

## AGENCIALIDADES, MEDIACIONES Y AUTORIDADES: CLAVES PARA LEER EL CAMPO LITERARIO HOY

AGENCIES, MEDIATIONS AND AUTHORITIES: KEYS TO READ THE  
LITERARY FIELD TODAY

**Cristina MARTÍNEZ TEJERO**

Universidade de Lisboa (Portugal)

cristina10@campus.ul.pt

**Resumen:** Los cambios sociales, políticos y económicos asociados al neoliberalismo han impactado de forma notable en los modos de producción, circulación y consumo culturales. A pesar de la importancia de esta transformación, los estudios literarios no están prestando la suficiente atención para desvelar todas las claves de estas dinámicas que se caracterizan además por su heterogeneidad, ambivalencia y mutabilidad. Con el propósito de contribuir a cubrir este vacío, se ofrecen en este artículo algunas reflexiones sobre las nuevas tendencias de funcionamiento del campo literario a partir de las siguientes variables: los efectos de la expansión de la dimensión digital; los nuevos roles de la agencialidad literaria en calidad de figuras con mayor presencia pública; la reconfiguración de las autoridades; o el surgimiento de instituciones, mecanismos y figuras mediadoras inéditas entre el texto literario y el público lector.

**Palabras clave:** campo literario, agencialidad literaria, mediación, autoridad, crítica, *illusio*, sociología de la literatura.

**Abstract:** The social, political, and economic changes associated with neoliberalism had a significant impact on the modes of production, circulation, and cultural consumption. Despite the importance of this transformation, literary studies are not paying enough attention to reveal all the keys of these dynamics, which are characterized by their heterogeneity, ambivalence and mutability. With the purpose of contributing to fill this gap, this article offers some reflections on the new tendencies of the literary field taking into account the following variables: the effects of the expansion of the digital dimension; the new roles of the literary agency as figures with greater public presence; the reconfiguration of the authorities; or the emergence of institutions, mechanisms and figures that mediate between the literary text and its readers.

**Keywords:** literary field, literary agency, mediation, authority, criticism, *illusio*, sociology of literature.

## **1** Introducción: neoliberalismo y cultura

Las nuevas dinámicas políticas, económicas y sociales que vienen caracterizando la etapa neoliberal (Springer, Birch & MacLeavy, 2016) han ocasionado cambios profundos en el funcionamiento y los roles atribuidos a la cultura (entendida aquí en un sentido restringido y no antropológico). El desarrollo de la denominada «economía simbólica» (Lash & Urry, 1994; Zukin, 1995: 3 y ss.) o «economía cultural» (Yúdice, 2002: 30 y ss., 339 y ss.; Cudny, 2016: 1 y ss., 29 y ss.) –y más recientemente la «economía creativa» (Howkins, 2001) que amplía ligeramente el foco– pone el acento en las nuevas dimensiones que la actividad cultural ha ido ocupando dentro de la planificación e iniciativas económicas. Estos hechos se justifican por el avance, especialmente en los países occidentales, de modelos posfordistas estructurados principalmente en torno a la propiedad intelectual en lugar de la material y donde tanto la industria del entretenimiento y de la producción cultural, como la del saber o conocimiento se han erigido como áreas emergentes. Uno de los principales analistas de estas tendencias, George Yúdice, sintetiza esta nueva forma de comprender y utilizar las esferas de producción de bienes simbólicos con la fórmula de «la cultura como recurso». En palabras de Yúdice (2002: 13, destaque mío):

[...] la cultura como recurso es mucho más que una mercancía: constituye el eje de un nuevo marco epistémico donde la ideología y buena parte de lo que Foucault denominó sociedad disciplinaria son absorbidas dentro de una *racionalidad económica o ecológica, de modo que en la «cultura» (y en sus resultados) tienen prioridad la gestión, la conservación, el acceso, la distribución y la inversión.*

Tal y como señala Richards (2016: 32) a partir de Hewison (1987), los orígenes de esta concepción y forma de actuación deben ser localizados precisamente en los cimientos del modelo neoliberal, concretamente en el gobierno de Margaret Thatcher en el Reino Unido de la década de 1980 cuando, mediante un giro profundamente ideológico, se puso énfasis en el patrimonio y en su gestión, por dos motivos interrelacionados: la incomodidad de la «cultura» para la derecha y los vínculos existentes entre patrimonio y turismo (así como las potencialidades como recurso económico que se derivan de esta asociación).

La pregunta que está en el origen de este artículo, y sobre la cual serán ofrecidas algunas reflexiones a continuación, es cómo estas tendencias afectan de forma específica al campo literario. La complejidad y proximidad de estos procesos, que en gran parte escapan al producto/fenómeno textual, motivan que no hayan sido objeto de atención de la teoría literaria con la suficiente amplitud como merecerían. Mi propósito en las próximas páginas es abordar de forma sucinta algunos de estos efectos y exponer líneas de trabajo que podrán ser consideradas para este ámbito de análisis.

## **2. El campo literario hoy**

En una primera impresión podría argumentarse que resulta difícil identificar las pautas expuestas previamente para el caso de la literatura, dadas las dimensiones «humildes» de este dominio y la falta de cambios en su estructura principal, además de la pérdida de su centralidad en favor de otras prácticas y formatos culturales, hoy en día con mayor audiencia e impacto social, como la producción audiovisual o musical. De hecho, el principal objeto material vinculado a esta área, el libro, continúa, a excepción del desarrollo del formato digital, prácticamente inalterado; la lectura pervive en apariencia como un acto sobre todo individual y privado y, en lo relativo a las instancias mediadoras, como la crítica, esta ha visto reducido su espacio en medios de comunicación y se encuentra, en cierta medida, sitiada en unas instituciones académicas atravesadas por la (conocida como) crisis de las humanidades. Sin embargo, afirmar la ausencia de cambios sería un acto de miopía que ignora o desvaloriza las dinámicas actuales (también) en el campo literario. Para ejemplificar esto basta con referir la incorporación plena de la literatura, a la par que otras prácticas artísticas o afines, dentro de dos programas institucionales dedicados a la «creatividad», como el Creative Europe, promovido y financiado por la Comisión Europea, y la Creative Cities Network, de la UNESCO.

Existen una serie de tendencias innovadoras en el campo literario que proceden principalmente de la segunda mitad del siglo XX y que tienen que ver con los cambios operados en el sector editorial, desde la tendencia a la asociación con grupos de comunicación a la concentración actual dentro de empresas transnacionales que son propietarias de múltiples sellos, pasando por los cambios en las formas de comercialización, distribución y promoción, además de la complejización de los negocios de compraventa de derechos. Todo esto ha llevado también al desarrollo, como en ninguna otra etapa histórica, de compañías y profesiones que orientan, gestionan y promueven la carrera profesional o semiprofesional en el área de la escritura, como las agencias y agentes literarias/os<sup>1</sup>. Esta profesionalización, no siempre –paradójicamente– protagonizada por las autoras/es, ha promovido igualmente el surgimiento de nuevas iniciativas, como las escuelas y talleres de escritura, que inciden en dos aspectos diferentes y simultáneamente relevantes para lo que se pretende exponer aquí: por un lado, la formación específica para la actividad literaria (algo no común fuera de contextos como Estados Unidos donde existen cursos superiores de escritura creativa) y, por otro, la multiplicidad de pequeñas tareas con algún grado de retribución económica necesarias para la continuidad de la carrera en la literatura y que no pasa casi nunca de forma exclusiva por la publicación de obras.

En otro nivel y conectando con una idea avanzada en el apartado previo sobre la tendencia a la desmaterialización de la economía, esto es, la pérdida de la importancia de la producción material (que continua existiendo pero cuya relevancia político-social en las economías occidentales es cada vez menor), nos deparamos con una situación paradójica. Así, frente a esta orientación, se produce la transposición física de formas culturales de carácter sobre todo inmaterial, lo que conduce a analistas

---

<sup>1</sup> Villarino (2018) ofrece, a partir del caso brasileño, una demorada reflexión sobre el papel de las/los agentes literarias/os como intermediarios en el campo literario actual, así como de la actualidad de los estudios sobre estas figuras.

como Harald Hendrix (2014) a hablar del «giro material» de la literatura<sup>2</sup>. Podríamos referir una gran cantidad de ejemplos que toman como punto de partida o se inspiran en autoras/es u obras literarias como las casas museo, las rutas literarias, los hoteles y bares literarios, los parques temáticos o los eventos literarios. Existen, además, muchas iniciativas recientes –como colecciones, antologías o encuentros– que asocian literatura y lugares físicos de forma intencional, contribuyendo a su resignificación. Ante la imposibilidad de analizar y desarrollar en profundidad todos los argumentos pertinentes sobre esta cuestión, me gustaría nombrar tres formatos que sintetizan algunas de estas corrientes y que permanecen relativamente poco estudiados: las ciudades y villas literarias, los festivales literarios o el turismo literario. Los tres son modelos recientes e interrelacionados, con orígenes principalmente en el ámbito anglófono y con desarrollo desde finales de la década de los 70 del siglo XX. Todos ellos inciden en varios puntos comunes como su relación con la planificación política y económica o su intervención sobre el espacio, especialmente el urbano, con roles como la creación de identidades distintivas («marcas» en este lenguaje) o como la atracción de inversiones, sean estas de carácter económico o humano, bajo la forma de futuros habitantes o de turistas. En el plano estrictamente literario, se produce la emergencia de nuevas formas de experimentar y relacionarse con la literatura, la búsqueda y el surgimiento de nuevos públicos o la propensión a la desaparición de la frontera entre alta y baja literatura.

### **3. Dimensión digital y agencialidades literarias**

Las líneas directrices esbozadas en los párrafos previos deben ser completadas a la luz de los cambios tecnológicos y sociales que internet y la expansión de la dimensión digital han ocasionado en las últimas décadas. Estas modificaciones han sido expuestas de forma amplia por Murray (2018), quien ha desarrollado el concepto de «digital literary sphere» [esfera literaria digital] para tratar un ámbito que detecta como poco estudiado y apreciado habitualmente como accesorio y complementario de la vertiente física. Al contrario, esta autora resalta el carácter autónomo de la esfera digital, con características propias que han llevado a profundas reconfiguraciones en el mercado del libro, las formas de consumo o el papel de la crítica, ocasionando transformaciones también en el ámbito impreso. En la misma orientación, diversas investigaciones han argumentado sobre la mutación intensa de los modos de lectura en la actualidad principalmente a través de la cibercultura, dando lugar a fenómenos de lectura fragmentaria, dispersa, discontinua o hipertextual, que alterna formatos, no es secuencial ni unidireccional, excede la idea del libro, combina texto, imagen y recursos digitales o es realizada de forma simultánea a muchas otras acciones (García Canclini et al., 2015; Cruces, 2017).

Los cambios activados en los campos culturales a través del proceso globalizador y especialmente a través de los medios de comunicación masivos ya han sido introducidos en obras relevantes de finales

---

<sup>2</sup> Se hace conveniente introducir una distinción en el referente procurado con la fórmula de «giro material» utilizado aquí en un sentido físico y performativo. No debe, por lo tanto, ser confundido con el «giro material» de carácter epistemológico tal como ha sido propuesto y ejecutado en la historia cultural (Roger Chartier, Robert Darnton) o en la sociología de literatura (Pierre Bourdieu, Gisèle Sapiro) y que guarda relación con algunas de las reflexiones apuntadas previamente sobre los procesos activos en la producción de libros y en el mercado editorial (Grafton, 2006; Saferstein, 2013).

del siglo XX (García Canclini 2001 [1989]; Appadurai, 1996). Sin embargo, los nuevos desarrollos tecnológicos han propiciado ciertas dinámicas inéditas históricamente y cuya comprensión puede ser fundamental para vislumbrar algunos de los aspectos de la cultura en la actualidad. Sin ninguna pretensión de totalidad, me gustaría señalar tres factores que pueden ser significativos: en primer lugar, se produce una cierta *disociación territorial* entre los espacios de residencia física de las personas consumidoras y la adscripción de productos a sistemas culturales que no tienen necesariamente que ser coincidentes (admitiendo aquí de forma simplificadora el vínculo prioritario entre un sistema cultural y un espacio social, algo que no es necesariamente así). Es decir, el hecho de residir en un país no implica necesariamente que los productos consumidos sean de forma preferente los asociados al sistema (o sistemas) cultural más próximo ni a la lengua (o lenguas) de ese espacio. Más allá de los consumos culturales de múltiples procedencias en toda la historia y el dominio anglófono en la actualidad, hoy en día es posible, gracias a las nuevas tecnologías, vivir culturalmente (consumir literatura, música, noticias, etc.) en un espacio diferente al de residencia.

En segundo lugar, hay una tendencia a la *comunicación dirigida y retroalimentar*. Las redes sociales y demás canales de socialización digital que adscriben participantes según afinidades tienden a reproducir padrones y acervos comunes difícilmente quebrados que permiten la creación de «burbujas» sobre asuntos e intereses para sujetos específicos. Esto ocurre en todas las áreas sociales, promoviendo un imaginario de consenso sobre las propias inclinaciones, pero también posibilitando, en el ámbito cultural, la supervivencia de áreas singulares, que previamente posiblemente tendrían más dificultades para sobrevivir ante las dinámicas de funcionamiento más hegemónicas.

Por último, se produce una *fractura en la tradicional diferenciación productor-consumidor*<sup>3</sup> dado que los nuevos públicos digitales son también creadores de contenidos (textuales, visuales, interactivos) sobre las obras culturales que consumen. Simultáneamente, en el caso de los eventos físicos, los espectadores no son ya únicamente los asistentes presenciales, sino que existe la posibilidad de acompañar e interactuar a través de los canales digitales, de forma coetánea o dilatada en el tiempo.

Estas y otras dinámicas (que, por razones de espacio, es imposible tratar aquí) crean un marco inédito y complejo de interacciones con diferentes niveles de actuación y con retroalimentaciones múltiples cuyos impactos en términos de funcionamiento del campo literario todavía están por estudiar. Dentro de este panorama general, quisiera centrar la atención en las nuevos comportamientos y demandas incorporadas sobre las autoras y autores, es decir, los cambios en la agencialidad literaria. Se trata de alteraciones no exclusivas de esta área ni completamente dependientes de la dimensión digital, pero que esta variable contribuye también a explicar. La clave distintiva de este nuevo estado se basa en la idea de que las escritoras o escritores son figuras públicas, en términos mucho más amplios de lo observable en etapas previas donde este concepto se relacionaba sobre todo con tomas de posición sobre asuntos candentes a nivel político y social. Con la introducción de esta noción en el contexto actual pretendo señalar el imperativo, con el fin de progresar en una carrera en el ámbito de

---

<sup>3</sup> Las reflexiones aquí expuestas están próximas de las ideas de “prosumo” o “prosumidor” desarrolladas desde los años 80 del siglo XX en el ámbito de la comunicación.

la literatura, no solo de escribir libros sino también de llevar a cabo toda una serie de acciones que contribuyen a la promoción de los obras y de la propia figura autoral. Como modelo más tradicional de exposición pública puede ser considerada la participación en medios de comunicación, impresos o digitales, mediante columnas de opinión, redacción de artículos, coordinación de monográficos, etc. También la presentación de libros o la participación en sesiones de debates o tertulias puede ser encuadrado dentro de cánones habituales. Las actividades en el ámbito educativo (en los diferentes niveles) dan igualmente continuidad a una pauta previa, si bien su intensidad se ha acentuado en las últimas décadas, lo que debe ser puesto en relación con la importancia del público escolar en términos de mercado editorial o, en cursos superiores, los potenciales de influencia futura de las personas destinatarias.

Junto a estos referentes despuntan otros nuevos o no tan habituales, como los paseos literarios, los talleres de escritura, las residencias literarias, las lecturas públicas, los encuentros con lectoras/es, etc. Hoy en día es también relativamente frecuente la participación en editoriales (muchas veces de pequeñas dimensiones y creadas a raíz de los cambios tecnológicos que posibilitan la gestación y continuidad de «sellos independientes») o en proyectos de promoción y gestión cultural (donde la literatura tiene un peso especial)<sup>4</sup> como espacios de semiprofesionalización alrededor de la escritura. En desarrollos recientes, como los festivales literarios, podemos observar usos combinados de muchas de estas posibilidades, tanto en las versiones renovadas como en las precedentes, así como su interacción con otras prácticas artísticas, evidenciando la hibridez propia de la contemporaneidad<sup>5</sup>. Con la participación en estas acciones se logran varios objetivos que posibilitan la continuidad en la carrera literaria: por un lado, son una fuente directa de ingresos económicos, contribuyen a aumentar las ventas de obras y refuerzan la posición para futuras publicaciones; por otro, posibilitan la difusión y consolidación en términos de capitales simbólicos de la autora o autor, a la vez que favorecen la creación de redes de contactos (también a nivel internacional) que garantizan nuevas acciones (proyectos, traducciones, participación en eventos, etc.)<sup>6</sup>.

Más allá de estos aspectos y regresando a la esfera digital, la dimensión pública de las autoras y autores se traduce también en el imperativo de tener presencia en la red, como espacio donde tienen lugar gran parte de los procesos, interacciones y construcciones de significado en la actualidad. Esta presencia puede ser indirecta, a través de materiales e informaciones –de diferente naturaleza, orientación o propósito– generadas (y, por las características de internet, no perecederas), por ejemplo, por las propias casas editoriales, medios de comunicación, plataformas como la Wikipedia o usuarias/os individuales. Para lo que pretendo exponer aquí, resultan más relevantes las presencias

---

<sup>4</sup> En la actualidad han emergido modalidades de empresas que organizan y diseñan eventos literarios, ofrecen servicios de consultoría o gestionan publicaciones a medida. Un buen ejemplo de ello es la empresa portuguesa Booktailors: <http://booktailors.com> (consultado el 10 de mayo de 2019).

<sup>5</sup> La centralidad dada en estas argumentaciones al formato festival en detrimento de otro próximo, las ferias literarias, se debe a que los primeros representan una versión mucho más depurada y evolucionada, donde el elemento mercantil, la compraventa de libros –proceso siempre relevante y que no deja de estar presente–, pierde relevancia para diversificarse en muchas posibilidades de actividades alrededor del libro y la lectura.

<sup>6</sup> En la obra *Clavícula* de Marta Sanz (2017), con claros tintes autobiográficos, se puede observar una muestra de las exigencias y perfil de acciones de una carrera en el ámbito de la escritura, así como la inestabilidad económica asociada.

explícitas e intencionales, algo cada vez más común, dado el imperativo corriente de que todas las personas tengan también esta «vida virtual» y que, en el caso de las escritoras o escritores, se hace más apremiante para la promoción de la carrera, condición pareja a la voluntad de profesionalización. Los modelos de páginas personales de autoras/es son variados –más completos o más simples, autónomos o dependientes de una estructura central (por ejemplo, el catálogo de una agencia literaria)– pero frecuentemente reúnen muchos de los siguientes elementos: datos biográficos, lista de obras publicadas (originales y traducciones), fotografías, reseñas críticas, fragmentos de obras, formulario de contacto, etc.<sup>7</sup>. Durante la década de los 2000, el auge del formato blog se convirtió en un espacio importante para la proyección de figuras literarias y hasta en un espacio de sociabilidad dentro del campo a través de los comentarios cruzados o las redes de relaciones creadas mediante los otros blogs recomendados o seguidos. Sin ser lógicamente un formato exclusivo de personalidades de la literatura, su propia configuración, en donde domina la palabra escrita, dotó a la llamada blogosfera de unas condiciones ideales para este perfil.

Con todo, hoy en día y más allá de que la existencia de un página web personal (en ocasiones con blog asociado o incluso con este formato como principal), se impone la exigencia de estar presente también en las diversas redes sociales como Twitter, Facebook o Instagram, tendencia que no es ajena a cualquier otro perfil de profesional con proyección pública. A pesar de que cada uno de los canales referidos tiene una configuración específica (y también unos públicos preferentes), podríamos sintetizar los usos hechos por las escritoras y escritores, en estas líneas de fuerza principales: información sobre la propia carrera (publicaciones, eventos previstos, recepción crítica); recomendaciones o comentarios sobre productos culturales ajenos (habitualmente literarios pero no solo); interacciones con pares (más frecuentes) o con el público en general; opiniones o reflexiones sobre otros asuntos, especialmente políticos, sociales o ambientales<sup>8</sup>. En general, se aprecia la presencia activa en las redes sociales de escritoras/es jóvenes o de media edad, con un grado de consolidación intermedio, es decir, con varios libros publicados pero que necesitan (o evidencian) una gran inversión de tiempo en la red como mecanismo de promoción de su carrera literaria, lo que es, asimismo, una garantía para su continuidad<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> Dentro de este esquema inicial –más o menos elaborado con datos, imágenes o música de fondo–, pueden encontrarse elementos adicionales, como audios, vídeos, hiperenlaces a las redes sociales, etc. Habitualmente estas webs personales están disponibles en varios idiomas (siendo el esquema más común, las versiones en la propia lengua de escritura y en inglés) y pueden incorporar conexiones a librerías *online* para adquirir las obras. En el caso de las imágenes, muchas veces se indica que son de libre utilización para la prensa y es también frecuente encontrar datos sobre la agencia literaria o agente que gestiona los derechos de publicación.

<sup>8</sup> Este tipo de tomas de posición dependerá mucho del perfil ideológico de cada escritora o escritor, así como del grado de exposición pública pretendido (lo que, en términos clásicos, podríamos clasificar como intelectuales críticos o comprometidos). En muchos casos no hay posicionamientos explícitos para evitar identificaciones y posibles penalizaciones del público, a excepción de en causas consideradas lo suficientemente consensuales como las relativas a cuestiones ecológicas, contra la guerra, frente a la discriminación, en apoyo a iniciativas solidarias, etc.

<sup>9</sup> Para la elaboración de estas consideraciones se tuvieron en cuenta los modos de participación y los contenidos publicados en la red por parte de escritoras/es de diversas procedencias y perfiles como el angoleño José Eduardo Agualusa, las gallegas Yolanda Castaño o Chus Pato, el vasco Kirmen Uribe o las españolas Elena Medel y Luna Miguel. Resulta obvio que las circunstancias difieren en cada caso concreto y en cada sistema literario y cultural en el que se inscriben, no obstante se hace necesario subrayar las mayores dificultades para alcanzar una carrera en el ámbito literario en el caso de las

Me gustaría brevemente conectar estas ideas con las reflexiones expuestas por Zafra (2017), quien incide en las visibilidades dinámicas y exigentes de la actualidad en la red, donde hay una constante necesidad de ser vistos. Según esta autora, se produce además la creación y proyección de identidades virtuales, bajo la apariencia de la continua novedad, es decir, la producción constante de contenidos, casi siempre en positivo, con el propósito de mantener o atraer nuevas miradas. En el caso de la escritura, la imagen diseñada en las redes pasa también, en cierta medida, por la activación y transmisión de la *illusio* literaria (Bourdieu, 1992: 316 y ss., 553 y ss.; 1980: 111 y ss.). De esta forma, gran parte de las entradas hacen referencia a libros, a la literatura o a la escritura, con textos o imágenes de obras leídas o recién adquiridas, selección de fragmentos, apuntes sobre la vida de escritoras/es, comentarios positivos sobre una publicación o edición, sobre festivales o recitales, etc. En general, nos encontramos ante la incorporación y transmisión de la creencia en el juego literario como espacio particular dominado por una lógica del desinterés ajena a otros campos sociales y estructurado en torno al valor estético de la palabra escrita (Bourdieu, 1971, 1977, 1992)<sup>10</sup>.

#### 4. Mediaciones y autoridades

Dentro de las nuevas dinámicas perceptibles en el campo literario, un aspecto que merece una atención destacada es la reconfiguración de las autoridades y, vinculado con ello, el surgimiento de instituciones, mecanismos y figuras mediadoras inéditas entre el texto literario y el público lector. Se trata de un proceso no exento de un cierto grado de contradicción o paradoja pero que debe, de nuevo, ser leído y comprendido a la luz de los cambios en las funciones, formatos o incluso negocios relacionados con la literatura.

Tanto Murray (2018) como Sapiro (2016) anotan, a partir de dos áreas específicas –la esfera digital y los festivales literarios–, cómo tiene lugar una relativización de la autoridad crítica mediante la posibilidad de encuentros y comunicaciones directas con las autoras/es, bien sea presencialmente (en la calidad, como ha sido indicado, de figuras públicas con cada vez más comparecencias en eventos) o a través de canales *online*. Lo interesante de esta tendencia es que las escritoras/es tienen unas posibilidades cada vez mayores para fijar los modos como deben ser interpretados sus textos, es decir, para proporcionar claves para su descodificación por parte del público lector.

Simultáneamente y en una orientación parcialmente inversa, internet y las nuevas tecnologías han promovido un escenario plural de instancias mediadoras que orientan a la lectura de obras (en términos materiales y hermenéuticos) y a la atribución de valor o clasificación. Así, las plataformas de venta *online* en el mercado del libro (con un protagonismo destacado para Amazon y cuya fundación se remonta a 1994) guían a nuevas adquisiciones según el perfil del sujeto comprador y, dada la

---

literaturas minoritarias o subalternas y la necesidad de recurrir a sistemas más consolidados (en varios de los casos citados, el español o el portugués) como plataformas de expansión y proyección.

<sup>10</sup> Vale la pena hacer un breve apunte sobre el caso de la red Instagram (véase, por ejemplo, los perfiles de Yolanda Castaño, Luna Miguel o José Eduardo Agualusa) en que encontramos fotografías con pares –que son una forma de transmitir asociaciones y apropiarse de capitales simbólicos–, pero donde también nos deparamos con un culto a la propia imagen que no dista de las que podemos identificar como usos frecuentes en la actualidad y que Zafra (2017) también ha analizado dentro de los procesos de construcción de identidades virtuales y los nuevos usos de los (pos)cuerpos en ellos.

cantidad de datos acumulados a partir de millones de usuarios, lo hace con un grado elevado de acierto. Existen, además, espacios de interacción y de clasificación protagonizados por el propio público lector, las llamadas comunidades de lectura<sup>11</sup> que, a imitación del funcionamiento de las redes sociales, suponen una estructura más abierta y horizontal, donde cualquier internauta puede intervenir en la discusión y puntuación de obras, hacer recomendaciones o explicitar los libros leídos o que desean leer. Hay también canales específicos para intereses comunes y la información introducida puede ser visible en otras plataformas de redes sociales contribuyendo a alimentar la identidad virtual construida.

Dentro de esta tendencia de promoción en internet de la lectura y por parte de agentes ajenos al campo y sin capitales reconocibles, nos encontramos además con un modelo en auge y de gran éxito: los booktubers (también escrito como «BookTubers» o llamados «vloggers»). Sin pretender desarrollar un análisis pormenorizado de un fenómeno con muchas dimensiones, me interesa destacar algunas de las características que relacionan esta práctica con las líneas de fuerza aquí identificadas<sup>12</sup>. Esta modalidad está protagonizada sobre todo por jóvenes, la mayoría estudiantes y con aspiraciones a convertirse en escritor(a), que tienen canales en la plataforma YouTube donde suben vídeos breves (habitualmente entre siete y veinte minutos) con comentarios sobre libros. Se trata de un formato surgido en el año 2012 y en el contexto anglosajón, pero hoy en día replicado en muchos otros espacios, lenguas y sistemas, aunque pervive el vínculo con el referente original en la selección de obras o en la continuidad de nombres más relevantes dentro de este esquema. Los canales tienen habitualmente decenas de miles de seguidoras/es y alcanzan a superar los 100 mil en no pocos casos<sup>13</sup>. A semejanza de otros *influencers* (sobre moda, deporte, videojuegos, etc) de la era digital, estamos ante un modelo muy centrado en la imagen y personalidad de sus protagonistas que aparecen hablando directamente a la cámara y que recurren a una teatralización de su intervención (modulaciones de la voz, cambios de vestuario o estética, diseño del escenario –habitualmente con presencia de muchos libros–, recurso a *gags*, etc.), complementada con diversos efectos añadidos al vídeo editado que inciden en su carácter lúdico y en su potencial de atracción o entretenimiento. Existe incluso toda una codificación sobre las distintas posibilidades o géneros de vídeos de booktubers, con nombres y características específicas, así como conceptos comunes, todos ellos ampliamente asumidos por la comunidad. Entre las particularidades de este formato destaca la interacción activa tanto con sus seguidoras/es –por ejemplo, proponiendo juegos– o con otros booktubers, además de su integración cada vez mayor en esquemas

---

<sup>11</sup> La más conocida internacionalmente es Goodreads, creada en 2007 y comprada por Amazon en 2013, pero existen también otras comunidades de lectura virtuales con funcionamiento en áreas específicas, como Skoob en el ámbito brasileño. En el caso de la lengua española funciona desde 2016 la plataforma Librotea, presentada como «un recomendador de libros *online*» e impulsada por el grupo de comunicación vinculado al periódico *El País*. En ella podemos encontrar una configuración mixta, integrando tanto una comunidad de lectoras/es que valora y opina sobre obras, como agentes profesionales del mundo de la cultura (y dotados, por lo tanto, de una cierta autoridad y capitales simbólicos). Entre la lista de nombres convocados están profesionales de la crítica pero no se limitan a ellos ni son los más frecuentes. Hay, por ejemplo, escritoras/es, blogueras/os, personalidades del cine, de la música o del arte, etc. De nuevo y sin ser el único criterio activo, podemos relacionar estos papeles con las nuevas dimensiones públicas de la agencialidad literaria.

<sup>12</sup> Dentro de los diversos análisis existentes, Lluch (2017) desarrolla un retrato del panorama de booktubers activos en el ámbito catalán y español-castellano.

<sup>13</sup> En el momento de redacción de este artículo, mayo de 2019, el mayor canal en número de audiencia es *PolandBananasBooks* de la estadounidense Christine Riccio que supera los 400 mil suscriptores, pero, en general, las/los booktubers más conocidos sobrepasan los 200 mil.

e instancias clásicas del campo literario, como la figura autoral (por ejemplo, son frecuentes las entrevistas) o con la industria editorial<sup>14</sup>.

Los libros seleccionados como objeto de atención son preferentemente de narrativa ficcional, con un gran impacto de la literatura juvenil («young adult») y de las sagas procedentes, como ha sido indicado, del mercado anglosajón pero con entrada también de obras canónicas (especialmente de los siglos XIX y XX) o de géneros y subgéneros como la ciencia ficción, el romance, lo fantástico o el cómic. En general, domina el polo de gran producción (Bourdieu 1991, 1992), con presencia mayoritaria de obras de circulación ampliamente comercial y con un impacto relevante de los productos originarios en lengua inglesa. Dentro de la variedad de intervenciones codificadas (muchas de ellas informando de novedades editoriales, de libros adquiridos/recibidos o que se se desean leer), las reseñas se concentran en manifestar la experiencia de lectura de las obras. Prevalece aquí una argumentación en primera persona de singular, centrada en impresiones básicas de carácter emocional sobre el grado de entretenimiento alcanzado, el ritmo de la obra, la empatía lograda con los personajes, etc. Se trata de un discurso oral con un uso del lenguaje muy coloquial, que promueve la idea de proximidad y de comunicación horizontal. De hecho, hay una renuncia frecuente a cualquier estamento de autoridad y a la equiparación con la figura de crítica/o, frente a lo que se reclama la posición de «lector(a)». Esto se verifica también en la ausencia de conceptos técnicos, excepto en un nivel muy elemental. En este sentido, Pérez Camacho y Ojeda (2015: 94) anotan algunas «ambivalencias» de estas figuras al utilizar formas canónicas de aproximarse a los obras (a modo de «tarea escolar») y continuar reproduciendo un modelo «librocéntrico». Algunas de las críticas esgrimidas contra las/los booktubers señalan precisamente su carácter amateur, su falta de profundidad, sus vínculos con el mercado editorial o la prevalencia de criterios comerciales (véase, por ejemplo, Pires, 2018). En el sentido contrario, se destaca su capacidad de estímulo de la lectura principalmente entre el público adolescente: «han conseguido la atención, audiencia e interés hacia los libros como pocas instituciones han logrado» (Pérez Camacho & Ojeda, 2015: 92).

Me gustaría introducir un último ejemplo de algunas de estas dinámicas a partir de las iniciativas vinculadas a la figura de Oprah Winfrey, estrella de la televisión estadounidense en las últimas décadas. Desde este proyecto y formato inicial han sido desarrolladas iniciativas (una revista regular, una plataforma digital o un canal de televisión) y productos que toman como referente de inspiración y promoción la figura de Oprah y que están relacionadas con una gran diversidad de aspectos pero que se centran especialmente en ser una guía de estilo para público femenino. Dentro del gran abanico de asuntos abordados hay también espacio para los libros con efectos notables en la capacidad de aumentar el número de ventas de las obras seleccionadas. Desde 1996, fue establecido el «Oprah's Book Club» como club de lectura donde un libro (frecuentemente, una novela) era elegido mensualmente para debatir sobre él con la audiencia durante las emisiones televisivas. En 2011, y tras

---

<sup>14</sup> Es común por parte de las/los booktubers más conocidos la recepción de «advanced reader copies» (ARCs), enviados por las editoriales de forma previa a la publicación de una obra con la finalidad de incentivar las expectativas sobre el libro y contribuir a su promoción. Asimismo, es cada vez más frecuente la presencia de este perfil de agentes en ferias literarias, lo que se explica, en parte, por la orientación más mercantil de estas.

algunas fases de discontinuidad, fue lanzada la versión 2.0 del club y actualmente cuenta con un canal propio en la plataforma Goodreads (así como su equivalente en Amazon). El modelo ya ha sido comentado en páginas previas pero lo relevante aquí son las ediciones digitales de las obras impulsadas desde este club bajo el sello «Oprah's Book Club 2.0 Digital Edition». Se trata de nuevas versiones de volúmenes impresos destinados a su lectura en dispositivos electrónicos y que incluyen ciertas funcionalidades específicas, por ejemplo y para efectos de promoción, la posibilidad de leer el primer capítulo o las páginas iniciales en la plataforma Google Play. Sin embargo, lo más interesante son los contenidos extra incorporados en esta edición y que pueden ser identificados a partir de la siguiente nota promocional:

The newest Oprah's Book Club 2.0 selection: this special ebook edition of *Ruby* by Cynthia Bond features exclusive content, including Oprah's personal notes, highlighted within the text; a reading group guide; and audio clips read by the author (supported devices only)<sup>15</sup>.

Resultan de especial relevancia para las coordenadas expuestas las notas y destacados de la autoría de la propia Oprah, donde señala, orienta la lectura e indica por qué le parecen inspiradoras las palabras. Podríamos inscribir esta funcionalidad dentro de un perfil de paratextos digitales<sup>16</sup> que, en la línea de lo anotado, median en la adquisición de significado del texto por parte del público lector. Es conveniente señalar que una gran cantidad de comentarios en Amazon o en Goodreads critica este recurso que considera demasiado disruptivo durante la lectura de la obra y que, según algunas voces, no deja espacio para las propias interpretaciones<sup>17</sup>.

Las reflexiones desarrolladas en las páginas previas permiten visualizar la colisión entre algunas de estas tendencias y actores con los papeles atribuidos tradicionalmente a la crítica. Usando una fórmula con un cierto toque efectista para definir este proceso, se podría hablar del paso de la autoridad de la crítica a la autoridad del algoritmo. Obviamente, no toda la actividad crítica ha desaparecido pero sí se produce una profunda reconfiguración, sobre todo si pensamos en la clasificación de Van Rees (1983) sobre los diferentes tipos, tiempos y funciones de la crítica. Especialmente se vería afectada la crítica primaria o periodística, aquella que realiza una primera selección de materiales. Es decir, la actividad canonizadora propia de la crítica académica pervive, pero los elementos más vinculados a la orientación de la lectura de obras o de la propia interpretación de los textos se encuentra hoy más disperso entre un panorama mucho más amplio de participantes. De todas formas, y según es visible

<sup>15</sup> Recuperado el 10 de mayo de 2019 de [https://play.google.com/store/books/details/Ruby\\_Oprah\\_s\\_Book\\_Club\\_2\\_0\\_Digital\\_Edition?id=uHYIBgAAQBAJ](https://play.google.com/store/books/details/Ruby_Oprah_s_Book_Club_2_0_Digital_Edition?id=uHYIBgAAQBAJ).

<sup>16</sup> La idea de los paratextos digitales ha sido explotada en años recientes por diversas autoras/es, como Vitali-Rosati (2014), que reconoce en estos atributos la consumación de la muerte del autor(a).

<sup>17</sup> Por citar solo un ejemplo, esta es una parte del comentario de Christina en Amazon: «A word about the edition I bought (Oprah's Book Club 2.0 Digital Edition). You can see (unless you turn it off, somehow, I suppose) Oprah's highlights and commentary. While this was interesting to me (how often do I get to see Oprah's personal notes otherwise?) it was ultimately distracting for me. I found several times that Oprah's interpretation of things was different from my own. While that's perfectly fine, I found that pondering her interpretation weakened the power of some of my own interpretations. I'm easily over-stimulated, so understand that that's where I'm coming from. All that being said, Oprah's notes didn't ruin my reading experience. If I were to buy another OBC 2.0 Digital Edition, I would likely be prepared for all this and my experience might not even be affected by Oprah's notes» (recuperado el 10 de mayo de 2019 de [https://www.amazon.com/gp/customer-reviews/R37S9W33UF5AA/ref=cm\\_cr\\_getr\\_d\\_rvw\\_ttl?ie=UTF8&ASIN=B00A9ET5YO](https://www.amazon.com/gp/customer-reviews/R37S9W33UF5AA/ref=cm_cr_getr_d_rvw_ttl?ie=UTF8&ASIN=B00A9ET5YO)).

en el caso de las/los booktubers, su acción –que claramente funciona y tiene influencia– no llega a todos los públicos y permanece relativamente opaca a las áreas más autónomas del campo literario. Es posible que nos encontremos, por lo tanto, ante nuevas dimensiones de la fractura entre la crítica vinculada al polo de producción restringida y al de gran producción, todo ello a pesar de la tendencia global a unos parámetros de consumo culturales más plurales y que no se limitan de forma exclusiva a una de estas delimitaciones. Además, las formas de consagración del campo literario han cambiado también en los últimos años y acompañan las nuevas vertientes de la agencialidad literaria, tal como refiere Sapiro (2016) a propósito, entre otros elementos, de los festivales literarios.

### **5. Conclusiones y preguntas para el futuro**

Diversos estudios y analistas (Even-Zohar 2018; Even-Zohar, Torres Feijó, Monegal, 2019), han apuntado recientemente a los cambios en los usos sociales de la literatura, con la pérdida de su condición de «herramienta» y la limitación a la actuación como «bien», lo que hace imperativo la búsqueda de nuevas formas de analizar el hecho literario. Por otro lado, algunos trabajos –por ejemplo, Villarino Pardo (2016) o Santos Unamuno (2018)– han puesto de relieve las formas con que la literatura se asocia y participa en procesos políticos y/o económicos contemporáneos, con comportamientos variables en su nivel de intensidad, en el grado de retroalimentación provocado sobre el campo específico o en la ambivalencia y heterogeneidad contenida en su actuación.

A pesar de que este artículo no entra a tratar todas las cuestiones que son relevantes para comprender las nuevas dinámicas del campo literario o los roles jugados por la literatura en la contemporaneidad<sup>18</sup>, consideramos que abre la puerta a nuevos caminos y perspectivas de estudio. La presente propuesta se inscribe en corrientes de análisis próximas a la sociología de la literatura, especialmente tal como ha sido desarrollada sobre todo en el ámbito francófono por una línea de trabajo heredera de (algunos de) los trabajos de Pierre Bourdieu, con nombres como Gisèle Sapiro, Paul Aron, Alain Viala o Anna Boschetti. En este sentido, hay una voluntad de interpretar las nuevas lógicas y mecanismos presentes o activados en el interior del campo literario como espacio social específico, pero no por ello se pretende ignorar o desatender la conexión, difusión y funciones de estas prácticas dentro de marcos más amplios, como los representados por las dinámicas sociales, políticas, económicas o culturales de la actualidad. Para discernir estas y otras cuestiones serán necesarios nuevos y mayores estudios que traten especialmente aspectos empíricos de las líneas de fuerza solamente esbozadas en estas páginas. A modo de contribución para este ámbito de estudio, me gustaría centrar las reflexiones finales de este trabajo en algunas cuestiones que cubren dimensiones intraliterarias y sociales con diferente intensidad y que se ofrecen aquí simplemente bosquejadas.

---

<sup>18</sup> Entre los aspectos que necesitan una mayor profundización está el impacto de la progresiva transnacionalización del campo literario, la hibridación de los productos (tanto en su creación como en su consumo), los efectos de la nueva ola asociada con la «creatividad» (en términos de construcción de subjetividades, pero también según sus usos políticos y económicos) y un largo etcétera.

El campo literario es un espacio complejo de disposiciones y luchas simbólicas, de creación y acumulaciones de capitales, que pueden actuar de forma circunscrible al propio campo o ser transferidos a otros con uso (o como recurso) identitario (individual y colectivo), económico, político, etc. La condición de los productos literarios como bienes con valores tanto simbólicos como materiales hace de este y de otros campos culturales un espacio de tensión (estructural) entre propuestas autónomas o heterónomas, que evolucionan de forma paralela también a los intereses manifestados y las intervenciones realizadas sobre esta esfera desde los campos político y económico. En las últimas décadas, el estado ha tenido que modificar los papeles jugados en esta área recuperando su acción de mecenas sobre ciertos ámbitos de producción más autónoma debido a que «[l]iterary activity has evolved from having ideological constraints to having mercantile constraints» (Sapiro, 2003: 460). En general, y sin desdeñar la posibilidad de nuevas formas de heteronomía política, nos encontramos en un contexto de dominio agudo de lógicas económicas cuyos impactos en el campo literario, especialmente –aunque no solo– a través de la poderosa industria editorial, necesitan ser identificados y desvendados, atendiendo también a las nuevas dimensiones de la economía cultural y creativa. En este sentido, una cuestión que se presenta como esencial es la capacidad general para mantener la *illusio*, la creencia en el juego literario como construcción colectivamente producida y reproducida, que aparentemente no se ve (excesivamente) afectada por el impacto de las prácticas economicistas.

En este proceso de reproducción de las ideas relacionadas con la literatura desenvuelve un papel esencial uno de los elementos más atendidos en este artículo: la figura autoral y las nuevas dimensiones de la agencialidad literaria. Se hace necesaria una atención especial a estos roles incorporados a partir de la mayor visibilidad pública, situándolos en diálogo con el *ethos* intelectual configurado históricamente, así como abordar las nuevas tensiones y desafíos de la carrera en la literatura en la actualidad, que Sapiro (2019) ha identificado como la voluntad de conquista entre los capitales simbólicos y la profesionalización. Más allá de este aspecto, centrado de forma casi exclusiva en el propio campo, es relevante pensar igualmente sobre los modos de consumo literarios que, en virtud de las condiciones expuestas, han cambiado sustancialmente. En este sentido y en oposición a lo apuntado en las páginas iniciales sobre la continuidad de la lectura individual y privada como referente de forma de recepción, hoy en día observamos nuevas formas de interacción con la literatura que inciden en la dimensión colectiva y que promueven la creación de nuevas sociabilidades literarias fuera del círculo restringido de pares, en vertientes tanto virtuales como físicas, y canalizadas, por ejemplo, a través de la participación en grupos, clubes y comunidades de lectura o de la asistencia a ferias o festivales.

En definitiva, los análisis a desarrollar para comprender las nuevas dinámicas que afectan o se asocian con el hecho literario en la actualidad son retadores y apremiantes. Está en manos de áreas de estudio como la teoría de la literatura y la literatura comparada dar respuesta (o no) a estas y otras cuestiones aquí suscitadas.

### Referencias bibliográficas

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bourdieu, P. (1971). Le marché des biens symboliques. *L'Année sociologique*, 22, 49-126.
- Bourdieu, P. (1977). La production de croyance. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 13, 3-43.
- Bourdieu, P. (1980). *Le sens pratique*. París: Minuit.
- Bourdieu, P. (1991). Le Champ Littéraire. Avant-propos. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 89, 3-46.
- Bourdieu, P. (1992). *Les règles de l'art, Genèse et structure du champ littéraire*. París: Seuil.
- Cruces, F. (dir.) (2017). *¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores*. Madrid, Barcelona: Ariel, Fundación Telefónica.
- Cudny, W. (2016). *Festivalisation of Urban Spaces: Factors, Processes and Effects*. Springer.
- Even-Zohar, I. (2018). O final da literatura? En López Fernández, T., Malingret, L. & Torres Feijó, E. J. (eds.), *Estudos literarios e campo cultural galego: en honra do profesor Antón Figueroa [Cadernos CIPPCE sobre emerxencia cultural, 5]* (pp. 15-32). Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.
- Even-Zohar, I., Torres Feijó, E. J. & Monegal, A. (2019). The End of Literature, or: What Purposes Does it Continue to Serve? *Poetics Today*, 7-31.
- García Canclini, N. (2001 [1989]). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.
- García Canclini, N., Gerber Bicecci, V., Andrés López Ojeda, A., Nivón Bolán, E., Pérez Camacho, C., Pinochet Cobos, C. & Winocur Iparraguirre, R. (2015). *Hacia una antropología de los lectores*. México D.F., Madrid: Ariel, Fundación Telefónica, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Grafton, A. (2006). The History of Ideas: Precept and Practice, 1950-2000 and Beyond. *Journal of the History of Ideas*, 67(1), 1-32.
- Hendrix, H. (2014). Literature and Tourism: Explorations, Reflections, and Challenges. En Quinteiro, S. & Baleiro, R. (eds.), *Lit&Tour. Ensaíos sobre literatura e turismo* (pp. 19-29). Vila Nova de Famalicão: Humus.
- Hewison, R. (1987). *The Heritage Industry: Britain in A Climate of Decline*. Londres: Methuen.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Londres: Allen Lane.
- Lash, S. & Urry, J. (1994). *Economies of Signs and Space*. Londres: SAGE.
- Lluch, G. (2017). Los jóvenes y adolescentes comparten la lectura. En Cruces, F. (dir.). *¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores* (pp. 30-51). Madrid, Barcelona: Ariel, Fundación Telefónica.
- Murray, S. (2018). *The Digital Literary Sphere*. Baltimore: John Hopkins University Press.

- Pérez Camacho, C. & López Ojeda, A. (2015). Los usos sociales de la lectura: del modo tradicional a otras formas colectivas de leer. En García Canclini, N. et al. *Hacia una antropología de los lectores* (pp. 39-104). México D.F., Madrid: Ariel, Fundación Telefónica, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Pires, P. R. (2018). A impostura booktuber. *Época*. Recuperado el 10 de mayo de 2019 de <https://epoca.globo.com/paulo-roberto-pires/a-impostura-booktuber-23004427#ixzz5nQevIoWa>.
- Richards, G. (2016). The challenge of creative tourism. *Ethnologies*, 381(2), 31-45. DOI: 10.7202/1041585ar.
- Saferstein, E. A. (2013). Entre los estudios sobre el libro y la edición. El 'giro material' en la historia intelectual y la sociología. *Información, cultura y sociedad*, 29, 139-166. Recuperado el 10 de mayo de 2019 de <http://www.scielo.org.ar/pdf/ics/n29/n29a07.pdf>.
- Santos Unamuno, E. (2018). La literatura como patrimonio: del nation building al nation branding. *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, número extraordinario 4, 116-136.
- Sanz, M. (2017). *Clavícula*. Barcelona: Anagrama.
- Sapiro, G. (2003). The Literary Field between the State and the Market. *Poetics*, 31, 441-464. DOI:10.1016/j.poetic.2003.09.001.
- Sapiro, G. (2016). The Metamorphosis of Modes of Consecration in The Literary Field: Academies, Literary Prizes, Festivals. *Poetics*, 59, 5-19. DOI: 10.1016/j.poetic.2016.01.003.
- Sapiro, G. (2019). The Writing Profession in France: Between Symbolic and Professional Recognition. *French Cultural Studies*, 30(2), 105-120. DOI: 10.1177/0957155819844155.
- Springer, S., Birch, K. & MacLeavy, J. (eds.) (2016). *The Handbook of Neoliberalism*. Oxon, Nueva York: Routledge.
- Van Rees, C. J. (1983). How a literary work becomes a masterpiece. *Poetics*, 12, 397-417.
- Vitali-Rosati, M. (2014). Digital Paratext: Editorialization and the Very Death of the Author. En Desrochers, N. & Apollon, D. (eds.), *Examining Paratextual Theory and its Applications in Digital Culture* (pp. 110-127). Hershey PA: Information Science Reference.
- Villarino Pardo, M. C. (2016). Estrategias y procesos de internacionalización. Vender(se) y mostrar(se) en ferias internacionales del libro. En Galanes Santos, I., Luna Alonso, A., Montero Küpper, S. & Fernández Rodríguez, A. (eds.), *La traducción literaria. Nuevas investigaciones* (pp. 73-92). Granada: Comares.
- Villarino Pardo, M. C. (2018). El papel de los agentes literarios en las dinámicas de campo. El caso de Brasil en la actualidad. *Iberoromania*, 88, 203-217. DOI: 10.1515/iber-2018-0022.
- Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.
- Zafra, R. (2017). *El entusiasmo. Precariedad y trabajo creativo en la era digital*. Barcelona: Anagrama.
- Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell.