de producción, circulación y legitimación de la literatura, especialmente entre los públicos jóvenes. Este

1. Las entrevistas son de carácter inédito, realizadas con un propósito académico en el marco de las investigaciones de las autoras. Las entrevistadas fueron Camila Caligiuri, Melina Cueto, Florencia Da Piaggi, Judith Miguel, María Paz Piva, Victoria Resco, Érica Vera y Sofía Sol Veronelli.

impacto se produce en un campo editorial transnacionalizado (Sapiro, *Las contradicciones* 15), atravesado por procesos de concentración económica que se han intensificado desde fines de la década de 1990 (Szpilbarg 47) y supeditado a las exigencias de los intereses de los grupos multimédios dominantes. Entre estas exigencias se encuentran la alta rotación de novedades para aumentar la rentabilidad y la demanda de que los actores del campo desarrollen competencias vinculadas con la comunicación, el uso de tecnologías digitales y el marketing (Saferstein 114).

Asimismo, se observa que la producción y el consumo de libros en papel por parte de las juventudes no disminuyeron frente al avance de las tecnologías digitales; más bien, se evidencian procesos de hibridación entre ambas dimensiones. En palabras de Néstor García Canclini, “la visión antagónica de la lectura y las tecnologías audiovisuales es replanteada desde hace varios años” (4), y el punto de partida consiste en indagar “cómo conviven ahora la cultura letrada, la cultura oral y la audiovisual” (4). Por un lado, destaca la creciente presencia de las tecnologías digitales en las prácticas de lectura y escritura literaria de los jóvenes: plataformas dedicadas específicamente a la lectura y la escritura, así como la emergencia de jóvenes que producen contenido sobre libros en YouTube, TikTok o Instagram —o que publican allí sus propias creaciones literarias—, constituyen algunos de los fenómenos más representativos de este panorama. Por otro lado, la industria editorial juvenil se erige como una de las más dinámicas a nivel global (Cart 4) y también en Argentina: este sector es uno de los que más títulos ha publicado en la última década (Saez, “La incorporación” 71; “Jóvenes” 75).

Henry Jenkins alude a la era de la “cultura de la convergencia” (25) para describir el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas, industrias mediáticas y audiencias, donde los viejos medios —la televisión, el cine, la radio y, podríamos agregar, la industria editorial— confluyen con los nuevos medios digitales. Esta convergencia se manifiesta en una actividad literaria juvenil que transita constantemente entre lo analógico y lo virtual. La articulación entre editoriales y plataformas se evidencia, sobre todo, en la inserción profesional de jóvenes que producen contenido sobre libros en espacios digitales: bloggers, *booktubers*, *bookstagrammers* y *booktokers*, quienes se han convertido en mediadores de lectura (Canclini *et al.* 13). Las editoriales buscaron aprovechar el poder de persuasión que estos actores ejercen sobre sus comunidades lectoras: en un primer momento, mediante el envío de ejemplares de cortesía, y posteriormente, incorporándolos a sus equipos de comunicación o edición, ya sea de manera fija o *freelance*. Paralelamente, la publicación de libros de autores surgidos en estos entornos virtuales se ha convertido en una práctica habitual.

Diversos estudios comparativos han demostrado que los “artistas exitosos” tienden a participar activamente en la construcción de la imagen que rodea su trabajo

(Janssen 324). Con el desarrollo del mercado y las tecnologías digitales, estas nuevas figuras mediadoras adquirieron un papel crucial en las trayectorias artísticas, no solo para la supervivencia económica, sino también para la valoración del trabajo, la reputación y la coproducción del valor literario (330). La presencia de escritores en la web tiene ya más de dos décadas en Argentina. Desde comienzos de los 2000, los blogs se convirtieron en espacios ideales para que escritores emergentes difundieran sus obras (Vigna y Casarin 246) y, poco después, en herramientas de marketing para las editoriales. En los últimos años, esta articulación entre literatura e Internet se ha profundizado, particularmente en las culturas juveniles. Wattpad e Instagram se destacan como espacios privilegiados de producción literaria virtual.

Con millones de usuarios en todo el mundo, Wattpad —plataforma en la que las personas pueden publicar, leer y comentar textos literarios— es utilizada principalmente por adolescentes (García-Roca 36). Con más de 94 millones de usuarios registrados, no solo estructura hábitos de lectura y socialización, sino que se ha convertido en un trampolín para autores emergentes que ingresan a la industria editorial con un público preexistente (Saez, “Jóvenes” 77). Uno de los primeros casos paradigmáticos fue el *best seller* *After*, un *fanfiction* inspirado en el músico Harry Styles que la estadounidense Anna Todd publicó en la plataforma en 2013, luego editado y traducido a múltiples idiomas, con una posterior adaptación cinematográfica. En Argentina encontramos trayectorias similares², como las de Ludmila Ramis, Nahíara Phillips y Ana Rodd, quienes en 2023 publicaron sus novelas en Penguin Random House bajo el sello Wattpad, en el marco de un acuerdo entre ambas empresas.

Por su parte, Instagram se ha consolidado como un territorio fértil para la poesía joven. Los y las llamadas *instapoetas* utilizan los recursos multimodales de la plataforma —imágenes, tipografías, música— para articular lo textual con lo visual, generando una estética de la brevedad y lo íntimo que interpela a sus comunidades lectoras. Estas producciones están atravesadas por lógicas algorítmicas que determinan qué textos alcanzan mayor visibilidad; así, el consumo se vuelve una variable central y el texto poético se transforma en un producto para ser vendido, compartido y cuantificado (Favaro 107). Un caso emblemático es el de la española Elvira Sastre, reconocida por los poemas que publicaba inicialmente en su blog y que actualmente comparte en Instagram, donde cuenta con más de 612 000 seguidores³. Sastre financió la publicación de su primer libro antes de cumplir

2. Por mencionar algunos casos: Mar Petrik, Jessica Rivas, Ash Quintana; Victoria Resco, Santiago Speranza, Maximiliano Pizzicotti. Todos iniciaron su recorrido como escritores en Wattpad y publicaron en sellos que apuntan al público joven (de las editoriales Planeta, V&R y El Ateneo) entre 2021 y 2024.

3. Existen otros ejemplos de trayectorias de jóvenes poetas que saltaron a la fama por compartir sus producciones en Instagram y luego se transformaron en *best sellers* mundiales, como la canadiense Rupí Kaur, a quien Sastre tradujo al español para Editorial Planeta.

veinte años y hoy suma más de nueve obras editadas en distintas editoriales, entre ellas Planeta, Penguin Random House y Visor, esta última dedicada a la poesía canónica.

Como detalla Federica Favaro, quienes frecuentan estos espacios son mayoritariamente mujeres con “una edad que oscila entre los dieciséis años y los treinta y seis” (105) y comparten una poética caracterizada por el amor erótico, ocasionales elementos de denuncia y “por el elemento biográfico que comparten con el público, que suele ser adolescente (entre los 16 y los 24 años)” (105). Aunque el corpus de este artículo incluye escritoras provenientes de otras plataformas y géneros más allá de la poesía, esta descripción coincide con las características generales de los casos seleccionados. Cabe precisar, además, que si bien el recorte se centra en trayectorias argentinas, busca reflejar procesos que se replican en otras regiones, con sus respectivas particularidades.

4. Los inicios: plataformas, pandemia y eventos literarios

Si bien los comienzos en la escritura suelen situarse en la infancia o la adolescencia, en las entrevistas la pandemia aparece como un punto de inflexión relevante en la circulación de los textos y la visibilidad virtual. Florencia, de veinte años, escritora de poesía con un poemario editado por Planeta, comenta que el hecho de estar en su casa durante la cuarentena fue el impulso para explorar Instagram y TikTok, subir sus textos y observar las “reacciones positivas” que generaban en sus seguidores, que fueron aumentando progresivamente (hoy en día alcanza los 111 000). Judith, autora de novelas románticas y eróticas, se inició en Instagram con su cuenta de *instanovelas*, que empezó a crecer con rapidez cuando otra persona la compartió con “su comunidad de seguidores”. Sofía, de 26 años, escritora de poesía y narrativa juvenil, relata: “Los primeros talleres los empecé a hacer después de abrirme el Instagram en 2019. A los cuatro meses empecé a estudiar el Instagram y empezó la cuarentena”. Para ella, la pandemia representó “un re-boom” de las redes sociales; gracias a ello, además de compartir sus textos, “conozco a ciertos poetas y escritores y empiezo a hacer talleres virtuales”.

Victoria sostiene que “hubiese seguido en cuarentena”. Cursaba el último año de secundaria cuando comenzaron las medidas de aislamiento, se descargó TikTok y empezó a crear videos hablando de libros, inspirada en contenidos que había visto en perfiles de Estados Unidos. En pocos meses superó el millón de seguidores. Paralelamente, subía periódicamente a Wattpad los capítulos de su novela y, al promocionarla en su cuenta de TikTok, alcanzó más de 400 000 lecturas.

TikTok emerge, así, como otro canal virtual de gran relevancia en el mercado editorial. Por las particularidades de la plataforma —en especial, la facilidad para producir

videos y su alta capacidad de viralización—, los y las *booktokers* lograron rápidamente acumular audiencias masivas. Como se observa en este caso, es habitual producir contenidos de manera simultánea en varias plataformas para ampliar el alcance y diversificar las comunidades lectoras.

La pandemia actuó como catalizador para que las escritoras exploraran las plataformas digitales como espacios de escritura, socialización literaria, formación y visibilización de su trabajo. Las redes (principalmente Instagram, Wattpad y TikTok) se convirtieron en el espacio inicial de publicación y reconocimiento, identificadas explícitamente por las entrevistadas como un “medio de trabajo”. Estas plataformas implican la construcción progresiva de un espacio biográfico y de una figura de autor en la esfera pública, lo que requiere la gestión de una imagen personal. Las experiencias de las escritoras se inscriben en el fenómeno contemporáneo de disolución entre trabajo y no trabajo, autoexplotación y precarización (Boltanski y Chiapello 311; Lorey 6). Las entrevistadas dedican tiempo e invierten recursos —materiales y afectivos— en la gestión de sus redes y la creación de contenido, sin una remuneración directa, sino basada en el intercambio de capital social y simbólico.

Las estrategias de visibilidad e interacción son diversas y evolucionan con el tiempo. Involucran no solo compartir textos, sino también interactuar de forma constante con la audiencia, proponer “dinámicas” o “juegos”, usar recursos multimodales (imagen, diseño, video) y participar activamente en otras comunidades y perfiles para generar interacciones (me gusta, comentarios). María Paz, escritora de poesía de 22 años, destaca que, para captar la atención en redes —donde tiene “solo tres segundos”—, tuvo que “meter color” en sus publicaciones, aparecer en videos, aunque no le guste, y hacer preguntas relacionadas con la literatura. Melina, de 29 años, investigó sobre el algoritmo y las estrategias de visualización para compartir sus poemas en Instagram. Todas revisan las métricas que ofrecen las plataformas para conocer a su público —en general, otras mujeres jóvenes—, aunque la dinámica de circulación suele resultarles opaca, sobre todo respecto de qué contenidos se “viralizan” y cuáles no, independientemente del esfuerzo invertido.

La participación en comunidades de pares y lectores es fundamental tanto en los inicios como a lo largo de las trayectorias. Estas comunidades suelen formarse en espacios virtuales —grupos de lectura, cuentas de *bookstagrammers* o en torno a afinidades con determinadas autoras (como Florencia Bonelli o Elvira Sastre)—, a lo que se suma la asistencia a talleres virtuales. Las redes propician vínculos y contactos que pueden derivar en oportunidades de edición o en invitaciones a eventos.

A pesar de las experiencias gratificantes que mencionan en sus relatos, las entrevistadas también son conscientes de los aspectos ambiguos o frustrantes de su participación

en redes sociales. Existe la necesidad constante de adaptarse a lógicas cambiantes, y la visibilidad basada en “números” (seguidores, *likes*) puede generar frustración y cuestionamientos sobre la calidad del propio trabajo. En las entrevistas, muchas se refieren a la construcción de una imagen personal mediante la socialización de videos que resaltan sus habilidades carismáticas o su vida cotidiana, más allá —o en articulación— con los contenidos literarios. La presión por “destacar” y capturar la atención es percibida por varias de ellas como un aspecto desafiante y, con frecuencia, agotador.

Camila, de 23 años, escritora de narrativa juvenil con una novela publicada, señala:

Las redes pueden ser un aliado. O un enemigo en ese sentido. Por una cuestión de que todo se va reinventando. Y si te quedás atrás es difícil volver a sobresalir. No solamente en tema *influencers*, sino en técnicas de publicidad. Como que hay editoriales independientes que se van quedando atrás. Y hay autores que capaz están muy negados a subir un video leyendo. O por qué quiero subir mis cosas a Instagram. Yo quiero que las lean en mis libros. No las quiero subir gratis. Pero como que tenés que adaptarte para subsistir si querés vivir de eso. Más que nada para los que recién empiezan. Tenés que hablar mucho. Aparte de vos mostrarte, tenés que ver lo que hacen los demás. Y hablar y charlar. Y que vengan a tal presentación. (Caligiuri)

Como advierte Vanoli, “la cultura literaria se orienta hacia el consumo de autores, no de libros, y mucho menos de textos. Todo escritor es su propia obra de arte bioprofesionizada” (32). No obstante, las entrevistadas despliegan estrategias críticas frente a estos fenómenos. Por ejemplo, seleccionan determinados textos exclusivamente para plataformas digitales y reservan otros —que consideran de mayor calidad literaria— para libros o para eventos presenciales, como presentaciones y ferias del libro, que también resultan cruciales en sus trayectorias. Estos espacios permiten el encuentro “cara a cara”, la consolidación de comunidades y constituyen canales relevantes de venta y distribución.

Varias entrevistadas participan activamente en ferias y eventos literarios. Judith organiza “meriendas literarias” que reúnen entre cuarenta y cincuenta personas, en su mayoría mujeres. Florencia cuenta que comenzó a recibir invitaciones a eventos gracias a su crecimiento en redes y a su perfil de poeta joven. Victoria, con apenas dieciocho años, presentó en 2022 su primera novela en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, en la sala José Hernández, la más grande del predio. Sofía también participa en esa feria y en otras actividades, como lecturas de poesía y debates sobre narrativa romántica. Melina y María Paz colaboran en eventos de lectura en sus localidades y destacan el fortalecimiento de estas iniciativas en regiones alejadas de la Ciudad de Buenos Aires, como La Plata y San Nicolás, donde residen.

La rápida expansión de festivales, ferias y eventos literarios alimenta, a su vez, la tendencia hacia la “espectacularización” de la figura pública del autor o autora, en el marco de un régimen de celebridad que comenzó a configurarse en la segunda mitad del siglo xx (Gallego Cuiñas 9) y que actualmente atraviesa un momento de auge. Estos procesos transforman la relación entre autoría y obra, e implican, en muchos casos, que la figura pública se convierta en un factor de legitimación del texto. Como explica Gallego Cuiñas, si bien este fenómeno “puede percibirse como una crisis de legitimación del escritor, también puede comprenderse como el establecimiento de un nuevo sistema de legitimación: el autor no podría conquistar un lugar sin el despliegue de una obra mediática y la creación de una estética de la figura autorial” (13).

En los inicios de las trayectorias de estas escritoras se identifican, entonces, nuevas formas sociales de mediación o *gatekeeping* (Gallego Cuiñas 12), que incluyen a las plataformas digitales, pero también se imbrican con otros dispositivos, como ferias, festivales y talleres —a menudo virtuales—. La publicación en papel constituye, sin embargo, un punto de inflexión central para todas las entrevistadas.

5. Del posteo al libro: el salto hacia la publicación

La publicación en papel continúa siendo una condición de posibilidad para construir una carrera literaria legítima, aun cuando no garantice ingresos ni continuidad (Simonetti 147). Los soportes de circulación literaria —digitales y en papel— se imbrican más que excluirse, especialmente en la experiencia de escritores y escritoras jóvenes. En las entrevistadas, el deseo de publicar en papel constituye una constante que aparece desde sus aspiraciones iniciales y conlleva una fuerte carga simbólica y afectiva.

El proceso de publicación presenta diversas rutas, que van desde la autoedición completa hasta la publicación a través de editoriales independientes o tradicionales, además de múltiples combinaciones entre estas modalidades. Las redes sociales son concebidas como vías posibles hacia la edición, en particular cuando se desconoce el funcionamiento del mercado editorial, se carece del capital cultural o social necesario, o las escritoras se encuentran por fuera de los espacios tradicionales de socialización literaria.

Es el caso de Florencia, quien cuenta en la entrevista que, a pesar de la amplia circulación que tenían sus textos en redes, su mayor deseo era ver su libro publicado en papel. En su relato, la creación de su cuenta de Instagram aparece como una estrategia orientada a lograr la edición:

Ese mismo año que empecé a pensar en lo de la facultad, el futuro, empecé a pensar qué cosas me gustan hacer o me gustaría. Ahora que terminó el

colegio. Y pensé que una de ellas era algún día publicar un libro. Entonces pensé es súper linda la idea de algún día dedicarme a escribir ¿de qué forma lo puedo hacer si nadie sabe que escribo? O sea, solamente tres amigas. Es difícil. Entonces dije, bueno, conocí a dos personas por las redes y vi que subían sus textos y que la gente los leía. Y tenían lectores. Me pareció como una relación re linda para tener en las redes sociales. Que las redes sociales a veces no son siempre súper copadas. Entonces cuando vi que hacían eso y era lindo lo que se creaba, dije, bueno, quizás puedo probar. (Da Piaggi)

Florencia le escribió a uno de sus contactos de Instagram, quien había publicado un poemario con Planeta, para consultarle cómo lograrlo. Detalla: “Casualmente él trabajaba ahí y me dice que, si quería, le mandara lo que tenía y nos fijábamos si se podía publicar”. Si bien ella explica este hecho como algo “azaroso”, se trata en realidad de una puesta en juego del capital acumulado en plataformas, tanto en términos de audiencias como de contactos. Florencia “ya había intentado con otras editoriales mandar mail y no había surgido nada”. De manera similar, Victoria envió la propuesta de su novela a distintas editoriales, incentivada porque “le fue muy bien en Wattpad”. En febrero de 2021 la publicó V&R, y ese mismo mes llegó a liderar el ranking de ventas de Cúspide, la cadena de librerías más grande de Argentina. Desde entonces, Victoria ha publicado tres novelas más con Planeta. Por su parte, María Paz afirma que “le debe a Instagram” que su poemario se haya materializado en papel, ya que fue una *bookstagrammer* que trabajaba en la editorial Del Fondo quien le propuso publicarlo.

Otro camino hacia el soporte impreso es la gestión directa de la publicación. La autoedición o el pago de servicios editoriales es una práctica común entre las entrevistadas y constituye un fenómeno en expansión. En Argentina, en 2023, el 24 % de los títulos registrados correspondió a empresas de servicios editoriales o a editoriales de autor (CAL 16). Asimismo, la *Encuesta Nacional a Escritores* implementada por el equipo de Estudios Interdisciplinarios en Arte y Trabajo (EITyA 2024) mostró que la edición con fondos propios alcanza al 30 % de las y los encuestados. Las plataformas, al posibilitar la difusión de obras que de otro modo carecerían de visibilidad, han contribuido a que la autoedición se convierta en una opción cada vez más “respetable” (Thompson 256). Esto se refleja también en la creciente presencia de charlas sobre autopublicación en ferias y festivales internacionales (Gallego Cuiñas 184).

Melina cuenta que leía la poesía de Elvira Sastre en Facebook e Instagram y que, al enterarse de que la autora española había autopublicado sus primeros libros, “le encantó” la idea y quiso hacer lo mismo. Primero recibió una propuesta para participar en una antología feminista de la editorial platense Galiarte; luego financió la publicación de

poemarios en Barenhouse, publicó otros en Halley Ediciones —“donde no le cobraron por publicar” — y actualmente vende en su página su último libro de poemas, autoeditado con un sello propio, sin intermediarios.

En los relatos de las entrevistadas, la posibilidad de autoeditarse suele presentarse como un descubrimiento ligado a su participación en comunidades digitales o talleres literarios. Varias relatan que pidieron consejos a otras personas que ya lo habían hecho, o que realizaron una investigación exhaustiva en Internet para evaluar servicios, costos y alternativas posibles. En general, la autoedición representa una opción para quienes no tienen contactos previos con editoriales, se “cansan” de esperar una respuesta o “no tienen plata para pagar lo que cobraban las editoriales”, como explica Sofía, quien recurrió a una imprenta para reducir costos.

El proceso de autoedición es vivido como “maravilloso” y “agotador” a la vez. Por un lado, involucra aspectos muy valorados por las escritoras: la democratización del acceso a la edición en papel, el control casi total sobre la elaboración y venta del libro, y mayores márgenes de ganancia económica respecto de la publicación por medio de editoriales. Por otro lado, como sintetiza Érica, escritora de narrativa juvenil y romántica, en la autopublicación “vos sos todo. Sos la que escribe, la que labura, la que lo edita, la que lo organiza, lo recibe, lo paga, lo vende, lo lleva y lo trae, la que lo publicita. Todo recae en una” (Vera). Es decir, las autoras asumen la mayor parte —o la totalidad— del trabajo editorial, desde la maquetación hasta la distribución y la promoción. Este trabajo, a menudo invisible y no remunerado, se inscribe en la lógica de la precarización del trabajo creativo. Además, quienes recurren a empresas de servicios de autoedición suelen percibir que la promoción editorial es limitada o inexistente, y enfrentan la resistencia de librerías que no aceptan libros autoeditados o los toman “en consignación” sin promover su venta.

El salto hacia editoriales tradicionales o grandes sellos —como Planeta o Penguin Random House— se percibe, en este contexto, como un paso hacia una mayor legitimidad y un alcance más amplio. Sin embargo, las entrevistas revelan que ese acceso está cada vez más mediado por la visibilidad y la repercusión en plataformas digitales.

6. Desafíos y tensiones

Las trayectorias de las escritoras mediadas por plataformas digitales presentan un conjunto de tensiones y desafíos. La actual dinámica de la industria editorial argentina, que requiere cada vez más actividades y saberes específicos vinculados con la comunicación, el uso de tecnologías digitales y el marketing (Saferstein 111), se replica también en la experiencia de los autores publicados. La pertenencia a determinadas comunidades

virtuales, las competencias digitales y la capacidad de obtener visibilidad se convierten en condiciones que posibilitan el reconocimiento dentro del campo editorial.

Todas las entrevistadas mencionan que estas publicaciones les permitieron conocer personas con los mismos intereses, generar nuevas amistades y acceder a diversas oportunidades. Sin embargo, el ecosistema digital también impone una constante disputa por la atención de las audiencias. Así, quienes comparten poesía en Instagram se ven obligadas a autodiseñarse como autoras. Melina explica que pudo “encontrarle la vuelta a Instagram”:

Es una plataforma comercial, me lo tomo como eso, es marketing. Es vender lo que yo escribo. No necesariamente subo poemas que me gusten muchísimo. Yo, en Instagram, voy a lo popular, a lo que sé que le va a gustar a la gente, los poemas que para mí están bien trabajados los guardo para libros. Porque en Instagram noto que hay una suerte de “compra venta” de la gente que consume y nosotros que intentamos vender. Suena feo, pero la poesía es comercial en este momento. Yo lo asumí, y asumirlo me permitió encontrarme desde otro lugar, también con la gente. (Cueto)

El carácter que Bourdieu había observado en el libro, al señalarlo como un “objeto de doble faz, económica y simbólica” (“Una revolución conservadora” 242), se reproduce en estas producciones literarias en la virtualidad. El discurso de Melina da cuenta de un “universal comercial” que las editoriales han incorporado en las últimas décadas con la entrada de los monopolios de origen financiero (Szpilbarg 127), y que circula con muchos menos reparos entre quienes producen en entornos digitales.

Otro desafío recurrente que estas experiencias ilustran es la coexistencia de las oportunidades generadas por el entorno de plataformas con diversas formas de precarización. Más allá de la escritura propiamente dicha, estas autoras desarrollan una serie de actividades en las que invierten recursos materiales y afectivos que no se capitalizan en términos económicos. A su vez, para generar ingresos vinculados con la escritura, diversifican sus ocupaciones: ofrecen servicios editoriales freelance, dictan talleres literarios o realizan mentorías para nuevos escritores. En todos los casos, combinan estas tareas con otros trabajos (en editoriales, como docentes, en consultoras, etc.) o con sus estudios universitarios, y la mayoría vive con sus padres.

Las plataformas son concebidas por ellas como un “medio de trabajo” que exige presencia constante y la construcción de una figura pública; implican la gestión de una imagen y el despliegue de una “performance del yo”. La circulación de los contenidos está mediada por algoritmos que priorizan ciertos formatos y métricas (likes, seguidores, visualizaciones). Esto conduce a una búsqueda permanente de “visibilidad” que puede generar frustración y autocuestionamiento cuando las interacciones no alcanzan

las expectativas. Con frecuencia, la dinámica algorítmica es percibida como opaca e impredecible.

Mantener una presencia activa requiere tiempo y esfuerzo: crear contenido visual (fotos, videos), interactuar con seguidores, investigar estrategias de visibilidad, entre otras tareas. Las entrevistas revelan cómo estas autoras asumen identidades multifacéticas —autora, editora, promotora, gestora de comunidades, creadora de contenido— que a menudo entran en tensión con los tiempos y las lógicas que demandan la escritura y la lectura, desafío que enfrentan mediante diversas estrategias.

En este sentido, las entrevistas evidencian ambigüedades en el plano emocional y afectivo. La escritura y la lectura son también para estas jóvenes canales de autoexploración, procesamiento emocional, construcción de identidad y consolidación de comunidades de pares. La posibilidad de que el texto propio resuene en otros y genere identificación es altamente valorada, y las comunidades —virtuales y presenciales— ofrecen grandes recompensas afectivas y un fuerte sentido de pertenencia. Sin embargo, la búsqueda de validación (*likes*, seguidores), la comparación con otras autoras y la gestión de la crítica o de la indiferencia generan tensiones emocionales. En sus testimonios es frecuente la reflexión sobre la necesidad de preservar la “salud mental” y el relato del trabajo personal que implica enfrentar los desafíos emocionales asociados a su vínculo con los espacios virtuales.

Hace un tiempo me pasó de sentir que no estaba creciendo tanto, me refiero a la cantidad de seguidores. Fue como un bajón, que ni hasta en terapia podía tratarlo, porque mi psicóloga es más grande y no entendía esto que yo sentía con las redes. Es muy generacional. Buscaba estrategias para crecer en Instagram en Google. Lo que cambié es que yo antes no le daba bola a la interacción, usaba la cuenta más para publicar. Y lo que empecé a tratar de cambiar es a usar la cuenta como si la usara realmente una persona, no solo alguien que escribe y publica. Ahí me puse a conocer a más personas que leen y escriben, eso ayudó un montón. (Veronelli)

Por su parte, se presentan una serie de desafíos en el plano estético. El uso de redes como Instagram y TikTok implica adaptar la producción literaria a formatos breves, visuales o multimodales que funcionan mejor en términos de visualizaciones. En las entrevistas identificamos una tensión entre la “autenticidad” artística y la necesidad de “performar para la red”. Sin embargo, estas tensiones no se dirimen únicamente en el ámbito digital, sino que también atraviesan los procesos editoriales. De este modo, las autoras de narrativa juvenil se enfrentan a los cambios que las editoriales imponen sobre el texto para hacerlo “exportable” a otros países latinoamericanos, como explica Victoria:

Es muy difícil publicar haciendo voiceo siendo juvenil, porque como las editoriales lo exportan a Latinoamérica en otros países no vende, porque no hablan así. Esto yo lo hablé con editores, que me explicaron eso. Yo creo que re funcionaría acá, yo creo que nada te identifica más en un libro que ver que hablan como vos, o sea, yo escribí cuentos y cosas así en voiceo y se los pasé a amigos, Y se morían de risa, porque veían sus modismos. No es lo mismo decir “oye, bobo” que leer un “sos un boludo”, te pega diferente. (Resco)

En relación con el proceso de publicación, como hemos visto, la autogestión otorga un control valorado sobre el proceso creativo y material del libro y, al mismo tiempo, es concebida como una forma de democratización de la publicación en papel, algo hasta hace poco “inalcanzable”. Sin embargo, conlleva una carga de trabajo que no todas pueden asumir. En sus discursos también emergen tensiones y “prejuicios” presentes en el campo literario en torno a la autopublicación:

Antes la literatura era más elitista, a los autores se los veía más inalcanzables, como Borges y Cortázar. Ahora con la autopublicación eso está cambiando. Los autores publican en redes, o se publican sus libros, y eso otros lectores lo ven y se dan cuenta que también pueden. Con autopublicación me refiero a plataformas y libros físicos. Todavía hay prejuicio con eso, Wattpad todavía está batallando para sacarse el prejuicio que hay sobre las obras que hay ahí pero de a poco lo va logrando. (Piva)

La elección de editoriales independientes puede ofrecer un mayor cuidado del texto, pero a menudo estas operan con recursos limitados, pueden tener dificultades de distribución o requerir cofinanciamiento. En general, las entrevistas revelan que, en cualquier modalidad de edición, el trabajo de promoción recae principalmente en la figura de las autoras y en su actividad virtual. La visibilidad y la cantidad de seguidores se traducen en un capital que las editoriales parecen considerar cada vez más en sus decisiones de publicación. En ese sentido, estas dinámicas pueden contrastar con la visión más optimista de una democratización de la producción y la circulación literaria que supuestamente permitiría la expansión del entorno digital. Así, la “visibilidad” digital opera como un nuevo *gatekeeper*: genera jerarquías y barreras de acceso a la edición, que continúa siendo un factor clave para la consolidación de las trayectorias literarias.

Frente a estas tensiones y desafíos vinculados con el mercado editorial y la mediación digital, es interesante notar que las autoras no solo son conscientes de ellos, sino que reflexionan activamente al respecto. En efecto, cuestionan determinadas lógicas, negocian con las demandas de visibilidad y comercialización, e identifican dificultades

emocionales, estéticas y materiales, lo que da cuenta de una constante adaptación y (re) negociación de su lugar como autoras en un campo en proceso de reconfiguración.

7. Reflexiones finales

El interés por estas plataformas no reside únicamente en su dimensión tecnológica, sino en su capacidad para configurar nuevas condiciones de producción, circulación y consagración literaria. Lejos de reproducir el canon o las mediaciones tradicionales, estos espacios dan lugar a escrituras que, aunque con frecuencia reproducen lógicas hegemónicas, también permiten a las y los jóvenes construir comunidades, ensayar nuevas formas de visibilidad y negociar su ingreso al campo literario desde posiciones no siempre legitimadas.

Las trayectorias de autoras emergentes deben situarse en un sistema editorial regido por criterios de productividad, rentabilidad y visibilidad, donde las plataformas digitales pueden operar tanto como vía de acceso como espacio de subordinación a las exigencias del mercado. Su análisis permite observar la reconfiguración de ciertas dimensiones del campo literario argentino contemporáneo, en particular del segmento juvenil.

Las experiencias analizadas aquí se inscriben, además, en discusiones más amplias sobre los procesos de monetización de las interacciones sociales en plataformas y la llamada economía de la atención. En este entramado, las autoras estudiadas desarrollan diversas estrategias y combinan lenguajes multimodales con textuales para disputar la atención en la web, así como para garantizar la concreción de sus publicaciones en formato impreso. La construcción de su propia imagen en los canales digitales y la conformación de un público que las sigue constituyen recursos que operan como capital simbólico y social en su ingreso a la industria editorial. Así, las plataformas se presentan simultáneamente como espacios de posibilidad y de disputa.

Las prácticas de autopublicación también se extienden desde los canales virtuales hacia los soportes materiales, según el capital y la posición que las autoras ocupan en el campo. Estas dinámicas demandan un trabajo constante de autoexposición, gestión emocional y producción continua, que profundiza la precarización laboral. Sin embargo, también posibilitan la negociación con las lógicas del mercado y la construcción de un lugar posible como autoras jóvenes dentro de un campo literario en transformación. Estas nuevas lógicas se encuentran en diálogo y tensión permanente con otras formas más tradicionales de producción y consumo. La producción literaria actual ya no se define únicamente por el prestigio editorial o la crítica académica, sino que también se valoriza por el número de seguidores, las interacciones en redes y la capacidad para construir una marca personal.

Mientras el tránsito de las plataformas al libro en papel se consolida como una vía de acceso para estas autoras emergentes, escritores con trayectorias consagradas se ven compelidos a integrarse en los espacios digitales, compitiendo por la atención en la virtualidad. La promoción de un libro tradicional puede depender hoy de su visibilidad en plataformas, y la legitimidad de una obra digital puede consolidarse a través de su publicación impresa. Queda pendiente para futuras investigaciones profundizar en el análisis de los múltiples aspectos de este ecosistema complejo, donde las definiciones de literatura y autoría están en constante renegociación.

Bibliografía

- Bourdieu, Pierre. *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Traducido por Thomas Kauf, Anagrama, 2005.
- Bourdieu, Pierre. “Una revolución conservadora en la edición”. *Intelectuales, política y poder*, traducido por Alicia Gutiérrez, Eudeba, 2009, pp. 223-267.
- Bourdieu, Pierre y Loïc Wacquant. *Respuestas: por una antropología reflexiva*. Traducido por Hélène Levesque Dion, Grijalbo, 1995.
- Cámara Argentina del Libro. *Informe de Producción del Libro Argentino 2023*. Cámara Argentina del Libro, 2023.
- Cart, Michel. “Young Adult Literature: The State of a Restless Art”. *SLIS Connecting*, vol. 5, núm. 1, 2016, <http://aquila.usm.edu/slisconnecting/vol5/iss1/7>.
- Chartier, Roger. “Libros y lecturas: los desafíos del mundo digital”. *Revista de Estudios Sociales*, 2018, pp. 119-124, <https://doi.org/10.7440/res64.2018.09>.
- Favaro, Federica. “La re(d)volución poética como práctica identitaria: una lectura sociológica”. *América sin Nombre*, núm. 28, 2023, pp. 98-115, <https://doi.org/10.14198/AMESN.21759>.
- Gallego Cuiñas, Ana. *Cultura literaria y políticas de mercado: editoriales, ferias y festivales*. De Gruyter, 2022.
- García Canclini, Néstor, Verónica Gerber Bicecci, et al. *Hacia una antropología de los lectores*. Ediciones Culturales Paidós, 2015.
- García-Roca, Anastasio. “Creative Writing on Wattpad: Analysis of Users and Training Possibilities”. *Aloma*, vol. 39, núm. 2, 2021, pp. 35-42, <https://www.revistaaaloma.blanquerna.edu/index.php/aloma/article/view/487/200200321>.
- Janssen, Susanne. “The Empirical Study of Careers in Literature and the Arts”. *Utrecht Publications in General and Comparative Literature*, vol. 35, editado por

- Dominic Schram y Gerard Steen, John Benjamins Publishing Company, 2001, pp. 323-357.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Traducido por Pablo Hermida Lazcano, Paidós, 2008.
- Lahire, Bernard y Gwendolyn Wells. "The Double Life of Writers". *New Literary History*, vol. 2, núm. 41, 2010, pp. 443-465.
- Lizé, Wenceslas. "Présentation: trajectoires de consécration et transformations des champs artistiques". *Sociologie et sociétés*, vol. 47, núm. 2, 2015, pp. 5-16, <https://doi.org/10.7202/1036337ar>.
- Lorey, Isabelle. "Gubernamentalidad y precarización de sí: sobre la normalización de los productores y las productoras culturales". *Transversal*, traducido por Marcelo Expósito, 2006, <http://eipcp.net/transversal/1106/lorey/es>.
- Saez, Victoria. "Jóvenes que escriben libros para jóvenes: trayectorias, percepciones y producciones de *booktokers* que publican novelas". *Papeles de Trabajo*, vol. 19, núm. 35, 2025, pp. 71-90, <https://revistasacademicas.unsam.edu.ar/index.php/papdetrab/article/view/1992>.
- Saez, Victoria. "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". *Revista VINCO*, vol. 2, núm. 2, 2022, pp. 61-89, <https://periodicos.cefetmg.br/index.php/VINCO/article/view/1075>.
- Saferstein, Ezequiel. "Entrenarse para vender libros: condiciones para el desarrollo del sentido práctico de los editores de los grandes grupos en Argentina". *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, vol. 9, núm. 1, 2018, pp. 100-125, <https://revistas.ucatolicaluisamigo.edu.co/index.php/RCCS/article/view/2380>.
- Sapiro, Gisèle. *La sociología de la literatura*. Traducido por Laura Fólica, Fondo de Cultura Económica, 2016.
- Sapiro, Gisèle, compiladora. *Las contradicciones de la globalización editorial*. Traducido por Jaime Velázquez, Universidad de los Andes y Universidad de Guadalajara, 2019.
- Sapiro, Gisèle y Cécile Rabot. *Profession? Écrivain*. Centre Européen de Sociologie et de Science Politique, 2017.
- Saunier, Émile. "Accéder à la reconnaissance en tant que femme écrivain belge: une étude du cas d'Amélie Nothomb dans le champ littéraire français". *Sociologie et sociétés*, vol. 47, núm. 2, 2015, pp. 113-135, <https://doi.org/10.7202/1036342ar>.

- Simonetti, Paula. "Trabajo y literatura: representaciones en torno al oficio de escritoras y escritores en la Argentina (2008–2021)". *Estudios de Teoría Literaria: Revista Digital de Artes, Letras y Humanidades*, 2023, pp. 134-150.
- Simonetti, Paula. "¿Vivir de la literatura? Un estudio sobre condiciones laborales de escritoras y escritores en el Río de la Plata". *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, núm. 27, Universidad de Buenos Aires, 2024, pp. 1-27.
- Szpilbarg, Daniela. *Cartografía argentina de la edición mundializada: modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI*. Tren en Movimiento, 2019.
- Thompson, John B. *Las guerras del libro*. Traducido por Íñigo García Ureta, Trama Editorial, 2022.
- Vanoli, Hernán. *El amor por la literatura en tiempos de algoritmos: 11 hipótesis para discutir con escritores, editores, lectores, gestores y demás militantes*. Siglo XXI Editores, 2019.
- Vigna, Diego y Marcelo Casarin. "Entre lugares: un acercamiento a los blogs de escritores como nuevos espacios del campo literario argentino". *La Trama de la Comunicación*, vol. 14, UNR Editora, 2010, pp. 239-253.