

**Jornadas de Estudios en Comunicación y Cultura**

**Universidad Nacional de San Martín**

**7, 8 y 9 de agosto 2019**

**Mesa 1: Estudios sociales sobre la literatura y el teatro**

**Autores**

Francisco Albarello

DNI: 21.970.116

albarellofrancisco@gmail.com

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Universidad del Salvador

Ana Laura García Luna

DNI: 26598259

algaluna@usal.edu.ar

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Universidad del Salvador

Francisco Hernando Arri

DNI: 29753895

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Universidad del Salvador

## **Booktubers: nuevos mediadores entre la literatura y el público**

Los *booktubers*, que son aquellos usuarios principalmente jóvenes que producen reseñas de libros en video y las comparten en la red social Youtube, se han transformado en los últimos años en un nuevo tipo de “mediadores culturales” (García Canclini et al, 2014) entre la industria cultural y el mercado de consumidores de libros. En los últimos años, en las ferias del libro de las capitales de los países latinoamericanos más importantes, congregan multitudes de lectores que, replicando las prácticas del fandom que caracteriza a la web (Jenkins et al, 2013), se congregan para estar en contacto con sus referentes literarios. Con diversidad de modalidades, que van de la simple recomendación de un libro, hasta quienes se disfrazan de los personajes que aparecen en las historias que cuentan, los *booktubers* construyen un personaje que, siguiendo el estilo desenfadado e informal de los *youtubers*, busca su público.

La presente ponencia es parte del proyecto de investigación concluido: “Las producciones de los *booktubers* como extensiones narrativas transmedia” radicado en el Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social de la Universidad del Salvador en el bienio 2017-2018.

En este sentido los objetivos de esta ponencia son: describir el vínculo entre los *booktubers* argentinos y el mercado editorial, analizar la circulación de las producciones de los *booktubers* en el marco de la cultura de la convergencia y de la industria editorial en Argentina y caracterizar los intercambios que se establecen en las comunidades de seguidores en torno a los mundos narrativos a los que se refieren las producciones de los *booktubers* argentinos.

Las estrategias metodológicas consideradas son la investigación documental para la obtención de información y la realización de entrevistas en profundidad o “intensivas” a diez *booktubers* argentinos.

### **Hacia una definición de *booktubers***

Los *booktubers* son una nueva tendencia en la intermediación entre una obra literaria y sus posibles lectores. La palabra que los denomina está formada por *book* (libro) y *YouTube* (la plataforma mediante la cual dan a conocer sus videos).

Para el investigador español Miguel Ángel Tomasena Glennie (2016, p. 2)

La mayoría de estos videos tienen la forma de *vlog*, hablan directamente a la cámara, a menudo en su habitación o en un espacio

cerrado, se refieren directamente a su audiencia, que responden de forma diferida a través de comentarios, correo electrónico u otras redes sociales, como *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* o *Goodreads*.

Cada reseña tiene una duración aproximada de entre 5 y 7 minutos, allí presentan una narración en la cual resumen la trama del libro y sus personajes, comentan sobre el autor y realizan una valoración subjetiva de la obra a través de un lenguaje coloquial y sencillo. El antropólogo Néstor García Canclini et al (2015) sostienen que los *booktubers*, así como los *libroclubes*, son los nuevos mediadores entre los lectores y los libros. García Canclini afirma que los *booktubers* “fueron apareciendo como incitadores a leer y, al obtener alto número de seguidores, se volvieron atractivos mediadores publicitarios para editoriales que los contratan” (2015, p. 14). Por su parte, Carmen Pérez Ojeda y Andrés López Camacho sostienen que los *booktubers*

se pueden considerar parte de los mediadores más exitosos que han surgido en los últimos tiempos, no sólo por su corta aparición (desde 2012) sino porque han conseguido la atención, audiencia e interés hacia los libros como pocas instituciones han logrado (Pérez Ojeda y López Camacho, 2015, p. 92).

A diferencia de lo que sucedía con el tradicional libro impreso, los *booktubers* “le quitan el aura canónica de lo que se ha concebido como lectura: algo difícil, para especialistas, por obligación” (p. 92); y logran captar la atención del público porque apelan a las emociones, transmiten entusiasmo y contagian el amor por la lectura en la medida en que buscan acrecentar su cantidad de seguidores (p. 93). Los autores realizaron un trabajo de campo sobre la percepción que tienen los jóvenes mexicanos sobre los *booktubers*, y hablan del rol de estos nuevos mediadores en lo que denominan lectura de contagio: Esta lectura de contagio, se distancia de la orientación de la lectura normativa, porque tiene por base una narrativa lúdica: algo de risas, chistes, cierta dosis de creatividad y hasta con juegos comentan los textos leídos; dejan que los *viewers* (como se dicen en el medio) vayan interactuando entre sí (Pérez Ojeda y López Camacho, 2015, p. 94).

Estos *viewers* no son otra cosa que lo que Stanley Fish –citado por Cavallo y Chartier- ha denominado comunidades de interpretación, o que el historiador francés de la lectura Roger Chartier (1999: 39) y el especialista Christian Vanderdorpe (2002: 148) han definido como comunidades de lectura: “el «mundo del lector» está constituido por «comunidades de interpretación» (...), a la que pertenecen los lectores/as singulares. Cada una de esas comunidades comparte, en su relación con lo escrito, un mismo conjunto

de competencias, usos, códigos e intereses” (Cavallo y Chartier, 2001, p. 17). En el caso de los *booktubers*, estas comunidades de lectores, influidas ahora por el estilo descontracturado de los *booktubers* –rasgo contagiado a su vez por los *youtubers* en general- son una forma más de la cultura participativa que da forma a la Web, que se articula de un modo particular e insospechado con la industria del libro impreso.

En este sentido, las tres categorías analizadas en esta ponencia son:

-comunidad: que agrupa a aquellas respuestas que se refieren a un espacio simbólico de pertenencia (que incluye a otros *booktubers* y a lectores), en donde se manifiesta la necesidad de socializar e intercambiar experiencias de prácticas lectoras.

-vínculo con las editoriales: tiene que ver con a la relación entre los *booktubers* y la industria editorial en cuanto a la provisión de los libros y las reseñas que se producen posteriormente.

-circulación de las producciones en el marco de la cultura de la convergencia: el modo en el que las videorreseñas circulan en los hipermedios.

### Comunidad y *booktube*

Los *booktubers* buscan crear una comunidad de seguidores, “se construye un espacio de vinculación más horizontal de reciprocidad, en donde lo primero e importante es tener una opinión” (García Canclini et al, 2015, p. 93). Esto genera una lectura de contagio porque tiene como base una narrativa vinculada a lo lúdico (risas, chistes), creatividad y juegos mediante los cuales se comentan los textos leídos. (2015, p. 94). Por su parte, Gemma Lluch (2003) refiere a la creación de una identidad colectiva que se realiza en comunicación virtual con otros en donde el libro es deslocalizado de las instituciones educativas y situado en espacios novedosos consiguiendo ser leído.

Desde la teoría literaria, el investigador Stanley Fish propuso el concepto de comunidades interpretativas que implican un conjunto de personas que, sobre la base de alguna o algunas experiencias en común, comparten la predisposición a generar significados a través de actos interpretativos que son similares.

Para Fish,

la comunidad interpretativa no consiste tanto en un grupo de individuos que comparte cierto punto de vista, cuanto en una perspectiva y forma de organizar la vida que “comparte individuos”. De hecho, las dimensiones estimativas y las categorías de comprensión compartidas (así como los procedimientos probatorios instituidos) conforman la conciencia de los intérpretes individuales

quienes devienen, así, miembros involucrados y extensiones de una empresa comunitaria. (González de Requena Farré, 2009, p. 243).

Por su parte, el historiador de la lectura Roger Chartier (1999, p. 39) define el concepto de comunidades de lectura, lo que implica que el mundo del lector pertenece a comunidades de interpretación y cada una de esas comunidades “comparte, en su relación con lo escrito, un mismo conjunto de competencias, usos, códigos e intereses”.

Los *booktubers* se sienten parte de una comunidad global, y esto funciona en dos sentidos: por un lado, permite a los *booktubers* seguir a sus pares de otros lugares del mundo, y por otro, habilita la posibilidad de que a ellos los sigan desde diferentes países. En los casos analizados, los *booktubers* buscan inspiración y modos de mejorar sus producciones en otros videoblogueros literarios. Así lo comenta el *booktuber* argentino Agustín Sohn, entrevistado para esta investigación:

Te puedo nombrar a Javier Ruescas en España, también es escritor que a mí me gusta mucho tanto por el lado de la escritura como el lado booktube. Después otro que me apasiona y también es español es el “Coleccionista de mundos”, se llama Sebas Mouret, también Fati Orosco de “Las palabras de Fa”. De Argentina te voy a nombrar a Calu Dente de “Mi mundo está en tus páginas” y hay varios más.

Los *booktubers* forman parte de una comunidad de lectores en la que encuentran un sentido colectivo a la lectura, que primariamente es una experiencia individual y solitaria.

Lo explica Federico Valotta, *booktuber* argentino entrevistado para la investigación:

En la secundaria yo era el bicho raro que leía, y cuando empezás a conectarte con Internet y todas esas herramientas te das cuenta que son un montón de chicos que leen; que no están conectados solamente (Federico Valotta).

### La circulación de las videorreseñas

En principio, se entiende que la circulación de las producciones de los *booktubers* se produce a través de la red social *Youtube*. Se trata de un aspecto más de la denominada “socialidad por plataformas” (Van Dijck, 2016).

La mayoría de estas plataformas intentan ingresar con tecnologías de codificación en actividades *online* (por ejemplo, el contacto con amigos, compartir contenidos o buscar información). Ahora bien, esta socialidad por plataformas, “excede a la entendida como contactos e interacciones entre individuos o grupos, aunque las incluye, para recuperar modos de intercambio discursivo propios de diversas etapas y modos de mediatización” (Fernández, 2018: 24).

De acuerdo a la postura del investigador argentino Carlos Scolari, estos procesos se dan en un contexto de *hipermediaciones* en tanto que la tecnología digital permite una trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones, que provocan configuraciones nuevas como la de los *booktubers*.

Sin embargo, la comunidad de *booktubers* tiene lugar no solamente en *Youtube* sino también en otras redes sociales, principalmente Twitter: los videoblogueros literarios se sienten parte de un ecosistema digital donde distintas plataformas se entrecruzan. Así lo ponen los propios *youtubers* en palabras:

Nos seguíamos en *Twitter* y estábamos en el grupo de *Maze Runner* que en ese momento era el boom. Imaginate lo que fue conocernos en persona. (Antonella Romano).

Asimismo, en ese entrecruzamiento entre plataformas se va construyendo su reputación digital:

No es que abrí el canal y tenés un millón de suscriptores. En Twitter ya me seguía mucha gente por el tema de que siempre jodo con los spoilers. Yo era como los "famositos" de Twitter, ponía frases y ya más o menos sabía quién era. Yo era la que te spoilea todo. Y abrí un canal, dos o tres personas me pusieron "ah, qué piola" y ahí se fue formando y ya tengo como un público establecido que están siempre que son lo más. (Antonella Romano)

Los *booktubers* forman parte de una comunidad en la que todos se siguen entre sí a través de las redes sociales estableciendo vínculos de afinidad. Un caso especial es el de *Goodreads*, una red social especializada en la lectura, tal como se desprende en una de las entrevistas:

Con *Goodreads* podés puntuar lo que te pareció. Se arma una conversación con toda la gente que agregás y podés ver qué lee el otro, qué deja de leer. Es *Twitter*, pero de libros. Entonces vos podés reseñarlo cuando terminás de leer y puntuarlo. (Antonella Romano).

En el caso de *Youtube*, en virtud de los algoritmos de software que soportan las plataformas colaborativas, tiene la particularidad de habilitar la posibilidad de conocer más a los seguidores de sus canales y aprovechar esa información para potenciar sus producciones.

### Los *booktubers* y el vínculo con las editoriales

La evolución de la industria editorial sigue la suerte, con sus similitudes y diferencias, de los demás medios tradicionales frente al desafío que implicó Internet en los modos de producir y distribuir contenido y obtener rédito económico de ello. Podemos decir que las editoriales están viviendo una intensa transición en su modelo de negocios: en el caso argentino, con una fuerte retracción del mercado en los últimos años como fruto de la caída sostenida en la venta de ejemplares y también debido al surgimiento de nuevas formas de consumo de contenidos en el ecosistema digital.

En este escenario, los booktubers representan, para las editoriales, una oportunidad para llegar a un público joven a través de otros jóvenes que leen y recomiendan sus libros. Las editoriales argentinas, por ejemplo, desarrollan distintas estrategias con los booktubers: en algunos casos se contactan con ellos y les ofrecen su catálogo de novedades para que elijan qué libro reseñar, mientras que en otros casos son las mismas editoriales las que le solicitan a los booktubers que reseñen determinados libros.

Las editoriales contactan a los jóvenes booktubers en la Feria del Libro, o bien a través de un intermediario de la comunidad se comunican con ellos y conocen sus canales de Youtube, y en otros casos son los mismos booktubers que se contactan con ellas para ofrecerles la posibilidad de hacer una reseña a cambio de recibir una copia del libro impreso, sin ningún tipo de honorarios, sino bajo un concepto de mutua colaboración:

Me veían mucho en la Feria del Libro, alguien que ya colaboraba con esa editorial me introdujo y me dijo tipo "ah, bueno, cómo es tu canal" y yo se lo pasé y fue como "ah, bueno, buenísimo, te tenemos en cuenta" y a partir de ahí como que medio me engancharon a todo el colectivo. Y otras directamente me contactaron por e-mail diciéndome tipo "hola, Guille, nos interesa lo que hacés y queremos empezar a colaborar, ¿qué te parece"? (Guillermina Valdatta).

Es de destacar el hecho de que los *booktubers* entrevistados no se plantean seriamente cobrar honorarios a las editoriales por las reseñas, porque entienden que lo hacen porque les gusta leer y compartir lo que les gusta, en el marco de la cultura participativa de la web:

Me dan el libro y yo a cambio les doy la publicidad. A veces planteamos el tema de "che, ¿y si también les pedimos plata?" pero el problema es que yo estoy leyendo porque me gusta, obvio que todo el mundo quisiera ganar plata haciendo lo que le gusta, pero yo

leo porque me nace, entonces sería raro que al mismo tiempo me estén pagando por leer (Antonella Romano).

Para los videoblogueros literarios, lo que no parece ser negociable es el vínculo con la comunidad, que privilegia la ética de la honestidad, motivo por el cual los *booktubers* no se plantean cobrar por lo que hacen, ya que lo consideran un servicio que prestan como mediadores culturales. Este rasgo distintivo acerca a los *booktubers* a la “ética hácker” descrita por Peka Himanen (2002), aplicada en ese caso a los programadores de software que, movidos por su pasión por la programación, comparten su conocimiento y trabajo con el único afán de obtener reconocimiento y prestigio en la comunidad de pares.

### Conclusiones

La mediación entre libros y lectores que desempeñan los *booktubers* en el marco de la cultura participativa de Internet y en el escenario conversacional de las redes sociales implica nuevos desafíos para la industria editorial, a la vez que establece nuevos pactos de lectura con los usuarios.

El canon literario tradicional, que prescribía qué leer y cómo leer se cruza, en este escenario, con prácticas propias del fandom, y se convierten en espacios de encuentro entre los autores -no sólo de los libros sino también de los videos que los comentan- con sus lectores, devenidos en usuarios activos y exigentes. El libro, entonces, adquiere nuevas formas y crea nuevos lectores que, con su participación mediada por algoritmos personalizados y redes conectadas ubicuamente, deciden qué leer y cuando, articulando estas formas de lectura con una diversidad de prácticas de consumo en el ecosistema digital de medios.

Las videorreseñas generan un nuevo producto como consecuencia del vínculo entre el libro y los *booktubers* y, de esta manera, se genera una “lectura de contagio” que nada tiene que ver con el “aura canónica” de esta práctica (más ceñida a la obligación, a la academia o a la especialización). Como consecuencia de esta lectura compartida, se crean “comunidades de interpretación” que socializan miradas respecto de personajes, historias y narraciones.



## Referencias bibliográficas

Albarello, F. et. al. (2018); Informe final de investigación “Las producciones de los booktubers como extensiones narrativas transmedia”. Instituto de Investigación en Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social, Universidad del Salvador, Buenos Aires.

Albarello, F. et. al. (2017); “*Booktubers*: hacia un modelo de análisis de videorreseñas bibliográficas”, XV Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación – ENACOM 2017, Universidad Nacional de Entre Ríos.

Albarello, F. et. al. (2018); *Booktubers*: Entre el canon y el fandom literario”, XVI Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación – ENACOM 2018, Universidad Nacional del Centro, Olavarría.

Albarello, F.; Arri, F.; García Luna, A. (2018); “*Booktubers*: nuevos jugadores en el mercado del libro”. Jornadas “Transformaciones de las industrias culturales en la era digital”, Maestría en Industrias Culturales, Universidad Nacional de Quilmes.

Albarello, F.; Arri, F.; García Luna, A. (2018); “Los *booktubers* en el ecosistema del libro y la lectura”. Jornada de Estudios Editoriales, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

Cavallo, G. y Chartier, R. (2001). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus.

Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. Buenos Aires: Crujía.

García Canclini, N., Gerber Bicecci, V., López Ojeda, A., Nivón Bolán, E., Pérez Camacho, C., Pinochet Cobos, C y Winocur Iparraguirre, R. (2015). *Hacia una antropología de los lectores*. Madrid: Ariel.

Glennie Tomasena, M. (2015). “Los videoblogueros literarios (*booktubers*). Entre la cultura participativa y la cultura de la conectividad”. Tesis de Maestría presentada al Departamento de Posgrado de la Universidad Pompeu Fabra.

González de Requena Farré, J. (2009). “Comunidades interpretativas. Perspectivas de la hermenéutica de Stanley Fish” en *Alpha*, N 29, pp. 233-249.

Himanen, P. (2002). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Destino.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.

Vandendorpe, C. (2002.). *Del papiro al hipertexto. Ensayo sobre las mutaciones del texto y la lectura*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.