

**X Jornadas de Jóvenes Investigadorxs**  
**Instituto de Investigaciones Gino Germani**  
**6, 7 y 8 de noviembre de 2019**

**Paula Cuestas:** *CIMeCS – IdICHS (UNLP/CONICET) y FaHCE (UNLP); paula.cuestas90@gmail.com; Licenciada y profesora en Sociología, becaria doctoral CONICET y auxiliar diplomada en “Didáctica especial y prácticas de la enseñanza en Sociología” (FaHCE/UNLP).*

**Eje problemático propuesto: 4**

**Bloggers, Booktubers y Bookstagrammers en la industria editorial:  
un camino hacia la profesionalización**

Resumen

El siguiente trabajo busca presentar a la comunidad BBB: *bloggers, booktubers y bookstagrammers*, jóvenes que en distintas redes sociales hablan y escriben sobre libros (mayormente de literatura masiva), y el camino que muchos de ellos trazan desde lo que comienza de pequeños leyendo y consumiendo productos de la “cultura pop” hasta su ingreso al mundo del trabajo en la industria editorial. Esta ponencia se inscribe en el marco de una investigación doctoral que busca estudiar las posibles formas del vínculo entre jóvenes y literatura, con el objetivo de reconstruir los sentidos y las prácticas que allí se despliegan. Estos vínculos se inscriben en un cruce de dos áreas temáticas: los estudios sobre prácticas de lectura y las prácticas en torno a las nuevas tecnologías, entendidas como actividades complementarias más que contrapuestas. Desde una perspectiva cualitativa y etnográfica, se analizarán notas de campo en escenarios como la Feria Internacional del Libro, entrevistas en profundidad biográficamente orientadas a miembros de la comunidad BBB, así como publicaciones en distintas plataformas digitales de los actores que se encuentran en el centro de esta presentación.

Palabras claves: jóvenes lectores – comunidades – tecnologías digitales – industria editorial

---

### Palabras introductorias

Existe un mito, ampliamente difundido, que sostiene que “los jóvenes no leen” (Papalini, 2012). Algunas de las razones que se esgrimen para sustentar ese apocalíptico panorama afirman que esto puede ser uno de los correlatos del auge de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC’s). Lo que estas visiones no consideraron es la complementariedad entre las transformaciones tecnológicas y las múltiples modalidades de acceso a la lectura. En el último tiempo, algunas investigaciones han comenzado a dar cuenta de esta relación mostrando, a su vez, como el desarrollo tecnológico ha propiciado novedosas modalidades de acercamiento a la lectura entre los jóvenes. Estos trabajos, basados en investigaciones empíricas tienen un gran desarrollo en países como España (Cassany, 2010; Rovira-Collado, 2011; Llunch, 2014) o México (Pacheco Alonso, 2014). En el escenario local, la bibliografía académica sobre este tema es todavía muy escasa, aunque se encuentra en crecimiento. Por su parte, muchos medios de comunicación si suelen escribir sobre “la generación que (vuelve a) lee(r)” y la relación existente entre tecnologías digitales y las prácticas de lectura de los más jóvenes.

El presente trabajo se centra en recuperar, desde un abordaje cualitativo, el derrotero de estos jóvenes desde sus inicios como consumidores de “cultura pop”, especialmente lecturas vinculadas a la industria editorial masiva, hasta su llegada al mundo laboral en muchos casos como parte de esa misma industria.

### “Niñas/os nerds, jóvenes profesionales”

La expansión de la TIC’s supuso una revolución en las formas de acceso a la lectura: e-books, audiolibros, plataformas como Book Depository (de Amazon). Pero no sólo los soportes para leer se han actualizado en los últimos años, la transformación es más profunda. Esta expansión permite la promoción de espacios de lectura y la consolidación de foros virtuales de discusión sobre sagas literarias vinculadas a la industria masiva. Muchos niños y niñas que crecieron leyendo sagas como Harry Potter y otros libros de literatura masiva (de la mano de diversos “consumos pops”) han encontrado, en los últimos años, la posibilidad de hacer visible sus experiencias lectoras en distintas redes sociales.

Asimismo, esta expansión ha dado lugar a la conformación de numerosos clubs de fans, propiciadores de encuentros colectivos de creación y recreación de distintos *fandoms*<sup>1</sup> a través de la puesta en marcha de múltiples actividades. Entre ellos el caso de la saga HP resulta significativo por el fuerte efecto que se generó en derredor suyo a partir de la publicación del primer libro en inglés en 1997. Desde entonces la obra siguió un camino de popularidad y éxitos: diez años después vendía más de 420 millones de ejemplares, se traducía a sesenta idiomas y relucía como un *best seller*, alzándose voces a favor y en contra del fenómeno, estas últimas especialmente por parte de críticos literarios reconocidos globalmente (Bloom, 2000, 2008). Pero no sólo ello, esto dio lugar a la proliferación de club de fans donde niños y jóvenes (y algunos no tan jóvenes) se encuentran para reproducir la saga en cuestión, pero también para actualizarla, desplazarla y recrearla a través de sus propias prácticas.

Tal vez esas experiencias del *fandom* de Potter pueden ser consideradas una suerte de antecedente para la conformación de comunidades BBB<sup>2</sup>. Estos son jóvenes que en distintas redes sociales hablan, escriben y cuentan sus experiencias en relación a sus consumos literarios. Muchos de ellos recurren a sus canales de Youtube haciendo videos para hablar especialmente sobre libros, generando un fenómeno que dio por denominarse *booktubers*. Los *bloggers* fueron los pioneros en este camino, al publicar contenidos de manera regular en sus *blogs*, sólo que en este caso hablando específicamente de libros. Finalmente, se llama *bookstagrammers* a quienes comparten sus lecturas a través de Instagram. Todos ellos son conocidos hoy como parte de la comunidad BBB: *bloggers*, *booktubers* y *bookstagrammers* (Pates, 2015). Por supuesto, en la gran mayoría de los casos, unos y otros se solapan ya que casi la totalidad de los usuarios hace un uso múltiple y diverso de sus redes sociales.

En ambos casos (*fandom* de HP y comunidad BBB), las experiencias de lectura desbordan el ámbito individual. A partir de distintas prácticas, los fanáticos y los lectores se ponen en contacto con los libros, pero también con otros “nerds” como ellos. Se gestan grupalidades que traspasan “lo virtual”, dando lugar a la conformación de verdaderas comunidades (de acuerdo con los propios términos nativos). En este punto podemos recurrir a Reguillo (2010) y Winocur (2012) para pensar las continuidades entre ese virtual y real en un contexto de transformaciones en el que se diluyen las barreras entre uno y otro, ya que los propios jóvenes

---

1 El término es una contracción de *fanatic kingdom* (del inglés: reino fan) y refiere a grupos de aficionados, generalmente, en torno a la ciencia ficción y la literatura fantástica que se dan estrategias para recrear estos universos. Lo interesante de su uso es que no se reduce a una categoría propia del mundo académico sino que es utilizada por los propios fans para enmarcarse como parte de un colectivo (Torti Frugone y Schandor, 2013).

2 En todas las charlas que dan hay una mención a Harry Potter, como el libro que “los inició”, como una lectura cuasi-obligatoria, y Rowling, su autora, es colocada en un lugar de veneración y reconocimiento.

no ven la necesidad de separar estas esferas pues entienden sus prácticas y sus universos de significación de una forma articulada entre lo *offline* y lo *online* (Winocur, 2009).

La posibilidad de compartir en redes sociales sus gustos y preferencias literarias, y la posibilidad de contactarse y encontrarse con otras personas que como ellos disfrutaban leer ha resultado clave. Pero esa experiencia no se detiene allí. Esa apropiación de tecnologías digitales no sólo ha sido central por la posibilidad de generar comunidades. En ese recorrido, estos jóvenes han ido adquiriendo habilidades para dirigir actividades grupales, orquestar ideas novedosas, negociar con actores estatales y del mundo editorial para desarrollar sus prácticas culturales o conseguir “canjes”. Han desarrollado, en consecuencia, una *expertise* que hoy los lleva a inclinarse por ciertas trayectorias académicas y/o laborales en las que se les reconoce ese recorrido. Podemos pensar entonces en las *habilidades* que se despliegan por desarrollar ciertas tareas o trabajos, y que tienen un origen en una práctica, a priori, meramente recreativa. Y por otro lado, actualizando los aportes de Hennion (2002) y DeNora (2000) que Benzecry recupera en “El fanático de la ópera” (2012), en las *habilitaciones* dadas a partir de esas experiencias en los *fandoms* y las redes. Con esta noción estos autores analizan los modos en que las formas musicales activan determinadas emociones, sensibilidades y prácticas reponiendo un rol activo para los aficionados de estos consumos estéticos. En este caso, es posible pensar como la participación en ciertos escenarios permite trazar ciertas trayectorias laborales y académicas, a partir de esas habilitaciones dadas por la adquisición de esas habilidades; explícitas como el uso de ciertos programas informáticos, el manejo de actividades grupales; pero también por otras destrezas mucho menos evidentes pero igualmente significativas vinculadas principalmente a ese gusto particular por ciertos “consumos pop” y los saberes que ello trae aparejado. Sobre este punto se volverá más adelante cuando recuperemos la inserción que hacen muchos de estos jóvenes en el mundo editorial, especialmente.

### *BBB en Argentina: del blog al video, del video a la foto*

El mundo de los BBB se caracteriza entonces hoy por no ser un entramado “meramente recreativo” sino por permitir modelar ciertos recorridos en torno a determinados caminos académicos y laborales. Pero antes, mucho antes, de llegar a este grado de “profesionalización” y antes inclusive de que algunos jóvenes comenzaran a filmarse, algunos ya desplegaban sus ideas y argumentos en blogs. Cabe aclarar que la “prehistoria” de todo esto remite a la existencia de foros virtuales, muchos de los cuales surgieron a partir de la

devoción de algunos jóvenes por Harry Potter. Inclusive, jóvenes que hoy se posicionan como “los bloggers más conocidos del país” (como Meli Corbetto o Leo Teti, actualmente directores de sellos en editoriales como VyR y Puck) comenzaron su trayectoria compartiendo experiencias sobre libros y lecturas en grupos de MSN y fotologs.

En 2008, surgirían las primeras experiencias de Booktube en Estados Unidos. En Argentina, el fenómeno comenzó a expandirse más tarde y con otro ritmo y alcance. Si en México o España (por pensar sólo en países de habla hispana) hay booktubers como Clau Read Books con casi 500.000 seguidores o Javier Ruescas con casi 300.000<sup>3</sup>, en nuestro país los representantes con más seguidores tienen alrededor de 20.000. En aquellos países, el “boom” tuvo lugar a comienzos de la década del 2010; en Argentina la expansión comenzó a darse recién en 2014. Aquel fue el año en que James Dashner, autor internacional especialmente convocado para el público juvenil, vino por primera vez a la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires. Al año siguiente, en 2015, tuvo lugar el Primer Encuentro Internacional de Booktubers en la misma feria. En paralelo, mientras el fenómeno de los BBB crecía, subían también las ventas de juvenil de las distintas editoriales, consolidando un fenómeno novedoso, que de la mano de Harry Potter transformó lo que entendemos como acto de lectura (Corea, 2004). En 2019, el Encuentro de Booktubers celebró su 5ta edición con la presencia de figuras internacionales (los mexicanos Clau Ramírez -del canal Clau Read Books- y Alberto Villareal). Los encuentros en la feria los coordina y dirige el área juvenil de Fundación El Libro (organizadora de la FIL), en articulación con grandes grupos editoriales. Finalmente, complementando esta trilogía de “B’s” encontramos el fenómeno de los bookstagrammers que, en palabras de una de las máximas figuras de la comunidad, hoy en día *“la tendencia es bookstagram y la verdad es que un bookstagram en una hora tiene el alcance que un blogger tiene en un mes. Y eso es una verdad”* (fragmento entrevista con Meli Corbetto, mayo 2019). Resulta fácil coincidir con este diagnóstico: mientras que el blog de Meli “Lee, sueña, vuela”, activo desde 2011, tiene unos 4.167 seguidores (siendo uno de los más reconocidos en el país), son varias las cuentas de bookstagram que hoy superan ese número de seguidores: booksofcoffee con 7,656; alvinbooks con 9,027; locaxlibros con 13.900, queleoar con 19.300, entre otros<sup>4</sup>.

Si “en la variedad está el gusto” como dice el refrán popular, la diversidad de opciones para compartir experiencias lectoras, subsiste sin eclosionar. Meli sostenía en la Convención Blogger de la última edición de la FIL:

3 No es casual que sea en estos países donde este campo académico tenga un mayor desarrollo.

4 Estas cifras fueron recuperadas el día 20 de junio de 2019.

*Todos cubrimos necesidades distintas (...) Blogger, booktubers y bookstagrammers, es un trabajo tremendo mantener una cuenta de lo que sea (...) Todo, independientemente del formato, independientemente de la plataforma todo lleva mucho tiempo, mucha dedicación y de una forma u otra todas tienen ese mismo valor (...) Esa es la gracia de la comunidad: que nos complementamos todos y todos trabajamos un montón (Meli en Convención Blogger, mayo 2019).*

En mayo de 2019, en la 5ta edición del Encuentro Internacional de Booktubers, Naty Bustamente y Matías GB, la última y el primer ganador del premio al “booktuber del año” hicieron un *sketch* que se anunciaba como “El Funeral de Booktube”. Ambos se vistieron de negro, rompieron páginas de libros (luego aclararon que fueron libros encontrados en la calle y ningún “ejemplar valioso”) e inclusive Mati “murió” en el escenario mientras recreaba la realización de un video para Youtube y era interrumpido por Naty bailando k-pop (actualmente “Tormenta literaria” no es el principal canal de esta joven sino su nueva cuenta sobre música oriental, su otra pasión además de la lectura). Luego del “show” explicaron un poco el porqué de esta presentación:

*Naty: (haciendo como que llora) es muy triste la verdad, hoy hacemos un funeral para recordar booktube...*

*Mati: si Booktube por lo menos en Argentina, no se en otros países, fue cambiando. El año pasado dijimos “booktube no murió” acá arriba del escenario. Y creo que no murió pero si mutó.*

*N: si, me parece que ya el tema de “solo libros en los canales” cambió hace ya unos cuantos años. (...) el tema es que como decías antes todos cambiamos. Yo no leo tanto como antes. Antes leía 100 libros por año y ahora leo 1 o 2 por mes, por la facultad. O sea, es imposible. Además como vieron me gusta el k-pop así que tengo que hacer esto también (risas y aplausos). Cuestión, hoy queríamos hacer algo serio pero divertido porque si bien estamos llegando un fin tal vez a una etapa de booktube, tenemos que celebrar el comienzo de una nueva...*

*M: si, igual yo creo que (...) en realidad somos youtubers todos. Youtubers que hablan de libros. No se porque tan estático. Puede estar buena por momentos pero quizás después siempre terminas siendo como la parte marginada de Youtube. Los que leen libros y todos los otros youtubers (...) Crecimos. A mi ahora me gusta hablar sobre series, libros y películas y bueno las cosas fueron cambiando (Encuentro Booktubers en FIL, mayo 2019).*

Así, Naty y Mati inauguraban el encuentro, cuestionando la etiqueta de “booktubers” aunque reconociendo su pertenencia a ese colectivo BBB. Los presentes en la sala asentían, reían, acompañando este diagnóstico. En los últimos meses, varios como Mati, empezaron a diversificar el contenido de sus canales. Gus Funes, por ejemplo, el booktuber local con más seguidores, comenzó a producir otro tipo de contenidos aumentando exponencialmente su lista de seguidores (de unos 70.000 a mediados de 2018 a 158.000 al momento del cierre de este trabajo). Sin embargo, mientras se da este proceso de salida en Booktube son muchas las cuentas en Instagram que se abren centrándose especialmente en libros.

Vemos entonces una suerte de comunidad en (casi) permanente actualización. Una comunidad que va adaptándose e incorporando las últimas novedades digitales para pensar sus canales y sus cuentas. Ahora bien, ¿qué pasa cuando aquello que inicia como un “simple *hobbie*” comienza a tomar otra dirección?

#### *De las redes a la edición y de la edición a las redes*

*Yo siento que le estamos dando de cierta manera, es re pretencioso lo que voy a decir, pero le estamos dando como una vuelta de tuerca a lo que es la figura del editor. Y yo siento que venimos con otra cabeza, todos, no Leo y yo nada más, sino que toda esta generación de editores. Cuando yo empecé a estudiar edición y lo hablábamos con Leo, siempre, porque nos sentíamos literalmente sapos de otro pozo en Puan. Éramos los que todo el mundo estaba leyendo a Borges y nosotros estábamos leyendo “Los juegos del hambre” y todo el mundo nos juzgaba por eso. Entonces creo que traemos otra cabeza, distinta en el mundo de la edición y son cosas que todavía pasan y a mí me... No solo en la Universidad, sino que en la industria misma, que hay como mucho prejuicio de la literatura juvenil y el joven y la mentalidad joven. A todo. Hay como una cosa muy intelectualoide instalada de desprestigiar (fragmento de entrevista con Meli, blogger y editora, mayo 2019).*

La cita precedente corresponde a una entrevista sostenida con Melisa Corbetto, editora en VyR Editoras y directora del sello YA, que con sus siglas hace referencia a la literatura *Young Adult*, tal vez mejor conocida como “juvenil”. Meli tiene 29 años (recién cumplidos) y como tantos otros es parte de una generación de jóvenes que creció al calor de la expansión del fenómeno de HP. Sus primeras experiencias en el uso de tecnologías digitales fueron cuando, de pequeña, creó un fotolog con una amiga para explayarse y compartir su afición por la saga de Rowling. Con los años se hizo un blog y empezó a comentar su opinión sobre los distintos libros que iba leyendo. Más tarde descubrió la carrera de edición en la UBA, empezó a

colaborar con editoriales, y fue trazando una trayectoria que la llevo a ocupar el cargo que hoy tiene. Su caso no es un caso aislado. Leonel Teti, también tiene una trayectoria como blogger y hoy dirige el sello Puck de la editorial Urano (luego de su paso por VyR). Federico Vallota, otro reconocido blogger, formó parte del área de marketing de editorial Planeta hasta mayo de este 2019. Matías G.B., el primer ganador del premio a “booktuber de la feria”, en 2015, trabaja para el grupo Penguin Random House. Y la lista de nombres continúa, mucho más allá de las principales caras visibles del fenómeno.

En estos casos, como se lee, muchos jóvenes comienzan a estudiar una carrera vinculada a esa trayectoria laboral, que inicia, a veces, como un *hobbie*. No sólo Meli estudió edición, también lo hizo Leo y tantos más en los últimos años (tal vez, según el discurso “nativo”, inspirados por sus trayectorias). Muchos otros, eligen estudiar carreras como marketing, diseño o comunicación social, entendiendo que ella las permitirá mejorar algunos conocimientos y *habilidades* que ya desarrollan en sus oficios como BBB, en particular, y en sus experiencias en redes sociales, en general. Como ya se anticipó, notamos así que ciertas habilidades que se despliegan por desarrollar tareas o trabajos que tienen un origen en una práctica, a priori, solo recreativa se vuelven una *expertise* valorada y reconocida por pares y superiores habilitando (DeNora, 2000; Hennion, 2002; Benzecry, 2012) ciertos recorridos académicos y laborales.

Es interesante destacar que, aunque en una primera visión pareciera que esa *expertise* fuera más gravitante que los años de estudio sobre ciertos temas, en la mayoría de los casos entrevistados y recuperados a lo largo de esta investigación, se percibe que las trayectorias académicas no ocupan un lugar menor. Meli lo repone así en la presentación personal de su blog (recuperado de <http://www.leyendo-vuelo.com/2011/01/about.html>):

*Soy Meli y amo mucho, mucho, mucho, mucho, mucho los libros y la escritura. Tanto que después de terminar mi primera carrera, empecé a estudiar Edición literaria porque quiero pasar el resto de mi vida entre libros :D*

Así como en una entrada titulada “Todo lo que necesitas saber si querés estudiar edición” (recuperado de <http://www.leyendo-vuelo.com/2015/07/hola-hola-bienvenidos-una-nueva-entrega.html>):

*(...) ¿Para qué te prepara realmente? Lo fantástico de la carrera, es que te da una base que te sirve para ocupar casi cualquier puesto en una editorial, publicación periódica, etc, etc, etc. Más allá de editar, podemos corregir, diseñar, ser community, prensa, marketing o administrativos, entre otras cosas. Abarca un abanico muy interesante de tareas*

*(...) ¿Siento que crecí con esta carrera? Muchísimo, a pasos agigantados. Mi experiencia con Edición es muy, muy enriquecedora.*

Coincidimos con Muñiz Terra y Roberti (2018), en que en este punto puede ser gravitante la valoración positiva que los estudios universitarios tienen entre la clase media y que ha sido transmitida de generación en generación. En este caso en particular, por ejemplo, se asume que Meli ha optado por estudiar una carrera (edición) que puede ofrecerle herramientas y credenciales académicas que la propia práctica en sí misma no le daría.

Retomemos la cuestión del vínculo entre BBB's y editoriales pues este puede ser leído en más de una dirección, más allá de las principales caras visibles del fenómeno hoy en puestos de dirección editorial. Por un lado, varios BBB's trabajan como *freelance* para las editoriales presentando informes de manuscritos para que, de esa forma, los responsables decidan si compran o no los derechos de un libro. Por otro lado, casi todos los miembros de la comunidad reciben colaboraciones de editoriales. Me refiero, concretamente, a la recepción de libros para reseñar, mostrar y compartir en sus redes sociales con sus seguidores (sin ningún tipo de remuneración económica por ello). De esa forma, las editoriales se aseguran llegar a un público al que, tal vez de otro modo, les resultaría más difícil acceder. Desde la perspectiva de los miembros de la comunidad BBB:

*el mismo libro es como el pago por la reseña, por publicarlo, sacarle una foto y subirlo a Instagram y demás. Y después como agradecimiento también las editoriales hacen diferentes encuentros en los que además de contarnos las novedades que van a venir nos dan snacks, hablamos, jugamos. Es lo divertido y también nos dan muchas oportunidades a nosotros totalmente gratuita de entrevistar a diferentes autores, youtubers que publican libros. Al fin y al cabo nos ayuda muchísimo a nosotros a conseguir más seguidores, desde ese lado. Y también la chance de dar charlas (...) vos pensas "les conviene a ellos". No, nos conviene más a nosotros porque después toda esa gente nos va a seguir. Y esa gente nos va a conseguir más oportunidades por tener más seguidores (fragmento de entrevista con Naty, booktuber, febrero de 2019).*

Más allá de esta valoración de Naty, los números arrojan cifras bastante *convenientes* para las editoriales a partir de la expansión de este fenómeno. De acuerdo con Saez (2019), gran parte del mercado editorial hoy en día se sostiene gracias a la publicación de literatura juvenil. A pesar de una crisis generalizada en el sector (asociada a otros factores macroeconómicos sobre los que no nos detendremos aquí), este sector evidencia un crecimiento desde el año 2014. El relanzamiento de nuevas ediciones de la obra de J. K. Rowling (HP), contribuye fuertemente

en esta dirección, en un contexto en el que paralelamente el mundo mágico se actualiza con la salida nuevas películas y la puesta en escena de un éxito teatral. Asimismo, la Encuesta Nacional de Consumos Culturales (2017) señala que el sector juvenil, entre los 12 y los 17 años, es el que más libros lee (al menos uno por año). ¿Por qué, entonces, aún subsiste el diagnóstico de que los chicos y jóvenes no leen?

### Lecturas incómodas

Tal vez sea posible referirse a este conjunto de personas que consumen y producen literatura juvenil como un “mundo del arte” (Becker, 2008). Un mundo regido por determinadas lógicas, alcances, valores, legitimidades, convenciones. Dentro de él, predominan ciertos géneros (el *fantasy* en sus distintas vertientes y lo que se reconoce como juvenil), se imponen ciertos autores (generalmente norteamericanos) y se define una suerte de canon, completamente diferente al propuesto por Bloom (1994) o al legitimado hoy por el sistema escolar, que difícilmente contempla estas experiencias “ligadas al mercado”.

Nos encontramos, en consecuencia, frente a prácticas de lectura que no son las esperadas o contempladas en normativas oficiales, como los Planes Nacionales de Lectura o Diseños Curriculares de asignaturas como Prácticas del Lenguaje (Cuestas, 2018). Son prácticas que desbordan aquellos imaginarios que remiten a la lectura “*como una puerta de conocimiento a la cultura letrada*” o una asociación directa entre el acto de leer y el énfasis puesto en su importancia para la “*construcción de ciudadanía*” (idea presente en la Ley de Educación Nacional, por ejemplo). Ahora bien, si la normativa se centra en estos idearios, al adentrarnos en los materiales que se difunden para que esa normativa ingrese a las aulas escolares, la visión predominante respecto de la lectura tiende a hallarse cargada de adjetivos emocionales, sentimentales. Y no es que la práctica de lectura no actúe al nivel de la producción de subjetividades. Al contrario: si lo hace. Lo que ocurre es que entre la normativa oficial y lo que efectivamente ingresa en las aulas hay un salto difícil de subsanar. La escritura y presentación de materiales, actividades, lecturas en las normativas oficiales suele ser potestad de pedagogos, docentes, licenciados y doctores en letras y ciencias de la educación; otorgando en ese escenario un muy pequeño margen de agencia a niños y adolescentes que son los propios protagonistas de estas prácticas.

¿Por qué seguir invisibilizando prácticas que son tan centrales en la vida de ciertos individuos? ¿Por qué seguir distinguiendo entre el canon y lo comercial y no pensar en las potencialidades de una articulación? ¿Dónde caben los BBB y las comunidades de *fans* en

este escenario? ¿Acaso su presencia no está dando cuenta de nuevos vínculos entre libros y lectores que valen la pena ser indagados y puestos en agenda pública?

### A modo de conclusión

En este trabajo se intentó ofrecer una breve caracterización de ese recorrido “típico” que comienza con pequeños grandes lectores y concluye con la participación en el mundo editorial (en las distintas formas ya analizadas). Esto no implica creer que todos atraviesan un único camino o que los únicos recorridos concluyan en estas trayectorias profesionales “exitosas”. Lo que se intentó es arrojar luz sobre un escenario que, como vemos, se encuentra en constante construcción, y que muchas veces es invisible (o al menos incómodo) para otros actores sociales como la escuela, el Estado o incluso las propias familias.

El futuro del universo BBB está todavía por verse. El desafío es para los jóvenes que van actualizando sus perfiles, plataformas, discursos y consumos; pero lo es también para actores para nada ingenuos en este circuito: las empresas del mundo del entretenimiento, editoriales de literatura masiva y juvenil, entidades como Fundación El Libro. En un escenario en el que la categoría de “prosumidores”<sup>5</sup> se vuelve cada vez más central para explicar las prácticas de producción y consumo, todas las partes involucradas parecen tener la obligación de mostrarse abiertas y dispuestas a estos cambios. Esto, por supuesto, involucra también a quienes, desde las ciencias sociales, pretendemos teorizar al respecto y también debería serlo para quienes están pensando hoy políticas públicas culturales y educativas. Porque este vínculo con las tecnologías digitales, en sus prácticas lectoras, no sólo impacta en la realidad de los jóvenes: los constituye y agencia sus experiencias cotidianas. Tal vez, en lugar de preguntarnos porque “los jóvenes no leen” sea momento de preguntarles a ellos mismos que leen y porque lo hacen.

### Bibliografía

Benzecry, C. (2012). *El fanático de la ópera. Etnografía de una obsesión*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.

Bloom, H. (2000), “*Can 35 million readers be wrong? Yes.*” *The Wall Street Journal*. Book Review: 7-11-2000.

---

5 Retomamos la propuesta de Weber y Mitchel (2008) –quienes siguen a Toffler (1980)- muestran la interrelación entre los procesos de producir y consumir. Asumimos, con ellos, que las tecnologías digitales corren ampliamente los difusos límites entre uno y otro proceso.

- Bloom, H. (2008), *Harold Bloom y Harry Potter*. Disponible en <http://poesiamas.net/blog/2008/08/28/harold-bloom-y-harry-potter/>
- Cassany, D. (2010). Leer y escribir literatura al margen de la ley”. *Actas y Memoria del Congreso Iberoamericano de lengua y Literatura Infantil y Juvenil*. Febrero, 2010. Madrid: Fundación SM/Ministerio de Cultura de España, pp. 497-514.
- Corea, C. (2004). Un nuevo estatuto de la lectura: el caso Harry Potter. En *Pedagogía del aburrido. Escuelas destituidas, familias perplejas*. Buenos Aires: Paidós.
- Cuestas, P. (2018). “Los chicos también leen”. Algunas claves para pensar los alcances y limitaciones de programas de promoción y difusión de lectura desde una perspectiva sociológica. *Actas del VIII Congreso Iberoamericano de Pedagogía, Universidad Nacional de Tres de Febrero*, agosto de 2018, Buenos Aires.
- DeNora, T. (200). *Music in everyday life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hennion, A. (2002). *La pasión musical*. Barcelona: Paidós.
- Lluch, G. (2014). Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. *Ocnos 2014*, 11, marzo, Universidad de Castilla-La Mancha, Centro de Estudios de Promoción de la Lectura y Literatura Infantil, pp. 7-20.
- Muñiz Terra, L. y Roberti, E. (2018). Las tramas de la desigualdad social desde una perspectiva comparada: hacia una reconstrucción de las trayectorias laborales de jóvenes de clases medias y trabajadora. En *Revista Estudios del Trabajo*, 55.
- Pacheco Alonso, B. (2014). Booktube. Una propuesta para el fomento a la lectura. UNAM. Recuperado de: [https://issuu.com/gustavopacheco4/docs/booktubers\\_linea](https://issuu.com/gustavopacheco4/docs/booktubers_linea)
- Papalini, V. (2012). Las lecciones de los lectores. A propósito de la recepción literaria. En *Revista Álabé*, 6, 2012, 1-21.
- Pates, G. (2015). ¿Los jóvenes no leen? Experiencias de lecturas en booktubers. En *Revista Letras*.
- Reguillo, R. (2010). “La condición juvenil en el México contemporáneo. Biografías, incertidumbres y lugares”. En Reguillo, R. (coord.), *Los jóvenes en México*, México, Fondo de Cultura Económica.

- Rovira-Collado, J. (2011). Literatura infantil y juvenil en internet: de Cervantes Virtual a la LIJ 2.0. Herramientas y espacios para su estudio y difusión. *Tesis doctoral. Universidad de Alicante.*
- Saez, V. (2019). De las pantallas al papel. Nuevos acercamientos de las jóvenes a la literatura. En *El Toldo de Astier. Propuesta y estudios sobre enseñanza de la lengua y la literatura*, Año 10, n°18, abril 2019, pp. 42-51.
- Torti Frugone, Y. y Schandor, A. M. (2013). El reino más grande del mundo: la existencia del fandom como fenómeno cultural. Trabajo presentado en *VII Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires.*
- Weber, S. y Mitchell, C. (2008). Imaginar, Mecanografiar y Nuevas Tecnologías. En Buckingham D. (Ed.), *Juventud, Identidad y Medios Digitales*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Winocur, R. (2009), *Robinson Crusoe ya tiene celular. La conexión como espacio de control de la incertidumbre*, México, Siglo XXI.
- Winocur, R. (2012). “Transformaciones en el espacio público y privado. La intimidad de los jóvenes en las redes sociales”, *TELOS. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, N° 91, abril-junio, pp. 79-88.