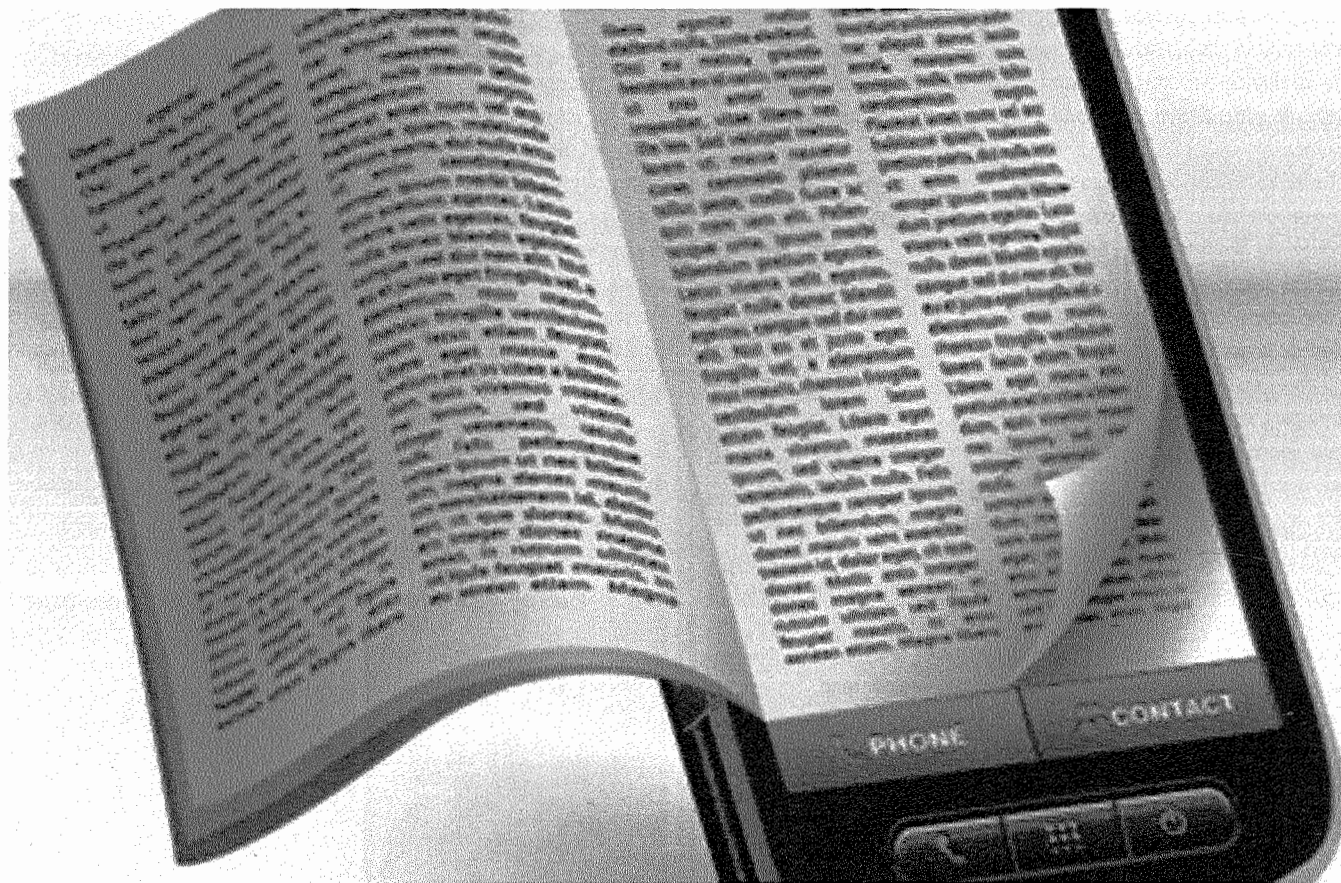


## LITERATURA Y REDES SOCIALES

REVISTA DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS / JULIO-AGOSTO 2022



AÑO LXXVII  
EDITORIAL PLANETA. S. A. U.

REDACCIÓN  
JUAN IGNACIO LUCA  
DE TENA, 17, 5.ª  
28027 MADRID

SUSCRIPCIÓN Y  
ADMINISTRACIÓN  
ROSELLÓ I PORCEL, 21, 2.ª planta  
EDIFICIO MERIDIEN  
08016 BARCELONA  
TEL. (93) 499 39 32  
FAX (93) 492 64 91  
E-MAIL: insula @ espasa.net  
www.insula.es

DEP. LEG.: M. 210-1958  
ISSN: 0020-4536

Con el apoyo de:



MUERTE DE LA LITERATURA, POSLITERATURA, LITERATURA DIGITAL, Darío Villanueva.—LO QUE SEGUIMOS LLAMANDO LITERATURA, Virgilio Tortosa.—CAOS FRIO, Germán Sierra.—ADOPTAR INTERNET ANTES QUE ADAPTARSE A INTERNET. EL ARCHIVO DE LA LITERATURA DIGITAL COMO RETO DE LA CIBERCULTURA, Domingo Sánchez-Mesa.—ENREDADAS. VISIBILIDAD E INCLUSIÓN COMO ESTRATEGIAS DE LECTOESCRITURA EN LA LITERATURA ACTUAL. UNA PROPUESTA PARA SU ESTUDIO, María Isabel Morales Sánchez.—MÁQUINAS, UNICORNIOS Y BOLAS DE SANGRE: LÓGICAS TRANSMEDIA EN EL TEATRO ACTUAL, María Ángeles Grande Rosales.—HACIA UNA REVISIÓN DE LA POESÍA DIGITAL, María Teresa Vilariño Picos.—SOBRE MEMES Y TEORÍA DE LA LITERATURA, Anxo Abuín.—MEMES POSTDIGITALES PARA UN RECICLAJE LITERARIO, Adrián Menéndez de la Cuesta González, Pilar García-Carcedo y Amelia Sanz Cabrerizo.—INSTAGRAM Y LA ESPECTACULARIZACIÓN DEL ACTO CREATIVO, Teresa Gómez Trueba.—ANTIGUOS Y MODERNOS EN LA COMUNICACIÓN MULTIMEDIAL DE LA LITERATURA: CITAS, VIDEORRESEÑAS; TUITEROS Y BOOKTUBERS, Javier Helgueta Manso.—PROSPECTIVA Y ESCRITURA DE LA BREVEDAD: RETOS Y DESAFÍOS DEL MICRORRELATO HIPERMEDIAL, Ana Calvo Revilla.—REFLEXIONES SOBRE/ PARA UNA MICROTTEXTUALIDAD SOSTENIBLE EN EL CIBERESPACIO, Paulo Gatica Cote.—COPIA + MUTACIÓN. DE *EL PROYECTO NOCILLA A EL LIBRO DE TODOS LOS AMORES*. CONVERSACIÓN CON AGUSTÍN FERNÁNDEZ MALLO, Antonio Gil y Agustín Fernández Mallo



## TERESA GÓMEZ TRUEBA / INSTAGRAM Y LA ESPECTACULARIZACIÓN DEL ACTO CREATIVO (\*)

La historia de Instagram, plataforma creada en sus orígenes para subir y compartir fotos en internet, está íntimamente ligada a la del popular fenómeno *selfie* y a la conversión de la intimidad en espectáculo (Sibilia, 2008). Si de todas las redes sociales es la que, en principio, estaría más relacionada con lo visual, deberíamos empezar por preguntarnos de qué manera se está produciendo la alianza entre los escritores y la literatura y ese tipo de comunicación e interacción a través de imágenes, inherente a la propia naturaleza de esta popular red social.

Cuando hablamos de literatura e Instagram debemos referirnos a un ineludible factor performativo que convierte a la creación literaria en *espectáculo*.



### El autor y sus poses

Para lo que la mayor parte de los escritores consagrados o canónicos utilizan Instagram es para autopromocionar su propia obra. De la misma manera que otros usuarios de la red social suben las fotos de sus vacaciones, de sus comidas con amigos, de los momentos importantes de su día a día, los escritores comparten en Instagram (y en muchas ocasiones no son ellos mismos los que personalmente lo hacen) las fotografías de sus libros, de los carteles que anuncian los eventos promocionales en los que participan, de aquellos actos en los que firman ejemplares y, por supuesto también, interminables galerías de imágenes de sí mismos en las más variadas circunstancias y actitudes.

A día de hoy mostrar su rostro es para los escritores una exigencia del mercado editorial absolutamente ineludible. Pero para quien ha optado por comunicarse a través de la escritura parece que debería de resultar incómodo y complicado posar para la cámara. El temor a defraudar las expectativas del lector, esa «imagen» que del escritor ya se ha hecho quien ha leído sus libros, debe de estar detrás de la incomodidad del posado para tantos autores. En el género de la fotografía de escritores sin duda las más manidas y recurrentes son aquellas en las que estos aparecen parapetados tras sus utensilios de escritura (el ordenador, la máquina de escribir, la pluma...) y sobre el telón de fondo de una omnipresente librería repleta de libros. Pero, aun así, no es raro descubrir en sus rostros el complejo o prejuicio que siempre ha acarreado para el artista un exceso de exhibición. Algunos especialistas en el género, como Daniel Mordzinski, el llamado «fotógrafo de los escritores», optaron por captar esa innata incomodidad de tantos escritores al tener que ponerse delante de un objetivo, precisamente obligándoles a hacerlo en situaciones incómodas, fuera de lugar, descolocándolos para poner al descubierto su sentimiento de desubica-

ción en un mundo que les resulta extraño y ajeno.

Ahora bien, si la cláusula exhibicionista de cualquier contrato editorial es mucho más antigua que el invento de las redes sociales, lo cierto es que estas han multiplicado exponencialmente el grado de exposición pública de cada uno de nosotros y, por ende, también el de los propios escritores. Si nos asomamos a sus perfiles de Instagram, nos sorprenderá comprobar que

aquel pudor que le suponíamos al creador tiende a estar cada vez más mitigado. Son muchos los autores que exhiben rostro y cuerpo en todas las poses o posturas imaginables en sus perfiles, y ya no siempre por exigencias del contrato editorial, sino más bien por propia decisión y deseos de autopromoción.

Cada vez abundan más los que hacen un uso absolutamente despreciado de las redes sociales en campañas tremendamente eficaces de autopromoción. Pongamos por caso el perfil de Instagram de la exitosa y recientemente premiada escritora Elvira Sastre y comprobaremos que en nada difiere del de cualquier otra joven que haya llegado a convertirse en *influencer* por sus sofisticados *outfits*. La más veterana Espido Freire, por poner otro ejemplo, se muestra feliz y sonriente, sin pudor ninguno, en una interminable galería de imágenes de sí misma haciendo alarde de las poses y los *looks* más favorecedores. Ante tanto «impúdico» exhibicionismo, me vienen a la memoria las palabras de Daniel Escandell, quien señaló que la exhibición extrema del «tecnocuerpo» sigue percibiéndose para toda una generación (a la que, por supuesto, no pertenece Elvira Sastre) como un «acto de vulgarización, en la medida en que la exposición plena de lo exhibido, en términos benjaminianos, es pobre y no sublime» (Escandell Montiel, 2016: 313-314). La desnudez del yo siempre correrá el riesgo de rozar el patetismo.

Bien diferente es el caso del perfil de Instagram dedicado a la escritora Cristina Morales (*cristinamoralesoutofcontext*), donde se combate el patetismo a fuerza de mayor patetismo, en este caso irónico e impostado. La utilización aquí de la red social es claramente subversiva. Así, en este perfil, tan solo encontraremos microvídeos o *gifs* de la propia escritora que han sido extraídos y descontextualizados de sus múltiples intervenciones públicas en todo tipo de actos culturales o promocionales de su obra. De esta forma, la autora de *Lectura fácil* (2018) aparece mostrando su peor «perfil», congelada su imagen en un sinfín de muecas imposibles y gesticulaciones nada favorecedoras. Asimismo, frente al complaciente y siempre políticamente correcto discurso de una autora superventas como Elvira Sastre, en los *gifs* de Morales la vemos pronunciando en bucle hilarantes salidas de tono y las aseveraciones más disparatadas e incorrectas. Sacadas del contexto en el que fueron pronunciadas, crean una intencionada comicidad, tan transgresora como la de su propia obra.

(\*) Este trabajo se ha realizado en el marco de las actividades del Proyecto de Investigación: «FRACTALES: estrategias para la fragmentación en la narrativa española del siglo XXI» (PID2019-104215GB-I00), subvencionado por el Ministerio de Ciencia e Innovación.



T. GÓMEZ  
TRUEBA /  
INSTAGRAM Y LA  
ESPECTACULARIZACIÓN  
DEL ACTO  
CREATIVO

Hay mucho de parodia o autoparodia en esos pequeños vídeos, pero también muchas ganas de dinamitar desde dentro la misma plataforma utilizada, subvirtiendo ese objetivo que la alimenta: esa enfermedad pulsión por mostrar siempre la imagen más favorecedora y sonriente de nosotros mismos y de nuestras propias vidas. En este sentido, resulta interesante comparar el perfil de una autora tan «integrada» en las redes, el de la siempre correcta Elvira Sastre, con el de la «apocalíptica» e incorrecta Cristina Morales (el estudio posado de la primera contrasta llamativamente con la galería de imágenes degradantes de la segunda); más cuando ambas, aun perteneciendo a la misma generación, parecen mostrar formas tan distintas de entender la literatura y la cultura.

Sea como fuere, tanto la una como la otra lo que hacen es «posar» y exhibir su pose ante el batallón de sus respectivos seguidores.

Para Martín Kohan, los escritores, «adustos o embibliotecados», siempre «posan» ante la cámara, respondiendo así «con golpes de artificio, a las pretensiones de naturalidad que impugnan por falaces» (Kohan, 2012). Ahora bien, también como de cada uno de nosotros, «qué más verdad que la pose, la pura pose, puede haber en un escritor» (Kohan, 2012).

La «pose» que adopte el escritor ante la cámara, antes que encubrir un yo oculto y verdadero, «es» ejecución y puesta en escena de la única verdad existente. Dicha certeza cobrará una especial significación en relación con aquellos escritores que cultivan una literatura de tipo autoficcional, que juegan con las posibles figuraciones del yo (Enrique Vila-Matas, Javier Marías o Manuel Vilas serían buenos ejemplos de ello), en cuyos casos dichas poses se convertirán de manera automática en un paratexto más que entablará una interesante relación con su propia obra literaria. La persona real del autor queda así confundida con el personaje que protagoniza sus novelas, pero ya no solo en el texto de las mismas, sino también a través de las múltiples fotografías y poses exhibidas en las redes.

En fin, el exhibicionismo de la propia imagen no deja de resultar paradójico e incómodo para quien practica con su escritura «el arte del retraimiento, una rara pasión de ausencia» (Kohan, 2012) o, como diría Vila-Matas, «el arte de desaparecer». Así, tampoco escasearán los que, en un alarde de pretendida originalidad, «imiten» al avatar de Thomas Pynchon o Banksy en sus perfiles, para dar a entender que desprecian la sobreexposición en redes sociales. Pero no

nos engañemos: ese decidido y valiente «no salir nunca en la foto», aunque aparente figurar bajo un halo de mayor sofisticación, no se librará ya tampoco de la pose y el artificio que nos acompaña irremediablemente a cada uno de nosotros en nuestra manera de mostrarnos al mundo.

### El *bookporn* o los nuevos bodegones del siglo XXI

Pero si los autores posan para ofrecer su mejor perfil, para facilitar en la medida de lo posible con su rostro (sonriente, enigmático, pensativo, inteligente... o, incluso, atractivo) las ventas de sus obras, no menos harán los propios libros, que también parecen posar para la cámara en todas las «posturas» concebibles. Este exhibicionismo del libro en tan-

tísimas páginas de Instagram y su conversión en objeto fotografiable ha recibido el término de *bookporn*. Ya Jorge Carrión, interesado por el espacio de las librerías y su representación artística, llamó la atención sobre este popular fenómeno en las redes: «Fotos de libros, de gente leyendo (al lado de un gato), de muebles hechos con libros, de anaqueles, de libros raros, de esculturas

y pinturas librescas, de subrayados, de libros envueltos con papel de regalo o de gente leyendo (con los pies descalzos)» (Carrión, 2017). Más recientemente, Marine Siguier ha analizado en detalle el fenómeno del #Bookporn para llegar a la conclusión de que esa puesta en escena del objeto libro sigue ciertas normas visuales implícitas en las propias herramientas y el marco editorial de esta red social. Lo interesante en este sentido es que, cuando autores o lectores suben fotografías de libros escritos o leídos a Instagram, no buscan en ningún caso «la encarnación de un ethos literario adverso al flujo mediático»; muy al contrario, la pretendida aura que acompaña a estas fotografías de libros responde fielmente a las normas y reglas de la aplicación en vez de intentar subvertirla (Siguier, 2020).

En definitiva, estaremos ante una espectacularización del libro como objeto, muy similar a la que se produce en relación con los propios usuarios de la red que suben compulsivamente fotografías de sí mismos. Si la red social nos permite mejorar nuestro aspecto con facilidad a través de todo tipo de filtros embellecedores, lo mismo ocurrirá en relación con el *bookselfie*, en absoluto exento de la magia del *Photoshop*. Frente a la adusta fotografía de la portada de un libro, cada

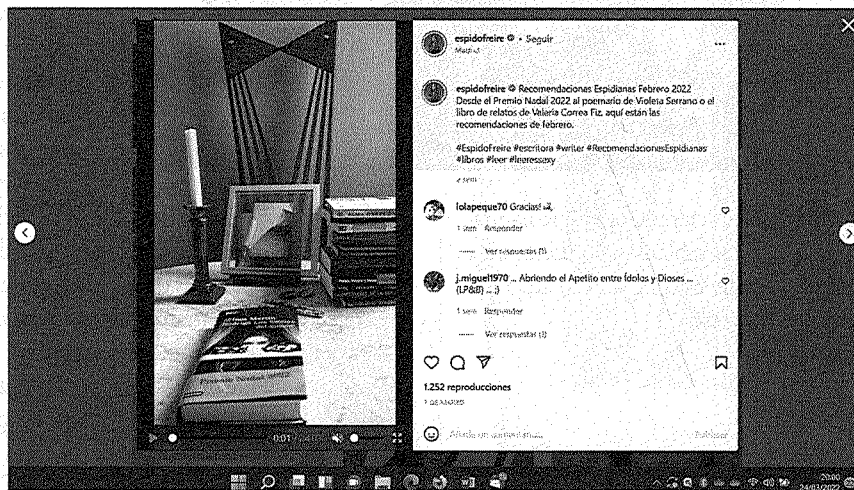
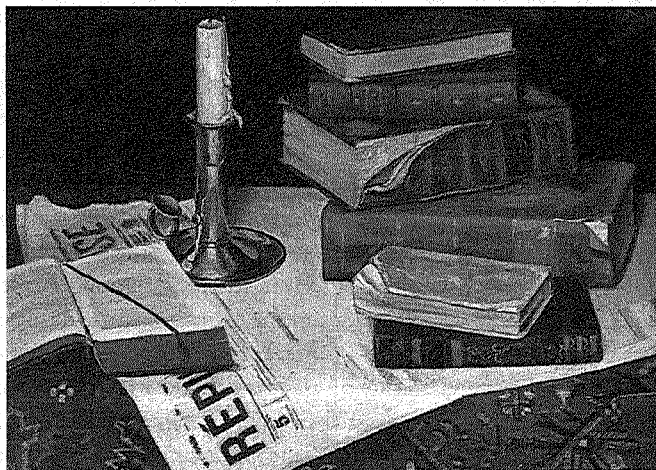


Imagen compartida  
por @espidofreire en  
Instagram

Naturaleza muerta con  
libros y velas (1890) de Henri  
Matisse





vez abundarán más esas domésticas performances, auténticas «naturalezas muertas» del siglo XXI, en las que el libro aparece acompañado de una irresistible taza de café humeante, de encantadoras velas aromáticas o de ramos de flores marchitas; libros desperdigados por el suelo de una acogedora estancia, sobre las sábanas de una cama deshecha, montones de libros entre los que posa distraída la mascota del hogar, en un artificioso intento de impregnar de un efecto de bienestar, serenidad y armonía el acto íntimo de la lectura.

Y es que, frente a la espectacularización del acto de la escritura, curiosamente está teniendo más empuje aún entre los usuarios de la red el de la mera lectura. Así reza la cabecera de un artículo publicado en la revista *Tendencias* sobre este nuevo fenómeno: «Instagram es nuestra eterna fuente de inspiración. Para encontrar las últimas tendencias en moda, para seguir a los *influencers* que marcarán la pauta de lo que se lleva o no,

para maravillarnos con fotografías de parajes idílicos... y también para dar una nueva dimensión a nuestra afición por la lectura, gracias a los *bookstagrammers*, los auténticos *influencers* del mundo literario» (Camino, 2018). Con el hashtag #bookstagrammers se identifican numerosas cuentas de la red social en la que se comentan y recomiendan libros leídos. Pero no nos confundamos: no estamos ante meras páginas o blogs de reseñas literarias; en estas cuentas se prima ante todo la puesta en escena del objeto libro, leído y adorado, con la intención de sacarle el máximo partido a su exterior, antes que al propio contenido de la obra en cuestión. Y, por qué no decirlo, las fotografías exhibidas por los más seguidos *bookstagrammers* rezuman cursilería por todos sus poros: los libros leídos quedarán así semicamuflados entre más velas aromáticas, más tazas de café humeante y más flores secas, elementos decorativos todos ellos que connotan el único mensaje que se ha pretendido transmitir: yo leo, yo he leído este libro y, al hacerlo, se me ha encogido el corazón. Es evidente que el objetivo de cualquier *bookstagrammer*

no está tan relacionado con la recomendación de libros, sino con la voluntad de autodefinirse y mostrarse a través de sus «refinados» gustos lectores.

A través de este tipo de prácticas observamos cómo también el propio acto de leer, y ya no solo el de crear, es espectacularizado. No obstante, no deberíamos caer en el

error de relegar este fenómeno de los que se autorretratan por sus lecturas a los submundos de la infracultura. En los perfiles de Instagram de escritores de prestigio y reconocimiento intelectual abundan también las fotografías de las portadas de aquellos libros que acaban de leer y que quieren recomendar a sus seguidores. Convertir así tus lecturas, tus gustos, tu particular canon estético en objeto fotografiable se está convirtiendo en una vistosa y eficaz forma para los escritores de definir su propia poética a través de las imágenes.

Asimismo, junto a las portadas de libros leídos y recomendados, abundarán en los perfiles de escritores, lectores y otros amantes de la literatura, las fotografías de libros abiertos que dejan entrever el interior de una página, una cita recién descubierta en el recogimiento de la lectura, en ocasiones, incluso, subrayada o anotada al margen. Por lo general, no se muestra la portada del libro del que el fragmento de

texto fotografiado ha sido extraído, con lo que nos encontramos ante un pasaje descontextualizado, sin autoría explícita. Este tipo de práctica, tan frecuente desde hace años entre los autores *amateurs* y meros aficionados a la lectura (Gómez Trueba, 2019), cada vez aparece más en los perfiles de Instagram de escritores conocidos. Obsérvese que, con ella, ya no se

trata tanto de ensalzar la obra del autor ajeno cuya cita ha sido fruto de un auténtico acto apropiacionista, que la recontextualiza y resemantiza, sino de ensalzar la propia sensibilidad lectora. En definitiva, todo parece indicar que, a día de hoy, y afortunadamente, seguimos resultando más exquisitos y refinados si, en lugar de subir la fotografía de un postre apetitoso, compartimos con nuestros seguidores una cita sugerente.

Y hablando de apropiacionismo, no cabe duda de que el texto fotografiado y compartido en la red adquiere, a través de este tipo de prácticas, idéntica categoría que la de un auténtico «objeto encontrado». Lo cierto es que, dejando a un lado todo este amplio abanico

de actos performativos que de una u otra manera usan Instagram como escaparate de autopromoción, quizás el uso más interesante que algunos escritores hacen de esta red social tenga que ver con ese hábito, cada vez más extendido, de subir y compartir fotografías de insólitos objetos encontrados, escenarios, rincones o lugares cuya extrañeza les hace a sus

T. GÓMEZ TRUEBA / INSTAGRAM Y LA ESPECTACULARIZACIÓN DEL ACTO CREATIVO

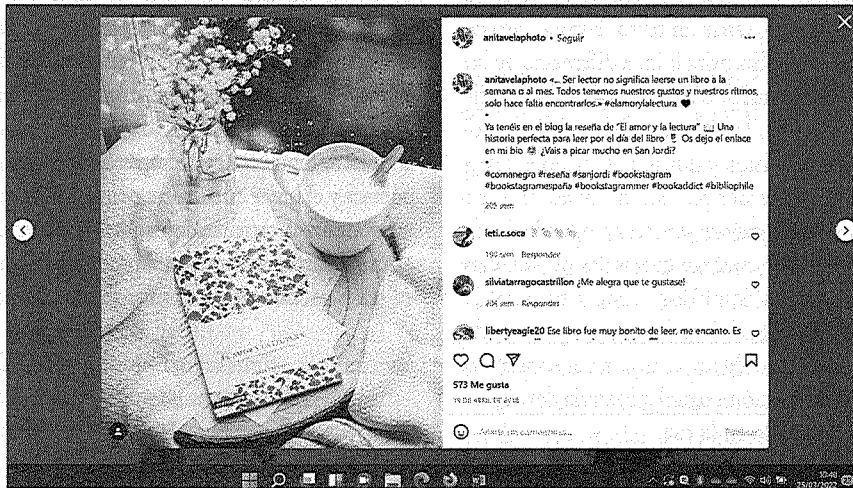


Imagen compartida por @anitavelaphoto en Instagram

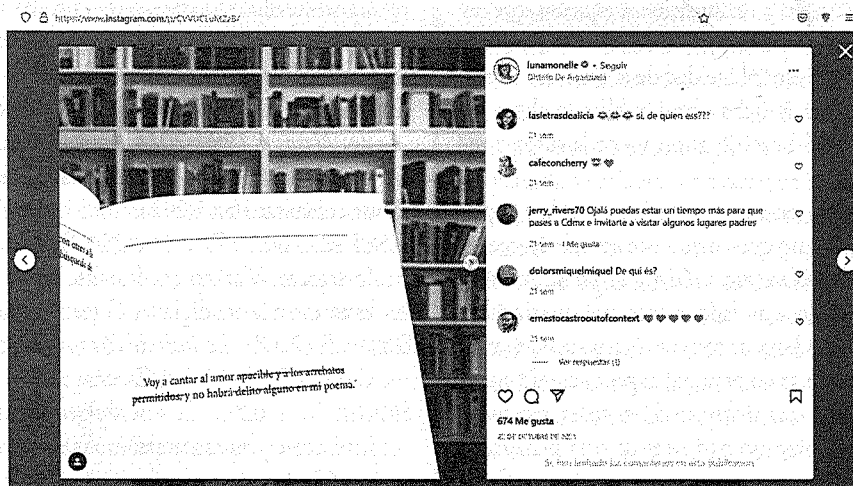


Imagen compartida por @lunamonelle en Instagram



T. GÓMEZ  
TRUEBA /  
INSTAGRAM Y LA  
ESPECTACULARIZACIÓN  
DEL ACTO  
CREATIVO

ojos dignos de ser fotografiados. Cámara en mano, los escritores cada vez parecen más aficionados a rebuscar, captar y mostrar instantes de la vida diaria que no deberían pasarnos desapercibidos (véase un uso muy sugerente de esta práctica en @agustinfernandezmallo). Instagram parece estar favoreciendo la conversión de tantísimos escritores (y de tantísimos otros usuarios que no lo son) en modernos *flâneurs*, paseantes ociosos a la búsqueda de cualquier cosa que merezca ser retratada. Con frecuencia, el objeto, persona o lugar fotografiado va acompañado de breves comentarios o austeros pies de foto. El escritor pone así en práctica el arte de titular los instantes capturados al vuelo. Pero esos microtextos escritos para la ocasión nos hacen recordar los viejos *readymades*, a través de los cuales se interviene y resemantiza el objeto, de igual manera que se intervenía con el subrayado, la tachadura o el comentario el texto ajeno fotografiado.

Ahora bien, aunque a simple vista pudiera parecerlo, no es lo mismo fotografiar un objeto que fotografiar un texto. Porque, ¿existe algo menos fotogénico que un texto? En principio, a diferencia de las artes plásticas (que ya desde las vanguardias se dedicaron a convertir objetos vulgares en piezas de museo), la escritura no es algo que requiera ser fotografiada para su transmisión y difusión. Cualquier texto puede ser copiado o transcrito, sin perder por ello ni un ápice de su valor y su significado. Cuando el *instagrammer* (en este caso, no ha lugar hacer distinciones entre aquellos que cuentan con miles de *followers* de los que están al frente de perfiles desolados), sube a su perfil la fotografía de un texto, dejando además al descubierto que procede de un libro impreso, parece con ello dotar de un aura ya no al contenido de dicho texto, sino a la propia condición textual y literaria del objeto que ha sido fotografiado y compartido en la red.

#### De las redes a las librerías: un viaje de ida y vuelta

Al tratar de reflexionar sobre el uso que la literatura hace de Instagram no podemos dejar de mencionar un fenómeno que, aun no siendo privativo de esta red social, no deberíamos pasar por alto. Me refiero a la conversión en libro impreso de lo que en su origen fueron entradas de Instagram. Tal es el caso, por ejemplo, de la obra de Marta Sanz *Parte de mí* (2021), que recoge el diario escrito por la autora en Instagram durante un año de pandemia y en el que se reproducen fielmente las fotografías publicadas junto a los textos que las acompañaban. El libro, lejos de ocultar el origen digital de la obra, lo destaca, respetando fielmente el formato de la propia red social en la que se generó. Curiosamente, si, como acabamos de ver, la fotografía de libros y textos dota de prestigio y sofisticación a aquellos que las comparten en sus perfiles, encontramos aquí el fenómeno inverso: el origen de una obra literaria en la espontaneidad de la escritura diarística y cotidiana en redes dotará a dicha obra, publicada ahora en formato tradicional impreso, del buscado atractivo de la fugaz y repentina inspiración.

Otro ejemplo muy reciente a tener en cuenta: la premiada y popular Elvira Sastre llena en el momento que escribo este artículo las mesas de novedades con su obra *Madrid me mata. Diario de mi despertar en una gran ciudad* (2022). Dejando a un lado la más que cuestionable calidad de la misma, me interesa destacar cómo la campaña de *marketing* de Seix Barral se propone dotar de prestigio al producto de quien en origen respondería al perfil de una *influencer* de las redes, reconvertida en «auténtica» escritora. Como no podía ser de otra manera, la ilustración de portada en este caso está ocupada por una fotografía de

la atractiva y fotogénica autora. Aunque se trate de algo realmente insólito en la colección en la que se publica el libro, no debería extrañarnos cuando el propio autor ya no solo deviene en marca, sino en propio producto a la venta. Al abrir el libro comprobamos que la estructura del «ensayo» adquiere el formato típico de la sucesión de entradas propio de la red social, conformado como un diario en el que los breves textos ensamblados aparecen continuamente salpicados de fotografías de la autora, de la autora con su perro, de la autora con sus amigos, de la autora con su pareja, de su día a día en las calles de la ciudad de Madrid. Está claro que hoy ser popular en las redes hace vender muchos libros. Pero esto ya lo sabíamos y no es lo realmente interesante. A mi modo de ver, lo más llamativo del fenómeno estudiado es que, si las fotografías de libros dotaban con su viejo prestigio cultural a los perfiles de tantos y tantos *instagrammers* ávidos de reconocimiento intelectual, observamos también cómo las estéticas y formatos tipográficos propios de las redes, y concretamente de Instagram, están a su vez dotando de un más que rentable aire fresco al producto «libro» en las mesas de novedades de las viejas librerías.

En fin, solo me queda advertir que cualquiera que desee entender la obra de un autor contemporáneo, su posicionamiento estético, su poética y el lugar que quiere ocupar en el mundo y en la sociedad, ya no podrá conformarse con aquellos tradicionales estudios de «Vida y obra»; a partir de ahora, será preciso estar muy atento al rastro dejado en redes sociales por todos sus perfiles y avatares.

T. G. T.—UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

#### Bibliografía

- CAMINO, A. (2018). «15 cuentas de “bookstagram” que demuestran que los libros pueden ser tan bonitos por fuera como por dentro», *Tendencias* (08/08), en: <https://www.tendencias.com/libros-y-literatura/15-cuentas-bookstagram-que-demuestran-que-libros-pueden-ser-bonitos-fuera-como-dentro> (fecha de consulta: 15/03/2021).
- CARRIÓN, J. (2017). «Una breve historia del bookporn», *The New York Times*, 23 de abril, en: <https://www.nytimes.com/es/2017/04/23/espanol/cultura/sant-jordi-libros-breve-historia-del-bookporn.html> (fecha de consulta: 15/03/2021).
- GÓMEZ TRUEBA, T. (2019). «La microtextualidad en Instagram: postureo, photoshop y escritura no-creativa», en *Epifanías de la brevedad. Microformas literarias y artísticas en la red* (ed. de Ana Calvo Revilla), Madrid, Visor, pp. 197-216.
- ESCANDELL MONTIEL, D. (2016). *Mi avatar no me comprende. Cartografías de la suplantación y el simulacro*, Salamanca, Delirio.
- KOHAN, M. (2012). «Fotos de escritor: la verdad de la pose», *Diario de Notas (1994-2014)*, en: <http://diario-notas.blogspot.com/2012/03/fotos-de-escritor-la-verdad-de-la-pose.html> (fecha de consulta: 15/03/2021).
- SÁNCHEZ GARCÍA, R. y APARICIO DURÁN, P. (2020). «Los hijos de Instagram. Marketing editorial. Poesía y construcción de nuevos lectores en la era digital», *Contextos educativos*, 25, pp. 41-53.
- SIBILLA, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*, México, Fondo de Cultura Económica de España.
- SIGUIER, M. (2020). «Le #Bookporn sur Instagram: poétique d'une littérature ornementale?», *Communication & langages*, 203, pp. 63-80.