



Trabajo y Sociedad

Sociología del trabajo- Estudios culturales- Narrativas sociológicas y literarias
Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas (Caicyt-Conicet)
N° 38, Vol. XXIII, Verano de 2022, Santiago del Estero, Argentina
ISSN 1514-6871 - www.unse.edu.ar/trabajosociedad



Una vuelta de tuerca en el mundo de la edición: jóvenes leyendo, haciendo y vendiendo libros¹

The turn of the screw in publishing industry: young people who read, make and sell books

A volta do parafuso no mundo editorial: jovens lendo, fazendo e vendendo livros

Paula CUESTAS*

Recibido: 4-3-20

Revisión editorial: 23.07.21

Aprobado: 1-9-21



RESUMEN

En este artículo se describe y analiza el “mundo editorial juvenil”. Un mundo en el que los propios jóvenes que leen estos libros son protagonistas ya que también forman parte de la cadena de engranajes que permite que los mismos sean publicados y compartidos. En ese marco, *bloggers*, *booktubers* y *bookstagrammers*, ocupan un lugar central. Se trata de personas que en distintas redes sociales reseñan sus (muchas) lecturas, comparten novedades editoriales y alientan a leer libros. Es por ello que el centro de mis reflexiones estará puesto en el colectivo que conforman: “la comunidad BBB” y en los modos en que desde allí estos “grandes lectores” se van insertando, de modo diferencial, en la industria editorial. Con este fin se retoman y analizan entrevistas en profundidad a miembros de este colectivo, así como notas de trabajo de campo etnográfico en eventos en los que participan. Veremos así como se reproducen en este mundo tensiones no resueltas entre lo comercial y lo cultural, propias de las empresas de producción cultural.

1 Una ponencia presentada en las X Jornadas de Jóvenes Investigadorxs del Instituto de Investigaciones Gino Germani operó como punto de partida para la redacción de estas páginas. Agradezco, en primer lugar, las lúcidas devoluciones de las personas con quienes compartí la mesa de trabajo dentro del eje “Cultura y Sociedad: Artes, Medios, Tecnologías digitales”. Este artículo se nutre, asimismo, de comentarios realizados por distintos colegas y docentes a lo largo de mi trayecto doctoral, en clases, jornadas y distintos eventos académicos. Agradezco a cada una de ellas y ellos por la generosidad de sus lecturas y sus valiosísimos aportes. Ese camino me cruzo con Victoria Saez, colega con quien no sólo intercambiamos reflexiones sino también “materiales de campo”. Las afirmaciones de las siguientes páginas se basan en mis propios registros, pero también en los que ella generosamente me ha compartido.

* Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas / Centro Interdisciplinario en Metodología de las Ciencias Sociales - Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de La Plata (CONICET-CIMeCS/IdIHCS-CONICET-UNLP). Doctoranda en Ciencias Sociales, UNLP. Licenciada y Profesora en Sociología, UNLP. Docente de la carrera de Sociología, UNLP. Correo electrónico: paula.cuestas90@gmail.com

Palabras clave: jóvenes, grandes lectores, tecnologías digitales, industria editorial

ABSTRACT

This article describes and analyzes the young adult publishing industry. An industry in which young people themselves are protagonists since they are part of the publishing and development of the books they read. In this framework, bloggers, booktubers and bookstagrammers have a central position. People who review their (many) readings, share editorial news and encourage reading books in their different social media. That is the reason why this paper focus on them: the *BBB community* and, also, in the way this *great readers* begin to work in publishing industry in different positions. For this purpose, I analyzed in-depth interviews, as well as fieldwork notes in events these people participate. Thus, we will see how unresolved tensions between *the comercial* and *the cultural*, typical of cultural production, are reproduced in this art world.

Key words: young people, great readers, digital technologies, publishing industry

RESUMO

Este artigo descreve e analisa o “mundo da publicação jovem”. Um mundo em que os mesmos jovens que lêem esses livros são protagonistas, pois também fazem parte da corrente de engrenagens que permite que sejam publicados e compartilhados. Nesse contexto, blogueiros, booktubers e bookstagrammers ocupam um lugar central. São pessoas que em diferentes redes sociais revelam suas (muitas) leituras, compartilham notícias editoriais e incentivam a leitura de livros. Por isso, o centro de minhas reflexões estará na “a comunidade BBB” e nas formas como esses “grandes leitores” estão inseridos, de forma diferencial, na indústria editorial. Para tal, são retomadas e analisadas entrevistas em profundidade com os membros deste grupo, bem como notas etnográficas em eventos que participam. Veremos assim como as tensões não resolvidas entre o comercial e o cultural, típicas das empresas de produção cultural, se reproduzem neste mundo.

Palavras chaves: jovens, grandes leitores, tecnologías digitais, indústria editorial

SUMARIO:

1. Palabras iniciales 2. ¿Quiénes son las y los “grandes lectores”? 3. Breve historia de una comunidad 4. De las redes a la edición y de la edición a las redes 4.1 Colaboradoras/es 4.2 *Community Manager* 4.3 Evaluadoras/es 4.4 Editores/as 4.5 *Publishers* 4.6 Escritoras/es 5. Reflexiones a modo de cierre: ¿es realmente *Otra vuelta de tuerca* en el mundo de la edición (juvenil)? .Bibliografía .Documentos

1. Palabras iniciales

Existe un mito, o más aún diría Papalini (2012): un prejuicio, que sostiene que “los jóvenes (ya) no leen”. Algunas de las razones que se esgrimen para sustentar este apocalíptico diagnóstico afirman que esto puede ser uno de los correlatos del auge de las nuevas tecnologías digitales dentro del paradigma dominante de una “sociedad red” (Castells, 2006). Lo que estas visiones no consideran (además de ir en contra de lo que señalan las estadísticas al respecto²) es la complementariedad entre las transformaciones tecnológicas y las diversas modalidades de acceso

2 De acuerdo con la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales (2017), en Argentina, la franja etaria que va de los 12 a los 17 años es la que más lee (al menos un libro por mes) seguida por la que comprende a las personas que tienen entre 18 y 29 años de edad.

a la lectura. Por fortuna, 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 las y los jóvenes (García Canclini, Gerber Bicecci, Lopez Ojeda, Nivón Bolán, Pérez Camacho, Pinochet Cobos y Winocur, 2015; Albarello, 2019; Albarello, Arri y Luna, 2020, Tomasena, 2020a; Pates, 2015).

Así las cosas, en los últimos años el sector *young adult*: YA (adulto joven) del mundo editorial asiste a un proceso de crecimiento y consolidación con períodos de un relativo estancamiento, en el contexto de una crisis generalizada de la industria editorial³. La clasificación de ciertos libros como “juveniles” (algo que surgió intrínsecamente ligado a “lo infantil” pero que a poco a poco se desmarca y construye límites más claros) “permitió especificar una zona de producción literaria” (Pates, 2021). No se trata entonces de un género en particular sino de una categoría más amplia que organiza un catálogo que incluye libros de fantasía, de fantasía urbana, de romance, de misterio, de realismo, distopía, entre otros tantos, destinados especialmente “para jóvenes”.

En el marco de la consolidación de los libros YA, *bloggers*, *booktubers* y *bookstagrammers* ocupan un lugar central. Se trata de jóvenes que en distintas redes sociales reseñan sus (muchas) lecturas, comparten novedades editoriales y alientan a leer libros, mayormente vinculados a la industria masiva y a firmas conocidas como “comerciales”. Este es un fenómeno global que en Hispanoamérica encuentra como escenarios claves los casos de México y España. En Argentina la autodenominada “comunidad BBB”, aunque a un ritmo más lento, ha comenzado a vigorizarse y hoy estas/os jóvenes son cada vez más gravitantes para la industria editorial ya que no sólo leen libros, sino que también contribuyen a su circulación e incluso son parte de su producción. Esto se debe a su ingreso cada vez más consolidado dentro de la industria editorial en puestos, no obstante, muy diversos.

Sobre este diagnóstico de situación y atendiendo a la necesidad de elaborar producciones empíricas, este trabajo se abocará a la descripción y análisis de este “mundo editorial” en el que las juventudes son protagonistas. Se parte de asumir que el vínculo entablado con “lo literario” resulta clave en el ingreso a distintos puestos de trabajo o “*hobbie*-trabajos” (en sus propios términos) dentro de esta industria. Cabe advertir que refiero a “lo literario” en un intento por desmarcar la posibilidad de leer de un formato *solo* textual. Lo literario está en las páginas de un libro, pero también es posible *leer* y encontrar tramas literarias en películas, series, videojuegos o hilos de Twitter. Al decir de Albarello (2019), se trataría entonces de una “lectura transmedia”.

3 Datos recuperados de los informes de producción del libro argentino de los años 2014 al 2019 publicados por la Cámara Argentina del Libro obtenidos el 28 de enero de 2021 de: <http://www.camaradellibro.com.ar/index.php/panorama-editorial/estadisticas>

El presente trabajo se centra en recuperar el derrotero de estos jóvenes desde sus inicios dentro de una comunidad de “grandes lectores” hasta su ingreso al mundo editorial deteniéndonos especialmente en la diversidad de tareas y trabajos que realizan, desde un abordaje cualitativo basado en un trabajo etnográfico multisituado que contempla las continuidades entre las esferas *online* y *offline* (Winocur, 2013), y que incluye la realización de entrevistas en profundidad (Piovani, 2018)⁴. Estas últimas serán especialmente retomadas a lo largo de las próximas páginas para ilustrar las ideas que se expondrán. Se busca así recuperar, en primera persona, las voces de las y los actores en quienes centro mi investigación.

Con la noción de “mundo” sigo la propuesta beckeriana de entender el arte (los “mundos del arte” dice el autor) como fruto de un trabajo colectivo. Su objetivo no es hacer sociología del arte sino sociología de las ocupaciones aplicadas al trabajo artístico asumiendo que “al igual que toda actividad humana, todo trabajo artístico comprende la actividad conjunta de una serie -con frecuencia numerosa- de personas” (Becker, 2008: 17). El libro, entendido como una “obra de arte” adviene a través de un proceso que involucra una extensa red de personas y que se rige por distintas lógicas, convenciones y valores. Prestar atención a las tareas que las y los más jóvenes realizan dentro de esta industria supone un intento por empezar a pensar este “mundo de la edición” en el que placer, lecturas, tecnologías y trabajo se mixturán de formas novedosas e interesantes.

2. ¿Quiénes son las y los “grandes lectores”?

Antes de continuar, quiero señalar que este trabajo forma parte de una investigación doctoral en curso que se propone caracterizar los vínculos que establecen las y los jóvenes con lo literario, con el fin de reconstruir los sentidos y las prácticas que allí se ponen en juego. En línea con lo que sostengo en el primer párrafo de este artículo, esto supone el cruce de dos áreas temáticas: los estudios sobre prácticas de lectura, y aquellos sobre la apropiación de nuevas tecnologías digitales. En ese marco, he propuesto pensar en las y los actores en quienes centro mi investigación como “grandes lectores”. Un concepto que surge como espejo de la categoría propuesta por Bahloul y su equipo en *Lecturas precarias. Estudio sociológico sobre los “poco lectores”* (2002 [1980]). Aquel trabajo puso de manifiesto que la idea de “poco lectores” resultaba

4 Lo presento en estos términos ya que fue el encuentro con mis interlocutores en eventos y actividades en el marco de la Feria del Libro lo que habilitó mi “acceso al campo”. Acercarme a ellas/os, hablar, pedirles sus correos o teléfonos me fue abriendo puertas y garantizando contactos para la posterior realización de entrevistas. En ellas, cada BBB me facilitó nombres de colegas y amigos: “si o si tenes que entrevistar a tal” solía escuchar. Luego, al volver a encontrarnos en eventos públicos, la *buena onda* generada en nuestros intercambios personales me permitió compartir con ellos la espera para la presentación de libros o sentarnos cerca y conversar durante una actividad organizada en la feria. Así fui ampliando el número de interlocutores, por lo que la modalidad empleada para la selección de mis interlocutores fue a través de la técnica “bola de nieve” con un criterio de “muestreo oportunista” (Burgess en Piovani, 2018).

problemática y mostró que era necesario analizar las variaciones cualitativas en la relación con el libro, poniendo en tensión el enfoque negativista generalmente admitido en la “poca lectura”. En mi investigación, podría sonar evidente hablar de “grandes lectoras/es” pues las y los jóvenes de la comunidad BBB se definen como “muy lectoras/es” y dado que leen más de 25 libros al año también podrían analíticamente presentarse así (Bahloul, 2002: 20). Sin embargo, opto por nombrarlas/os de esa forma no *sólo* por la cantidad de libros leídos (lo que es un dato significativo entre ellas/os) sino por lo que implica en sus vidas esa práctica y por el vínculo que generan con “lo literario”. Un vínculo en el que la apropiación de tecnologías digitales se vuelve cada vez más una parte constitutiva.

A su vez, cabe precisar que el concepto de vínculo es entendido, siguiendo la perspectiva propuesta por Hennion (2010, 2012) y deudora de los aportes de De Certeau (2000), como una construcción que no se efectúa al margen de los mediadores que pueblan el mundo artístico. En una propuesta que se desplaza desde la sociología de la cultura y la música hacia la sociología de la “escucha” (Hennion, 2010, 2012), entendiendo esta última en su carácter activo y performático. El vínculo supone así una actividad reflexiva, colectiva e instrumentada. Desde este enfoque se otorga centralidad a aquellas categorías del orden de lo subjetivo y lo sensible, preguntándonos por lo que las prácticas culturales significan para quienes se vinculan con ellas y de que maneras lo hacen. En este caso en particular, se trata de ver las implicancias de ese vínculo con lo literario a la hora no sólo de leer libros sino de pensar como contribuyen a hacerlos, comercializarlos, venderlos.

Si bien esta comunidad BBB está conformada por un colectivo heterogéneo, es posible advertir ciertas recurrencias: son jóvenes (sobre todo mujeres) que tienen, en su mayoría, entre 18 y 30 años de edad, que habitan en Ciudad de Buenos Aires o en su región metropolitana junto a sus padres (los más jóvenes) o sus parejas, que tienen un buen nivel de inglés (leen y ven series en ese idioma), poseen celulares de alta gama con buena conectividad a Internet y buenas cámaras para tomar fotos. Otro rasgo dominante, y en gran parte el “secreto de la fórmula” para estas reseñas compartidas en redes, está en que las hacen como lectoras y lectores apasionados, desde un lugar completamente subjetivo y que no busca en absoluto, como ellos mismos sostienen, situarse del lado de la crítica literaria. De acuerdo con Albarello *et. al* (2020), quienes sostienen un argumento similar, el fenómeno *Booktube* (diría aquí que a la comunidad BBB en general) se sitúa “entre el canon y el *fandom*⁵” porque si bien se vinculan con el mercado editorial

5 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* de una historia para enmarcarse como parte de un colectivo (Torti Frugone y Schandor, 2013).

legitimando así una práctica canonizada, lo hacen como *fans* apasionadas/os. Además (y aquí estará puesto el eje de este trabajo), de una u otra forma muchos de los actores que intervienen en este campo y que han crecido como “grandes lectores” o consumidores de esta “industria pop” (como ellos la llaman), hoy se insertan en el mercado laboral siendo parte del área de prensa o *community manager* de alguna empresa del mundo del entretenimiento, trabajando en radios o portales informativos orientados a una audiencia consumidora de estos productos y formatos, o en trabajos más “tradicionales” como la docencia en Letras o Idiomas, pero siempre asumiendo que dicha elección tiene relación con ese interés por lo literario. Por supuesto, como ya fue dicho, también hay quienes logran obtener puestos de trabajos (rentados y no) dentro del mundo editorial. Esta presentación se centrará entonces en este último grupo, en un intento por comenzar a delinear sus perfiles, sus trayectorias y el impacto de su trabajo en la producción, circulación y oferta de los libros que leen, hacen y venden estas/os jóvenes⁶.

3. Breve historia de una comunidad

Decía entonces que la expansión de las tecnologías digitales supuso una revolución en las formas de acceso a la lectura. Así han surgido *e-books*, audiolibros o 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 ha permitido la consolidación de diversas comunidades en línea en torno a “lo literario” cuyos orígenes pueden rastrearse en la participación en foros *online* a comienzos de los años 2000 (Aller y Cuestas, 2020). El caso de la saga Harry Potter (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. Dos décadas después, HP sigue siendo de los libros más vendidos dentro de lo que con el tiempo se llamaría YA. De hecho, de acuerdo con Pates (2021), HP fue uno de los “libros que abrieron camino” dentro de este nicho de producción literaria.

La popularidad de los foros coincidió con el momento de publicación de los libros de la saga (1997-2007) por lo que actuaron como un lugar de contención esperando por la salida de los siguientes tomos de la historia. No sólo se trataba de debatir sobre lo sucedido sino, y sobretodo, de especular entre *potterheads*⁷ respecto del contenido de los siguientes libros. Con el tiempo,

6 En esta misma línea se encuentra el ya mencionado libro de Albarello *et. al* (2020), que condensa un trabajo realizado desde hace años, así como las investigaciones de Saez (2019), Pereyra (2019), Pates (2021) o la realizada junto a la primera de ellas (Cuestas y Saez, 2020); lo que evidencia un creciente interés por estos temas en el plano local.

7 Forma en que se autodenominan las y los seguidores de esta historia.

muchos niños y niñas que crecieron leyendo sagas como HP y otros libros de literatura masiva (de la mano de diversos “consumos *pop*”) han encontrado la posibilidad de hacer (aún más) visible sus experiencias lectoras en distintas redes sociales. *Wattpad* y *Goodreads*, redes especialmente dedicadas a compartir historias y reseñas de libros, dan cuenta de este proceso.

Así, no sólo HP abrió un camino (Pates, 2021) en el fenómeno YA sino que además esas experiencias *online* de su *fandom* pueden ser consideradas una suerte de antecedente para la conformación de comunidades como la BBB. La regularidad de la participación en foros, las amistades surgidas durante largas noches chateando *en línea* son claramente la fase “prehistórica” de fenómenos como los que vemos en la actualidad. Pongo, por ejemplo, el caso de Melisa Corbetto, editora en VR Editoras y directora del sello YA, quien en una entrevista comentaba que sus primeras experiencias en el uso de tecnologías digitales para compartir lecturas fueron cuando, de pequeña, creo un *Fotolog*⁸ con una amiga para explayarse sobre su afición por la saga de J.K. Rowling. Más adelante,

cuando fue el boom de Crepúsculo con una amiga teníamos un grupo de MSN⁹ de Crepúsculo y después mutó a un foro porque los grupos de MSN cerraron. Y ese era super popular. Crepúsculo estaba como en auge. Nos había recomendado la autora entonces teníamos un montón de seguidores. Y es como que por eso derivo a blog también (Fragmento de entrevista con Melisa, mayo de 2019, CABA).

Fue gracias a ese *blog*, en el que empezó a comentar su (apasionada) opinión sobre los distintos libros que iba leyendo, que con el tiempo empezó a ser tenida en cuenta por las editoriales y, más adelante, ella misma se decidió por estudiar Edición. Si bien el de Meli fue uno de los primeros *blogs* del país y hoy es una de las principales referencias del sector, su experiencia no es un caso aislado. Leonel Teti, compañero de la carrera de Edición de Meli, también tiene una trayectoria como *blogger* y hoy dirige el sello Puck de la editorial Urano (luego de su paso por VR). Federico Vallota, otro reconocido *blogger*, formó parte del área de *marketing* de editorial Planeta hasta mayo de 2019. Matías G.B., el primer ganador del premio a “*booktuber* de la feria”¹⁰, en 2015, trabaja para el grupo Penguin Random House (PRH). Y la lista de nombres

8 Una red social ampliamente utilizada durante la década del 2000 que permitía a sus usuarios compartir sólo una fotografía por día acompañada de un mensaje y en la que se podían recibir comentarios.

9 Dentro de la red social de mensajería MSN, existía la posibilidad de crear grupos, una suerte de comunidad en línea en la que debatir con personas con intereses afines. Este servicio dejó de funcionar en el año 2009.

10 Un concurso que se realiza cada año en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires y cuyo ganador es elegido por el público a través de las redes.

continúa, mucho más allá de las principales caras visibles del fenómeno. Todas y todos ellos jóvenes que hoy tienen menos de 30 años de edad. Así, el mundo de los BBB se caracteriza entonces hoy por no ser un entramado “meramente recreativo” sino por permitir modelar recorridos en torno a determinados caminos educativos y laborales. Pero volvamos un poco más sobre aquellos comienzos, antes, mucho antes de que estos jóvenes tuvieran un papel (tan) gravitante en el “mundo de la edición”.

De los foros de discusión, entonces, se dio paso a la creación de *blog* personales sobre libros. El fin ya no era sólo debatir con otras y otras sobre un libro sino sentar una posición sobre esa lectura. Meli, por ejemplo, cuenta que creó su blog porque...

empecé a entrar y eran la mayoría de España y de México. Y todos eran unos chupamedias [risas]. Yo no sabía en ese momento que las editoriales les daban libros, y todos hablaban de los mismos libros y todos decían lo mismo, lo mismo, lo mismo. Y yo dije “esto necesita una persona más anti” [risas]. Y como no encontré así nada muy que se adaptará a mis niveles de crítica dije “me voy a hacer un blog yo” y me lo hice (Fragmento de entrevista con Melisa, mayo de 2019, CABA).

Si los *blogs* fueron claves en un primer momento, en el año 2008, surgirían las primeras experiencias de *Booktube* en Estados Unidos sin que esto implicara un abandono del formato escrito, pero sí diversificando las modalidades para reseñarse libros. En Argentina, el fenómeno comenzó a expandirse más tarde y con otro ritmo y alcance. En México o España (por pensar sólo en países de habla hispana) hay *booktubers* como Clau Read Books con más de 560.000 seguidores o Javier Ruescas con unos 300.000¹¹, mientras que los representantes locales con más seguidores tienen alrededor de 25.000. En aquellos países, el *boom* tuvo lugar a comienzos de la década del 2010; en Argentina, la expansión comenzó a darse recién en 2014. Ese fue también el año en el que desde Fundación El Libro, organizadora de la Feria Internacional del Libro (FIL) de Ciudad de Buenos Aires (CABA), se convocó por primera vez a una figura de renombre internacional especialmente para el público juvenil. Se trató del autor James Dashner, creador de la saga *Maze Runner*. Cristina Alemany, una de las principales referentes en esta “Movida Juvenil”¹² que comenzó a gestarse en la FIL, sostenía al respecto:

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

12 Con el tiempo este fue el sello que llevaron las actividades promovidas desde la Coordinación Juvenil de Fundación El Libro en la que participan editoras con distintos perfiles pero todas vinculadas al universo YA. Ese sello se transformó rápidamente en el *hashtag* #MovidaJuvenil promoviendo otro alcance y difusión del fenómeno a través de las redes.

Había una especie de vacío y a partir de eso creo que todas las editoriales empezaron a notar lo que pasaba, después de la visita de Dashner a la feria del libro incluso, que fueron miles, y miles, y miles de chicos. Que claro, ¡nadie, nadie hacía un evento para ellos! Y entonces vinieron todos juntos a la misma hora, al mismo lugar, y teníamos 8.000 chicos que vinieron del exterior incluso, del interior, que era algo que no sabíamos bien cómo manejar y que la feria tampoco sabía bien cómo manejar, pero que dio una idea de la dimensión que era el fenómeno y bueno todas las editoriales empezaron a publicar literatura juvenil, a fijarse más en los autores juveniles, a fijarse en los bloggers, en los booktubers, después vendrían los bookstagramers [...] Me gustaba por un lado la inocencia que tenían algunos y la desfachatez que tenían otros que son geniales yo que decía, “huy, ¡mira si todo esto hubiera existido cuando yo tenía 12, 13, 14 años! ¿Cómo me perdí esto? ¡Por favor!”, entonces dije “no, ¿Por qué me lo voy a perder?” [Risas] Lo voy a vivir ahora” (Fragmento de entrevista con Cristina, agosto de 2018, CABA).

Al año siguiente, en 2015, tuvo lugar el “Primer Encuentro Internacional de *Booktubers*” en la misma feria. Pero antes de que las editoriales o actores como Fundación El Libro (organizadora de la FIL) intervinieran alentando estas prácticas, las y los propios jóvenes con *blogs* y canales de Youtube sobre libros ya se nucleaban en grupos de Facebook como “*Bloggeros Unidos Argentinos*” o la “Comunidad *Blogger* de Argentina”. En paralelo así mientras el fenómeno de los BBB crecía, subían también las ventas de juvenil de las distintas editoriales. En 2019, el “Encuentro de *Booktubers*” celebró su quinta edición con la presencia de figuras internacionales (los mexicanos Clau Ramírez -del canal Clau Read Books- y Alberto Villareal). Como se ve, Fundación El Libro (organizadora de la FIL y de estos encuentros), también tiene un rol significativo en la consolidación de estas experiencias juveniles de lectura.

Finalmente, complementando esta trilogía de “B’s” a mediados de la década del 2010 aparecería el fenómeno de los *bookstagrammers*. 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 Melisa, mayo 2019, CABA). Resulta fácil coincidir con este diagnóstico: mientras que el *blog* de Meli “Lee, sueña, vuela”, activo desde 2011, tiene un poco más de 4.000 seguidores (siendo uno de los más reconocidos en el país), son varias las cuentas de *bookstagram* que hoy superan ese número de seguidores: @alvinbooks con 9,437; @lamaleluna con 11.700; @locaxlibros con 15.800, @queleoar con 37.500, entre otros tantos¹³.

13 Estas cifras fueron recuperadas el día 28 de enero de 2021.

Si “en la variedad está el gusto” como reza el refrán popular, la diversidad de opciones para compartir experiencias lectoras, subsiste sin eclosionar: un verdadero ecosistema digital, como remarcan Albarello *et. al* (2020). Meli, en la Convención *Blogger* de la última edición de la FIL, lo planteaba en estos términos:

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 de 2019, CABA).

En mayo de 2019, en la quinta 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 (Notas de campo del “Encuentro de *Booktubers*”, mayo de 2019, CABA).

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. Sin embargo, mientras se da este proceso de “salida en *Booktube*” son muchas las cuentas en Instagram que se abren centrándose especialmente en libros. Asimismo, en los márgenes de esta “comunidad” son cada vez más las y los adultos que emulan estas prácticas que los jóvenes vienen llevando adelante hace años para promover e incentivar la lectura. Florecen así nuevas cuentas con características que ya son habituales entre jóvenes de *booktube* o *bookstagram* (según el caso) pero con un perfil “más adulto” y “más serio”¹⁴, algo que como señala Tomasena (2020b) se expandió aún más producto de las medidas sanitarias de prevención por el avance del virus Covid-19 que llevaron a las personas a pasar mucho más tiempo en sus hogares.

Vemos entonces una suerte de comunidad en (casi) permanente actualización que navega con fluidez dentro de este “ecosistema digital”. Una comunidad que va adaptándose e incorporando las últimas novedades digitales para pensar sus canales y sus cuentas y “*no quedarse atrás de lo que dicta el mercado*” como decía Meli en un vivo de Instagram a mediados de 2020. Estas transformaciones se dictan, en consecuencia, en un proceso en el que las y los BBB son protagonistas pero que involucra también a las editoriales y a otros actores como Fundación el Libro. En el próximo apartado describiré en mayor detalle qué pasa cuando aquellas lecturas, aquellos juegos que inician como un “simple *hobbie*” como la creación de un MSN o navegar en foros, toman otra dirección ¿Qué hacen estas y estos BBB en el “mundo de la edición”? Siguiendo a Becker (2008) desarmaremos “la cocina del libro” para reponer la complejidad de sus tramas.

4. De las redes a la edición y de la edición a las redes

4.1 Colaboradoras/es

En un primer peldaño y casi como un rito iniciático, casi todas/os las/os miembros de la comunidad BBB reciben colaboraciones de editoriales para promocionar sus libros. VR, Planeta,

¹⁴ Por citar solo un caso se encuentra la muy interesante propuesta llevada adelante por la periodista Cecilia Bona en @porqueleerok fruto del cual ya publicó su primer libro: una suerte de manual para docentes y otros mediadores culturales para “invitar a leer a “nativos digitales” como reza su título.

PRH, Urano, por señalar solo algunas y las más nombradas en el sector¹⁵, envían mensualmente sus novedades editoriales. El envío puede ser por correo o (lo que es cada vez más habitual) puede ser que estos jóvenes reciban un mail o un mensaje de WhatsApp para pasar por la Editorial a buscar sus ejemplares de forma gratuita. Como contrapartida, deben mostrar en sus canales o cuentas ese material. Generalmente, la tarea consiste en leer el libro y publicar la reseña; sin embargo, en muchos casos, y especialmente en el último tiempo para las/os *bookstagrammers*, también es habitual ver *Instastories* de jóvenes abriendo los paquetes recibidos desde la editorial para mostrar su contenido, pero sin un detalle de la trama del libro¹⁶. Estas publicaciones suelen ir acompañadas de algún *hashtag* (como #instabooks, #libros, #booklove, #youngadult, ente otros específicos relativos al libro que están compartiendo) y siempre se etiqueta, arroba o menciona a la editorial que hizo la colaboración. Esto, a su vez, permite que la editorial pueda compartir estas publicaciones.

Su desempeño, como mediadores de la lectura (García Canclini *et. al* 2015; Albarello *et. al*, 2020), es clave para las editoriales ya que se aseguran, de ese modo, la llegada a un público que no lee las reseñas de las secciones culturales de los principales diarios ni confía en las críticas de “especialistas” sino en la de sus pares. Como vengo sosteniendo, siguiendo a estos autores, es en esa “impresión apasionada” sobre el libro y no en la “crítica especializada” que se asienta un contrato implícito entre la o el BBB y sus seguidores.

Este intercambio es visto desde la perspectiva de las/os miembros más nuevos (y generalmente los más jóvenes) de la comunidad de forma positiva:

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 divertido y también nos dan muchas oportunidades a nosotros totalmente gratuitas 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

15 Pates (2021) también coincide en señalar la concentración de la producción Young adult en estas cuatro firmas.

16 Este tipo de experiencias son conocidas como *Unboxing* y no son específicas del universo BBB sino que es habitual entre *influencers* y personas famosas en sus redes personales. No obstante ello, en el caso particular de las y los BBB las editoriales han sabido capitalizar esta práctica y le otorgan centralidad entre sus estrategias de promoción y *marketing*.

nos va a conseguir más oportunidades por tener más seguidores (Fragmento de entrevista con Natalia, febrero de 2019, CABA).

Esa suerte de círculo virtuoso a la que refiere Natalia (la misma Naty que fue elegida *booktuber* de la FIL en 2018 y que hoy es estudiante de Comunicación Social) es percibida de igual modo por otras/os miembros de la comunidad: a medida que tienen más seguidores en sus cuentas, más probabilidades hay de que las editoriales colaboren con ejemplares, esto les permite compartir las últimas novedades y de ese modo sumar (o al menos mantener) la cantidad de seguidores.

Para colaborar te piden seguidores, para tener seguidores tenes que estar mostrando las novedades todo el tiempo. Y o te gastas un dineral por mes en libros para mostrar las novedades y hacer las reseñas y ganar seguidores o seguís reseñando los libros que te llegan, cuando te llegan, cuando los puedes comprar, que ya la gente se olvidó. Hay veinte novedades juveniles por mes, si vos venís dos meses tarde con una novedad ya a la gente no le llega lo mismo. No te va a comentar. Ya leyó las otras, ya no te lee la tuya (Fragmento de entrevista con Belén, junio de 2019, CABA).

En el caso contrario, con pocas/os seguidoras/es, difícilmente sean considerados por las editoriales, más aún en los últimos años cuando la cantidad de cuentas y canales sobre libros ha ido creciendo exponencialmente. El círculo virtuoso puede devenir entonces en un círculo vicioso que dificulte ver en los perfiles de quienes son miembros de la comunidad BBB, libros que no sean aquellos dados por las editoriales para “no quedar afuera”. Ya advertía como, en su trabajo de investigación sobre *booktubers*, Albarello *et. al* referían con mucha claridad a esta tensión “entre el canon y el *fandom*” que bien vale para ilustrar también estos círculos: “los *booktubers* se mueven entre el canon literario, dictado en gran medida por los libros que las editoriales les envían para reseñar y el fanatismo por las historias que siguen” (2020: 74).

Con todo, podríamos reconocer en este primer grupo a aquellas personas que, sin recibir un salario a cambio, sostienen, en gran medida, el circuito de consumo y circulación literaria de las y los BBB. Así, lo que empieza siendo un pasatiempo se vuelve con el tiempo una suerte de trabajo:

Empezó siendo totalmente hobby y creo que se convirtió en un hobby-trabajo hace uno o dos años porque vos te das cuenta también que las editoriales hacen un uso de vos y si bien todavía tenemos esta batalla de “nos deberían pagar por leer y hacerles publicidad” porque hay gente que se dedica a eso directamente, a reseñar libros y les pagan por leerlos. Pero, por otro lado, entendemos que no somos especialistas, entonces por eso no (Fragmento de entrevista con Natalia, febrero de 2019, CABA).

La falta de un salario, de cualquier modo, no implica una falta de retribución: la posibilidad de brindar charlas (que a veces si son pagas), de hacer viajes (con los gastos cubiertos) a otras ferias del libro del país, de poder entrevistar a sus autoras/es favoritas/os es percibida como una recompensa no solo simbólica, sino que, a largo o mediano plazo, puede habilitar la incorporación a otros puestos laborales.

4.2 Community Manager

Asimismo, en general, las cuentas de los sellos o las editoriales son administradas por jóvenes BBB que se suman a esta tarea trabajando desde sus casas como *community manager* (CM). La posibilidad de formar parte del área de prensa o *marketing* de una editorial es un salto muy grande para cualquier joven lector. En general, consiste en una tarea por la cual no reciben un salario elevado (de acuerdo con sus propias percepciones) ni una forma de contratación a largo plazo con las editoriales, pero si se trata de una posibilidad de trabajo remunerado a diferencia de la sola “colaboración”. “Pegarla” con un *blog* o canal propio, así como los contactos establecidos con quienes ya están ocupando cargos en alguna editorial es, en general, la llave de acceso a estos puestos de trabajo. Pero para ello es clave el conocimiento, la *expertise* y el manejo de distintas redes sociales. Fede Vallota, reconocido *blogger* dentro de la comunidad, recordaba en una entrevista sostenida con la colega Victoria Saez sus orígenes en el mundo editorial siendo ya estudiante de *Marketing*. Por entonces, en el año 2015, la posibilidad de trabajar con editoriales se le presentó como una suerte de epifanía ya que, en un principio, no dimensionaba que su carrera podía traerle beneficios en ese mismo ámbito del cual él ya era parte por su pertenencia a la “Comunidad *Blogger* Argentina” desde el 2013. Decidido a no trabajar en una agencia de publicidad, una docente de la carrera le señaló que podía trabajar en el mundo de la edición. Así fue como empezó a repartir su currículum en editoriales a las cuales ya conocía como colaborador e incluso como evaluador y logró trabajar por un tiempo en una editorial mediana como asistente de una CM.

Entonces yo era el CM de la noche. Yo cursaba y mientras trabajaba. Me ponía la alarma entonces yo tomaba notas mientras subía los posteos. Como no existía esto de programarse los posteos que hay ahora en las redes sociales yo tenía que subir. Me aparecía un cartelito y ahí me ponía a publicar y responder (Fragmento de entrevista de Victoria Sáez a Fede, agosto de 2020, modalidad virtual).

La tarea que describe Fede tanto como ese cambio en los últimos años dado por la posibilidad de programar el contenido para su publicación automática, es una actividad cada vez más extendida entre miembros de la comunidad BBB. En diciembre de 2019 entrevisté a Florencia, estudiante de Comunicación Social y CM de Urano, y durante nuestra charla reiteradas veces

tuvimos que frenar para que ella revisará la actividad de sus *posteos* ya que estaban publicando una serie sobre Navidad y tenía que estar atenta a eso:

hay veces que pero ya te digo hay veces que tengo que estar atenta al celular y tengo que aguantarme los comentarios de “ay, sos adicta al celular” que igual es cierto porque me fascina Internet, el celular, todo, pero también es una cuestión de trabajo y los adultos piensan que cuando estas con el celular o con la compu estas boludeando, jugando a los jueguitos, y no es así (Fragmento de entrevista con Florencia, diciembre de 2019, La Plata).

La actividad como CM o de forma más general en las áreas de *marketing* puede llegar aún más lejos. Fede, con una formación específica en ello, hizo una propuesta al Grupo Planeta que con los años consolidó toda una identidad en la editorial:

Yo estaba en la parte de marketing, era asistente de toda el área y del gerente de marketing de ese momento, le ordenaba la agenda, esas cosas. Ya me habían dicho que el laburo era muy administrativo, yo tenía que recibir facturas, pasarlas para que las paguen, ayudar en alguna que otra cosa, pero nada más. Y en ese momento yo me empiezo a aburrir un poco, es la verdad y entonces en mi tiempo libre empecé a hacer otras cosas, porque si ya había terminado mi trabajo mi jefe me dejaba hacer otras cosas en la computadora. Entonces empecé a pensar en qué podíamos hacer en el mundo juvenil. Para mí a Planeta le faltaba en ese momento la parte de explotar lo juvenil. Y encima yo ya había trabajado para Planeta antes como freelance, leyendo libros, etc. y eso, entonces yo decía que les faltaba una chispita. Y les propuse, “che quieren que los ayude en la parte juvenil, en las redes, a programar, a publicar algo, a responder los mensajes...?” Y ahí la chica de redes me dice “sí, claro, porque yo no doy abasto, no puedo”. Entonces ahí me puse a contestar mensajes y me tomé el trabajo de contestar todos los mensajes pendientes, que eran como de tres meses atrás. Mensaje que llegaba, mensaje que respondía. Intenté limpiar la bandeja de entrada como mostrar un cambio en el servicio que le dábamos al cliente. Y lo hice. Y después les dije a los de Planeta “che, ¿y si hacemos redes juveniles?” Y finalmente el 14 julio de 2016 me dejaron crear la red juvenil “Los chicos no leen” (Fragmento de entrevista de Victoria Sáez a Fede, agosto de 2020, modalidad virtual).

Hoy en día, esta red cuenta con más de 6mil seguidores en Twitter y casi 20mil en Instagram. El nombre busca interpelar tanto a chicas y chicos que “enojados” plantearan que efectivamente ellas/os si leen; como a madres y padres preocupados por la falta de lectura en sus hijos: “*era intentar llegar a ambos de una manera u otra, a los chicos desde el humor y a los padres desde la preocupación*” (Fragmento de entrevista de Victoria Sáez a Fede, agosto de 2020, modalidad virtual).

Vemos así como aquellos primeros pasos en colaboración con una editorial, pueden derivar con el tiempo en una trabajo en su área de prensa en un contexto en el cual se le otorga un rol

cada vez más alto dentro de esta industria en general (Saferstein, 2018). Los casos de Fede y Flor no son aislados y los nombres de BBB resuenan cada vez más en los pasillos del sector de *marketing* en los cuales estas y estos jóvenes se mueven pasando de una a otra firma.

4.3 Evaluadoras/es

La mayor parte de los libros que se encuentran en el sector Juvenil de las grandes cadenas de librerías (*Yenny, El Ateneo o Cúspide*) son traducciones del inglés. Hay un fuerte predominio en el sector de ciertos géneros, autores y de las publicaciones estadounidenses. Sin embargo, para que esos libros lleguen a nuestro país hay un arduo trabajo de *publishers*, traductores y evaluadores. Luego de que un editor *publisher* (ya nos detendremos en estos actores en particular) considera que un libro puede ser publicado en nuestro país (o para el mercado en el cual trabaja) y que sus derechos pueden ser adquiridos, la tarea consiste en analizar el impacto que puede tener entre potenciales lectores. Para ello, las editoriales contratan a evaluadoras/es que se dan a la tarea de leer los manuscritos (generalmente en el inglés original) y dar una opinión al respecto.

Evaluar manuscritos es leer el manuscrito original y hacer informes de lecturas. Para que puedas orientar más o menos si vale la pena (...) lo que se hace es hacer un análisis de la obra, primero contar de qué se trata (...) [mientras habla me muestra un formulario de Evaluación, que es en realidad un documento de Word con un cuadro con campos a completar] es como que es bastante sencillo: tiene resumen de la trama, de la obra que destaca, vas calificando todo lo que es la obra en sí, el ritmo, los puntos débiles, los puntos flojos, una evaluación comercial que acá está un poquito tirada de los pelos [se veía que eran solo 4 renglones cuando en todos los otros, quien evaluó, había escrito al menos 15 líneas]. Y no se, es un trabajo lindo este. Para los chicos que empiezan con edición está bueno. Hay muchos chicos que eran compañeros míos o algunos que me escriben que están terminando la carrera y quieren ir como insertándose (Fragmento de entrevista con Melisa, mayo de 2019, CABA).

Tal como lo describe Meli, que como vimos hoy es directora del sello YA de VR y quien también dio sus primeros pasos como colaboradora y evaluadora, este es un trabajo ameno para quienes, como ella, están habituadas/os a leer. Por ello, muchas/os de quienes evalúan libros para sellos editoriales juveniles no son críticos especializados sino las/os propias/os BBB. Evaluar es algo que, de hecho, hacen en la práctica al compartir sus reseñas, solo que en este caso deben ajustarse a los campos solicitados en los formularios enviados por las editoriales¹⁷. Al mismo

17 El formulario a completar es un documento de Word siguiendo un modelo FODA: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. El mismo contiene, en consecuencia, los “puntos fuertes” del manuscrito (campo que se completa en color verde), aquellos aspectos que llaman la “atención” (a

tiempo, no es un trabajo únicamente acotado a quienes estudian o estudiaron la carrera de Edición, sino que cualquier BBB que colabora con una editorial y tiene cierta trayectoria como lector(a) reconocida por sus pares (y especialmente por pares que trabajan en editoriales) puede hacer esta tarea.

Como en casi todas las decisiones que se toman desde estas editoriales que emulan prácticas de grupos editoriales norteamericanos, es cada vez más habitual apelar a lectoras/es “especializadas/os” en ciertas temáticas para que den su opinión. Florencia, quien en su *blog* y Twitter comparte apreciaciones especialmente sobre libros con temáticas LGBT o feministas, comentaba al respecto:

Es cierto que sobretodo en el último año, año y medio, y sobretodo VR y Urano que son con los que más trabajé, me dan específicamente cosas LGBT, feminismo o ponele temáticas relacionadas a todas estas luchas... Eso en EEUU se llama “lectores sensibles o de sensibilidad” que son ponele a una lectora, evaluadora, negra de clase baja le dan libros específicos de gatillo fácil, que se yo, como para que lea eso y diga “¿vos que ves ahí?”. Acá están haciendo un poco lo mismo (Fragmento de entrevista con Florencia, diciembre de 2019, La Plata).

Aunque también puede ser que les den a evaluar manuscritos completamente opuestos a sus intereses para medir, justamente, qué impacto puede tener en jóvenes no habituados a ciertas lecturas. La misma Flor me comentaba que, en su caso (aunque de manera menos frecuente), le ha tocado evaluar libros de fantasía, género que declara explícitamente en sus redes no gustarle. La tarea de los evaluadores es entonces, entre muchas/os miembros de la comunidad BBB, como una primera inserción en el mundo editorial y por la cual reciben una remuneración. Pero también lo es para quienes, al mismo tiempo, se encuentran estudiando la carrera de Edición:

En este mes ya hice dos evaluaciones. Me encantó y además ella [Meli] fue muy sincera de decirme, está bueno porque son los primeros trabajitos que se les ofrecen a los bloggers dentro del mundo editorial”. Entonces está bueno. Suma al curriculum el día de mañana...

completar en amarillo) y los “puntos flojos” del texto (a completar en rojo). Luego se solicita información más específica sobre la “competencia” que puede tener el libro guiado por preguntas como: “¿Hay obras similares en el mercado? ¿Cuáles? ¿Por qué? ¿Tiene elementos que les permitan diferenciarse? (incluye libros ya publicados por la editorial)”; sobre el “autor” con preguntas como: “¿Tiene otras obras publicadas? En promedio, ¿qué tipo de críticas tiene? ¿Es un autor popular con el público juvenil y en las redes sociales?”; se solicitan “referencias” a historias similares: “¿Te recordó de alguna forma a alguna película, serie de televisión reconocida?”; también se consulta si “Según tu criterio, ¿se inclina más a lo comercial o a lo literario?”. Por último, se solicita un “comentario final” sobre el texto, justificando porque vale (o no vale) la pena su publicación.

Y además me permite eso: ver un poco más del día a día de la editorial que no lo veo tanto en la Facultad (Fragmento de entrevista con Noelia, mayo de 2019, CABA).

Como menciona Noelia, la posibilidad de evaluar manuscritos no solo tiene un valor económico (por su remuneración económica) sino que también permite conocer en primera persona y “desde adentro” algunas lógicas de trabajo al interior del mundo de la edición.

4.4 Editoras/es

Otra de las primeras experiencias laborales que tienen muchas/os BBB es la de trabajar corrigiendo textos. La tarea consiste en leer los manuscritos (en este caso en español), reconocer y marcar errores, corregir oraciones o reemplazar palabras si el sello y su director(a) lo permiten. Si la instancia de evaluación corresponde a una interfase entre la preedición y la edición del libro, el trabajo con los manuscritos es, claramente, parte de la edición que comprende además el proceso de traducción y las posteriores instancias de diseño, maquetado, corrección de galera y demás pruebas por las que pasa el texto antes de llegar a la imprenta. En ese sentido, en la charla-taller *online* “La cocina de VR YA” que tuvo lugar a través de la plataforma Zoom durante la pandemia por el covid-19 Meli Corbetto, en tanto directora del sello, junto a editoras y diseñadores contó parte de este proceso que implica la publicación de un libro refiriendo a la complejidad que reviste la etapa de edición. Desde su punto de vista, la tarea de quien edita tiene la complejidad de realizarse en conjunto con la traducción para tomar decisiones, definir criterios (como el uso del español neutro, o de forma más concreta la adopción de un término u otro para referir a una idea o cosa), armar glosarios de conceptos, entre otros. En algunos géneros, como en los libros de *fantasy*, recurrir a un glosario se vuelve esencial para evitar errores en la traducción y edición del texto. En muchos casos, editores y traductores trabajan en paralelo sobre el mismo borrador, aunque esto no sea lo ideal. El trabajo con el texto implica, asimismo, una tarea minuciosa de edición en *Word* con la herramienta “Control de cambios” o “Comentarios” con un formato homologado en cada editorial en relación, por ejemplo, al uso de comillas y uso de mayúsculas en los diálogos, el tratamiento con las líneas huérfanas y viudas¹⁸, entre otros.

A diferencia del trabajo de evaluadoras/es, en este caso, las ofertas laborales llegan especialmente para quienes estudian Edición o tienen una formación al respecto, pues como advertía una editora egresada en esta carrera en la UBA:

se supone que tenes que tener una formación, no solo de edición porque de hecho la materia de corrección es una cuatrimestral y la verdad no te da todo lo que necesitas,

¹⁸ Una línea huérfana es la que queda sola al inicio de un párrafo pasando el resto de las líneas del párrafo a la página siguiente. Al contrario, una línea viuda es una línea que pertenece al final de un párrafo y que queda sola al principio de una página.

mucho lo vas adquiriendo con la experiencia. También hay correctores, ahora no me acuerdo cual es, pero hay un instituto privado que se especializa en corrección, así que ahí también hay bastante trabajo y suele ser más de alguien que estudió algo. Solían dárselo a los que hacían Letras porque no existía esta figura como del corrector. Entonces solía caer en los de Letras. Pero tampoco necesariamente estaban bien formados para eso (Fragmento de entrevista con Erika, julio de 2019, CABA).

Inclusive, esta experiencia puede darse como parte de una pasantía en el mismo trayecto formativo de la carrera (aunque en este caso puede ser sin una remuneración salarial), como le pasó a la entrevistada en su último cuatrimestre de cursada. De cualquier modo, como ella misma señala en el fragmento seleccionado, la posibilidad de acceder a esta oportunidad laboral se presenta por poseer ciertas credenciales educativas pero, al mismo tiempo, se va perfeccionando a medida que se gana *expertise*, lo que habilita, a largo y mediano plazo, nuevas ofertas de trabajo. Cabe advertir que la tarea de edición con el manuscrito es asumida por personas que trabajan de manera *freelance* en la gran mayoría de los casos.

4.5 Publishers

La tarea del corrector es la que habitualmente resuena en nuestros imaginarios cuando pensamos en la figura de un(a) editor(a). Es ese trabajo solitario de lectura minuciosa y criteriosa, casi obsesiva. Sin embargo, en inglés existen dos nociones para referirnos al “editor”. El primero remite a la tarea asociada con la persona que “maneja los textos”: que edita y corrige tal como describía en el apartado previo. Pero, en segundo lugar, la palabra “editor” también refiere al *publisher*: la editora o el editor ejecutivo quien negocia con escritores y agentes literarios y toma, en definitiva, la decisión sobre la publicación o no de una obra. Esta tarea ha ido cambiando en el tiempo, adaptándose a las nuevas exigencias del mercado. Ahora bien, no en todas las editoriales estas tareas se asumen de forma escindida. En aquellas más pequeñas, las que por sus características podrían ser definidas como independientes (Vanoli 2009; Botto, 2006; Szpilbarg y Saferstein, 2012), los límites entre lo que hace el/la corrector(a), quien publica el libro y quien lo vende (inclusive) son más difusos. Más aún, Meli decía en aquella “Cocina de VR YA” que en el mercado hispano en general esta figura tiende a estar unida. En su caso ya que si bien toma cada vez más responsabilidades como directora del sello todavía hace tareas de corrección y edición. Su perfil, como ya se dijo, así como el de otras figuras de “las/os consagradas/os” actúa como un modelo a seguir para quienes buscan insertarse en este campo laboral. Sin embargo, en un inicio, el rumbo que fue tomando su trayectoria fue una novedad para ellas/os mismas/os:

Cuando empecé a estudiar edición era como que tenía bastante claro que quería ser editora juvenil. No se si me imaginaba la parte de ser una persona que negocia libros y todo eso, no esperaba tener el poder de decisión, pero sí sabía que quería dedicarme a

los libros juveniles y editar eso. Pero me centraba más en el tema de corregir (Fragmento de entrevista con Melisa, mayo de 2019, CABA).

En gran medida, esto obedece a las propias transformaciones del mercado, con la masificación de las publicaciones. Pero no solo ello, también a la emergencia de nuevas pautas promocionales y nuevas formas de circulación del libro en un sector que está siempre en crisis y en el que la oferta es mayor a la demanda. En ese sentido, ser parte de una comunidad que lee, habitualmente, los mismos libros que edita les da a figuras como Meli o Leo el *plus* de conocer “desde adentro” ese mercado. Eso no implica, no obstante, que no sea preciso recurrir a personas especializadas en la tarea de buscar textos. Es por ello que el o la *publisher* trabaja en diálogo con personas o empresas que se dedican al *scouting*. La tarea del *scout* (término que se traduce como explorador) es detectar las tendencias literarias, incluso antes de ser publicadas, en un mercado específico. Por ejemplo, en VR YA, Meli comentaba que tienen una *scout* para el mercado estadounidense que es de donde salen la mayoría de los libros que se publican en el sello. Una vez recibida esa novedad o tendencia, si ella en tanto *publisher* considera que tiene potencial y que puede gustar entre las y los lectores habituales del sello, pasa por el filtro de evaluadores para tener un veredicto final al respecto. La visita por ferias del libro y eventos internacionales en los que se comparten las novedades del mercado también da una pauta importante al respecto y es una tarea cada vez más importante en el mundo de la edición. Sin embargo, como ella sostiene:

Son varios factores los que nos llevan a elegir qué publicar. Por supuesto, las tendencias del mercado son importantes, pero también las necesidades de los lectores, en lo personal me gusta estar muy, muy atenta a eso. El lector sabe lo que quiere, y si lo escuchás pueden salir cosas muy buenas. Mis dos mayores éxitos como editora: “La canción del lobo” y Heartstopper, justamente nacieron así, escuchando a la demanda del público (Fragmento de entrevista de Victoria Saez con Melisa, septiembre de 2019, modalidad virtual).

Las y los lectores, quienes cada vez más están pendientes de las novedades internacionales por seguir a BBB de otras latitudes (particularmente de España y México), son quienes terminan resultando significativamente gravitantes a la hora de elegir publicar (o no) un libro. Pero la tarea del *publisher* no termina allí. También ocupan lugares claves en la instancia de presentación de libros y deben encargarse del acompañamiento, prensa y contacto de autores internacionales cuando vienen al país. En las FIL es habitual ver a Leo o Meli yendo de un lado a otro con escritores estrellas quienes se hacen presentes para promocionar sus libros y, a veces, hasta para participar de actividades de la “Movida Juvenil”.

M: A nosotras [VR] nos gusta cuidarlo al autor, que en ningún momento se sienta abandonado, que todo lo que necesite lo tenga al alcance de la mano porque lo estamos trayendo y es nuestro invitado y viene a trabajar, no viene a pasear. Entonces es una

tarea bastante ardua cuando están porque somos como sus niñeras. Me pasó con Dan Wells: en un momento estábamos en un colegio y lo estaba esperando en la puerta del baño y pensaba “esto es absurdo” [risas]. Pero es súper desgastante porque estás a disposición de ellos y los acompañas a todos lados y ellos también se agotan porque ya que viene un autor sus agendas son muy heavys: van a un colegio, hacen entrevistas, hacen videos para otros países...

P: y eso se lo organizan desde acá?

M: sí, todo desde acá. Y bueno tienen encuentros con lectores, “Met and Greet”, sus presentaciones y sus firmas. Se exprime cada gota...

P: y si encima es en el marco de la feria no me quiero ni imaginar.

M: ¡sí!, entonces como que termina siendo full-life, no full-time. Pero bueno es genial (Fragmento de entrevista con Melisa, mayo de 2019, CABA).

Más allá de las particularidades de una u otra editorial, lo cierto es que ocupar un puesto de mando en una editorial (juvenil) se vuelve una tarea, como dice Meli, de toda la vida. Al mismo tiempo, ser un *publisher* en tanto “joven *blogger* que llegó” le imprime a ese rol una impronta particular. Pates (2021) refiere a sus figuras como un “perfil emergente” en contraposición a actores (particularmente femeninos) con una trayectoria de mayor larga data en la industria, como Cristina Alemany quien encajaría con un “perfil tradicional”. Esa dedicación *full life* sobre la que bromeaba Meli se corresponde mucho más con las tareas de los “emergentes” quienes ya como lectores (y lectores *fans*) alentaban desde sus inicios la realización de actividades como la presentación de libros, encuentros con autores, o firmas de libros.

Por otro lado, la conjunción de ser *publisher-blogger* tiene un peso particular para otras y otros BBB “que vienen detrás”. Flor recuerda su impresión cuando vio por primera vez a Leo Teti quien hoy es su amigo (y también su jefe): “Yo los conocí en una presentación de “Huellas de Tinta en 2011, 2012, donde ellos consiguieron el primer lugar para BBB, que en ese momento no eran BBB éramos solo bloggers, en La Feria del Libro. Y eran como esos pioneros inalcanzables que después vos vas creciendo y te vas conociendo...” (Fragmento de entrevista con Florencia, diciembre de 2019, La Plata). Por entonces Leo no era aún el *publisher* que es hoy pero ya se perfilaba como uno de los referentes en el circuito, especialmente a partir de que comenzó a estudiar Edición. Fue de hecho el primer Blogger en llegar a ocupar un cargo como editor *junior* junto a la misma Cris Alemany en VR hasta posicionarse como responsable del sello YA de esa editorial antes de cumplir sus 25 años. Ahora bien, el aumento de la cantidad de cuentas BBB y de la matrícula de la carrera de Edición también tiene sus costos: “Yo no sé cuántos de los que hoy están estudiando Edición van a poder llegar a un Meli o un Leo, o ni siquiera un editor de un sello juvenil si es lo que les interesa” (Fragmento de entrevista con Florencia, diciembre de

2019, La Plata). Las oportunidades laborales en la industria (y en particular en estos puestos tan altos -y escasos-) parecen mostrar por momentos su saturación.

4.6 Escritoras/es

Más adelante aún en la escena, podemos encontrarnos con quienes efectivamente redactan esos libros. Durante la 44° FIL de CABA en 2018, en el marco del “Cuarto Encuentro Internacional de *Booktubers*”, tuvo lugar una charla con el español Javier Ruescas. La visita no sólo tenía que ver con la producción de sus videos en su canal y la fascinación que eso generaba entre sus seguidoras/es, sino también porque venía a presentar un nuevo libro. Entonces supe que, al momento de aquella charla, el *booktuber* español tenía más de veinte títulos publicados en menos de diez años de trayectoria. Él no era el único escritor en la sala. Aquella tarde también participaron del “Encuentro de *Booktubers*”, Andreo Rowling, co-terranía de Javier, y la mexicana Claudia Ramírez. La primera acababa de publicar su primer libro, la segunda estaba escribiéndolo (de hecho, volvería a estar presente en la edición 45° de la FIL de 2019 para la presentación ante sus lectoras/es). Sin embargo, más allá del peso consagratorio de ellos como figuras, una de las cuestiones que más llamó mi atención en ese populoso encuentro, fue el hecho de que ante la pregunta de Javier por si las/os presentes querían ser escritoras/es, fueron muchísimas las manos que se levantaron. El deseo de convertirse en una/o está presente, en mayor o menor medida, en casi todas y todos los jóvenes que experimentan este tipo de vínculos con “lo literario”, ya sea por haber crecido con J. K. Rowling como una referente o porque el contacto con otros escritores y escritoras con menos renombre, pero con trayectorias igualmente interesantes, sembró algún tipo particular de inquietud. Así lo relataba, por ejemplo, Ana K. Franco reconocida escritora del sello YA de VR quien también trabaja como docente:

A los 13 años no se si era verano o qué pero la cosa es que estaba aburrida, y viste que cuando tenemos un rato de ocio no tenemos mejores ideas... así que empecé a leer una de esas novelas que se llama “Corazón de fuego”. Y bueno, así fue que me enamoré de la lectura porque descubrí un libro que me pareció super atrapante, que me gustó. Y dije “quiero escribir algo así también algún día”, entonces empecé a escribir novelas (Fragmento de entrevista con Anabella, julio de 2020, modalidad virtual).

Lo cierto, es que muchas/os jóvenes de la comunidad BBB argentina han seguido este camino en los últimos años. En una compilación de cuentos que se presentó en la 45° FIL de 2019, llamada “Esos raros relatos nuevos”, tres de las/os siete autoras/es eran jóvenes pioneras/os dentro de la comunidad: los ya nombrados Meli Corbetto, Leo Teti y Mati G.B. Las otras eran promotoras de literatura juvenil: Cris Alemany y Fabiana Scherer. Finalmente, escribían Victoria Bayona y Tiffany Calligaris, ambas autoras de libros y cuentos de fantasía. Tiffany (argentina, aunque radicada en Canadá), la más reconocida entre los autores de la compilación editada por Catapulta,

es, junto a Anna K. Franco y Pamela Stupia, de las pocas autoras argentinas consagradas entre las/os jóvenes de este circuito, en un mercado en el que priman fuertemente las producciones estadounidenses.

Pero la posibilidad de devenir escritores no es privativa de aquellas/os que hoy son referentes (como ya vimos) dentro de la comunidad. A mediados del año 2018, Flor Méndez y Bel Riddle recibieron una propuesta de Planeta para publicar un libro. La invitación surgió a partir de un posteo que Flor había hecho en su *blog* y que Bel comentó en una sección que ella llamaba *Open Mic* (micrófono abierto), en la que invitaba a hablar sobre orientación sexual.

Planeta en teoría estaba buscando publicar con autores de Argentina o algo así alguna historia sobre algún tipo de diversidad. Así como al voleo. Y en su momento estaba trabajando Fede Vallota en prensa, en comunicación y le dijo a la editora de juvenil, Majo Ferrari, “che fijate que esto, que quizás es lo que estamos buscando”. A Majo le re gusto, nos contactó a las dos. Es más, yo estaba volviendo de la facultad en bondi y Belén me escribe un WhatsApp y me pone “¿Flor viste el mail que nos llegó? ¡Abrilo!” y era una invitación a ir a una reunión en sus oficinas para hablar de un libro que estaban pensando (Fragmento de entrevista con Florencia, diciembre de 2019, La Plata).

Así recordaba Flor el punto de partida de aquella propuesta. Esa no fue la única vez que Planeta buscó publicar un libro con las y los BBB. En palabras de la propia Majo Ferrari:

Nosotros trabajábamos con Federico Valotta. Yo hice un trabajo con él, editamos un libro que se llamó “Érase una vez”, que eran re-tellings de historias que ellos quisieran tomar. La consigna era que ellos hicieran sus propias versiones de historias clásicas. Cada uno elegía la historia que quería versionar. Para mí fue buenísimo ese ejercicio, más allá de si vendió o no vendió. La consigna era que tomaran la historia clásica. Por ejemplo, Fede quería tomar Mulan, entonces le dije, bueno pero no agarres la película, agarrá el poema original, de ahí armá tu versión 2.0 de la historia. Hicieron unas cosas que para mí fueron buenísimas. Uno eligió Pocahontas, Matías G.B. que trabaja para Random House. Carla Dente eligió una historia de los hermanos Grimm, “La doncella sin manos”, creo que se llama, una historia oscurísima. Otra tomó la alegoría de las cavernas, porque estudiaba filosofía. Otro agarró Hércules, que había visto la película, pero tenía que tomar la historia original. Fue hermoso y muy divertido, también difícil, porque tenía que cerrar, en pocas páginas, creo que tenían 15 cada uno. Muy divertido para los pibes también. Estaba buenísimo porque había toda una investigación atrás (Fragmento de entrevista de Victoria Sáez a Majo, mayo de 2019, CABA).

Si bien, como destaca Majo, ninguno de estos libros fue un *boom* editorial de ventas, permitió la promoción de otra forma de vincularse entre BBB y editoriales no ya (o no sólo) como colaboradores, evaluadores o editores sino también como autores. Durante el año 2020, la lista de

jóvenes BBB que publicarían libros de su autoría se fue engrosando. Solo por dar algunos ejemplos, Matías G. B. firmó un contrato con Urano y Álvaro Garat hizo lo propio con Planeta para lanzar una compilación de poesías.

Tal vez para entender estas experiencias sea útil retomar la categoría propuesta por Lahire (2010) quien refiere al “juego literario” para referirse a la complejidad de la “doble vida de los escritores”. Se trata de un juego al que se ingresa por placer (en oposición con otras ocupaciones), donde los límites no son claros entre “expertas/os” y el público (lectores, mediadores, etc.), y tampoco lo son sus reglas: nadie sabe hasta cuándo puede permanecer dentro de este juego. Puede ser pertinente referir a esta noción de juego para casos como el de las y los escritores, cuando esta actividad no es la principal (entendiendo por esta su obligación profesional) y que en muchos casos funciona como un escape de esa “otra realidad”. Más aún, esta idea de la “doble vida” puede ser útil para pensar también en colaboradores, evaluadores y todos aquellos BBB que trabajan *freelance* dentro del mundo editorial, ya que dedican muchas horas de su vida a actividades que para ellas/os pueden ser del orden de lo artístico, creativo y estético pero que, con algunas excepciones, “no les permiten vivir” en términos económicos o, al menos, no son su principal fuente de aportes monetarios.

5. Reflexiones a modo de cierre: ¿es realmente *Otra vuelta de tuerca* en el mundo de la edición (juvenil)?

Así las cosas, estos jóvenes (casi niñas/os en algunos casos) que empezaron en sus casas escribiendo *blogs* para compartir sus impresiones sobre un libro o que iniciaron su camino filmándose con las cámaras *webs* de sus computadoras, las filmadoras “robadas” a sus padres o con sus celulares, exportando formatos internacionales con el fin de compartir sus opiniones sobre un libro, difícilmente hubieran imaginado un colectivo como el que hoy conforman. Mucho menos aún podrían haber imaginado el papel tan gravitante que hoy tienen en la industria editorial.

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 [Teti] 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 (Fragmento de entrevista con Meli, mayo de 2019, CABA).

Más allá de la completa novedad o no de esta “vuelta de tuerca”, lo cierto es que hay elementos interesantes en el rumbo que están tomando las editoriales especializadas en el sector

juvenil y esto se debe especialmente al rol que las y los BBB cumplen allí. Además, esta “otra cabeza”, como dice Meli, se corresponde con una nueva forma de mirar la industria editorial mucho menos culpógena respecto de la dimensión económica del libro. De este modo le aportan gran dinamismo al negocio, con un fuerte peso a las áreas de *marketing* y publicidad en vínculo con mediadores novedosos como son las y los BBB. La directora del sello VR YA ampliaba su idea sosteniendo que “*no solo en la Universidad, sino que en la industria misma 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, mayo de 2019, CABA). Pareciera entonces, en una primera mirada que hay una lógica “mercantil o comercial” que se impone sobre una “cultural o literaria”.

Sin embargo se evidencian, a su vez, fuertes continuidades respecto del mundo laboral “tradicional” y “cultural” en el tipo de empleos que finalmente obtienen, como lo muestran el desempeño de editoras/es o ciertas tareas de *publishers* y escritores/as. Pero no sólo por ello sino también por el tipo de expectativas que se generan entre las y los propios jóvenes sobre las posibilidades de ir creciendo dentro de la industria y acceder a puestos de trabajo cada vez más estables, no sólo ni particularmente por sus implicancias económicas sino por las oportunidades que abre. Erika, editora *freelance* lo decía en estos términos:

P: ¿cómo te ves en el futuro en relación a lo que es edición y demás? ¿cómo esperas que sea, como quieres que sea?

E: No, no se, no se, porque es difícil porque está cambiando todo el mercado laboral, seas editor o seas lo que seas. Es difícil pensarme ponerle en una situación de relación de dependencia. Porque primero que cada vez hay menos, eso ya como contexto general. Y porque no se si podría aparte, porque nunca trabajé en relación de dependencia. No se si podría hacerlo [...] No se paga tan bien un sueldo, que lo que yo puedo hacer freelance porque yo puedo agarrar de acá, de acá y de acá y ganar más que si trabajo en un lugar. Pero como gustarme me gustaría, porque me gustaría eso que no puedo hacer como freelance: tener que viajar a la feria de Frankfurt no lo voy a hacer como freelance. Y eso me encantaría (Fragmento de entrevista con Erika, julio de 2019, CABA).

Al mismo tiempo se evidencian continuidades en apostar por una formación y por obtener credenciales educativas para el desarrollo de las tareas que se realizan. Muchos *bloggers*, *booktubers* o *bookstagrammers* con el tiempo eligen estudiar carreras como Edición pero también *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. 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 que *habilita* (DeNora, 2000) ciertos recorridos educativos y laborales. Algunas de ellas son explícitas como el uso de ciertos programas informáticos, el dominio del idioma inglés o conocer el *oficio de editar*; pero también por otras destrezas mucho menos evidentes, pero igualmente significativas, relacionadas principalmente a ese vínculo particular con “lo literario” y los saberes que ello trae aparejado.

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 educativas no ocupan un lugar menor. Son cada vez más las y los jóvenes que en los últimos años han ingresado a la carrera de Edición en la Universidad de Buenos Aires interesadas/os en ella, a partir de su participación en redes BBB o, al menos, como asiduas/os lectoras/es de literatura masiva y juvenil. Contrariamente, en un artículo en el que analiza el perfil de las/os editoras/es de los grandes grupos editoriales, Saferstein, muestra que la mayor parte de ellas/os egresan de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, seguido por personas graduadas en disciplinas humanísticas y sociales, como Letras y Ciencias Políticas (2018: 116). Esto evidencia la ausencia de egresadas/os con una formación específica en la carrera de Edición en la dirección de grandes grupos (hay quienes han tomado cursos en el exterior, pero en general habiendo ya ocupado el cargo que tienen en la actualidad). Este perfil, de esa forma, entra en tensión con el de estas/os nuevas/os editoras/es para quienes la carrera es vista claramente como una posibilidad en su formación y una forma de “abrir puertas” laborales. En su *blog*, Meli comparte brevemente los motivos que la llevaron a tomar su camino (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 más allá de los aportes específicos que estas carreras puedan reportar para estos jóvenes, y en particular la carrera de Edición, en este

punto también puede ser significativa la valoración positiva que los estudios universitarios tienen entre la clase media¹⁹ y que ha sido transmitida de generación en generación. Sigo en este punto, también, los aportes de Busso y Pérez (2015) sobre el análisis de la relación entre jóvenes, mundo del trabajo y la posibilidad de acceder a estudios superiores (y la legitimidad que se le otorga). De acuerdo con su perspectiva (y en contra de lo que sostienen muchas producciones académicas sobre este tema) son las/os jóvenes de sectores medios y mayores recursos quienes en mayor medida combinan empleos con trayectorias educativas. Para este caso, interesa recuperar la descripción de aquellas/os a quienes llaman “estudiante-trabajador por formación” (p. 20) pues (pese a tratarse de un “tipo ideal”) permite enmarcar en una categoría particular las experiencias que aquí se recuperan. Estos son los casos de jóvenes de sectores medios y altos que se encuentran preocupados por tener un empleo acorde a su formación, y en los que el salario no es prioritario como si lo es el contenido de la tarea a desarrollar. Las familias de origen o filiales permiten garantizar las necesidades básicas, mientras estos y estas jóvenes encuentran “su vocación”. En el caso de quienes se desempeñan como colaboradores, evaluadores y CM, especialmente, esta es una recurrencia como lo ilustra el fragmento de entrevista con Noelia.

Ahora bien, los límites y alcances de estos distintos trabajos y “*hobbie*-trabajos” no pueden entenderse al margen de transformaciones más amplias en el ámbito laboral a las que bien refería Erika. Es que, como sostiene García Canclini (2012), las narrativas personales expresan la inestabilidad de estos tiempos y las dificultades para obtener plazas laborales en puestos tradicionales y, sobre todo, estables vinculados a la producción de bienes culturales. Esto es así porque (siguiendo también a este autor) las condiciones estructurales de precariedad laboral impactan en este mundo del trabajo. Pero no se trata de un ámbito signado únicamente por la inestabilidad. Para el caso de las y los jóvenes BBB que ingresan al mundo de la edición bien podríamos hablar de la idea de una “juventud conectada” (Reguillo, 2010) situada en las franjas más altas de nivel educativo y de capacitación tecnológica que se caracteriza por hacer de la comunicación digital el centro de su vida cotidiana, que tiene una mayor apertura a lo que sucede en otras latitudes y la disposición a estar en permanente conexión, con la capacidad de ser *multitasking*, de trabajar a distancia y en redes de permanente cooperación (García Canclini, 2012: 8-9). Así, no sólo hay vulnerabilidad por el estrechamiento del mercado laboral sino también una gran capacidad de agenciamiento (García Canclini, 2012: 22) en vínculo con la apropiación de

19 Procurando evitar una lectura sociologicista, pero basándome en el trabajo empírico realizado, es posible plantear como hipótesis la adscripción de estas y estos jóvenes a los sectores medios de la sociedad argentina. Dicha hipótesis, no obstante, solo podrá abordarse con un estudio que atienda con mayor especificidad a los usos y significaciones que los actores les otorgan a sus prácticas, gustos y consumos en relación con sus adscripciones de clase punto en el que sigo a Visacovsky (2008) sobre la importancia de generar investigaciones empíricas y situadas para el abordaje de las clases sociales, y en particular de las clases medias.

nuevas tecnologías digitales y donde “lo laboral” se entiende de una forma cada vez más relacionada con el placer y con las prácticas de ocio y tiempo libre²⁰, especialmente al considerar formas de trabajo creativo y artístico (Gerber Bicecci y Pinochet Cobos, 2012). Para ir concluyendo, podemos afirmar que las representaciones contra las cuales muchos de las y los actores de estos escenarios discuten y desde las que se posicionan como “lo nuevo” (en el mundo editorial y del entretenimiento) conviven así con la reproducción de tensiones históricas y no resultas entre “lo comercial” y “lo cultural”, propias de empresas de producción cultural²¹.

Este breve recorrido por los orígenes de este colectivo de “grandes lectores” y los modos diferenciales en que estas/os jóvenes entran a ser parte del “mundo de la edición” supuso un intento por comenzar a delinear sus perfiles, sus trayectorias y el impacto de su trabajo en la producción, circulación y oferta de los libros que leen, hacen y venden. Como vimos no todas las trayectorias presentan un camino uniforme, hay diferencias (no menores) entre quienes trabajan como colaboradores o evaluadores para una editorial y quienes desempeñan puestos de dirección en ellas, por citar algún ejemplo. Estas diferencias radican no únicamente en el tipo de funciones a ejercer sino especialmente en las formas de contratación que suponen, en los horizontes laborales que perfilan para quienes trabajan en los ámbitos descritos e, incluso, en los modos de entender y nombrar la tarea realizada. Nos encontramos, en consecuencia, frente a tramas laborales complejas en las que aquello que históricamente se pensó como inútil, ocioso o (en el mejor de los casos) como una práctica de “mero esparcimiento” hoy tramita en formas novedosas (y no tan novedosas) de inserción y reconocimiento en el mercado laboral. En ese escenario las tecnologías digitales tienen un rol clave, que actualiza y transforma el vínculo con “lo literario” habilitando diversas trayectorias educativas y laborales.

Bibliografía

- Albarello, Francisco (2019). *Lectura transmedia: leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Buenos Aires: Ampersand.
- Albarello, Francisco; Arri, Francisco y García Luna, Ana Laura (2020). *Entre libros y pantallas: los booktubers como mediadores culturales*. Buenos Aires: Ediciones Universidad del Salvador.
- Aller, Roberta y Cuestas, Paula (2020). Las transformaciones de un *fandom* en tiempos de aislamiento: el caso del Círculo de Lectores de Harry Potter Argentina. En *Revista*

20 Una propuesta que puede leerse en línea con la idea beckeriana de desacralizar los “mundos del arte” para reponer la complejidad y riqueza de sus tramas cotidianas.

21 A esta tensión remite Saferstein (2018) en su investigación sobre los grandes grupos editoriales de Argentina y de este trabajo es retomada para pensar el caso que aquí se analiza.

- Argentina de Estudios de Juventud*, N° 14, e037, pp. 1-29. En línea: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud/article/view/6548/5505>
- Bahloul, Joëlle (2002 [1987]). *Lecturas precarias. Estudio sociológico sobre los “poco lectores”*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Becker, Howard (2008 [1980]). *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Botto, Malena (2006). “La concentración y la polarización de la industria editorial”. En De Diego, J.L. (comp). *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Busso, Mariana y Pérez, Pablo (2015). “Combinar trabajo y estudios superiores. ¿Un privilegio de jóvenes de sectores de altos ingresos?”. En *Revista Población y Sociedad*, Vol. 22, N°1, pp. 5-29. En línea: https://www.researchgate.net/profile/Pablo_Perez23/publication/317534566_Combinar_trabajo_y_estudios_superiores_Un_privilegio_de_jovenes_de_sectores_de_altos_ingresos/links/595bff1f0f7e9bf415b4a6b3/Combinar-trabajo-y-estudios-superiores-Un-privilegio-de-jovenes-de-sectores-de-altos-ingresos.pdf
- Castells, Manuel (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cuestas, Paula y Saez, Victoria (2020). Tecnologías digitales, comunidades virtuales y nuevas formas de leer. ¿Qué está pasando en el sector editorial juvenil en Argentina?. En *Revista Álabe*, N° 22, pp. 1-19. En línea: <http://revistaalabe.com/index/alabe/article/view/558/364>
- De Certeau, Michel (2000). *La invención de lo cotidiano. 1. Artes de hacer*. México: Cultura Libre.
- DeNora, Tia (2000). *Music in everyday life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hennion, Antoine (2010). “Gustos musicales: de una sociología de la mediación a una pragmática del gusto”. En *Comunicar*, N°34, v. XVII, pp. 25-33.
- Hennion, Antoine (2012). “Melómanos: el gusto como performance”. En Benzecry, C. (comp). *Hacia una nueva sociología cultural. Mapas, dramas, actos y prácticas*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- García Canclini, Néstor (2012). “Introducción. De la cultura postindustrial a las estrategias de los jóvenes”. En García Canclini, N.; Cruces, F. y Urteaga Castro Pozo, M. (coords.). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música*. Madrid: Fundación Telefónica, pp. 3-24.
- García Canclini, Nestor, Gerber Bicecci, Verónica, López Ojeda, Andrés, Nivón Bolán, Eduardo, Pérez Camacho, Carmen, Pinochet Cobos, Carla y Winocur, Rosalía (2015). *Hacia una antropología de los lectores*. México, D.F.: Ediciones Culturales Paidós.

- Gerber Bicecci, Verónica y Pinochet Cobos, Carla (2012). “La era de la colaboración. Mapa abreviado de nuevas estrategias artísticas”. En García Canclini, N.; Cruces, F. y Urteaga Castro Pozo, M. (coords). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música*. Madrid, Fundación Telefónica, pp. 45-63.
- Lahire, Bernard (2010). The Double Life of Writers. En *New Literary History*, Vol. 41, N°2, pp. 443-465.
- Muñiz Terra, Leticia y Roberti, Eugenia (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*, N° 55, pp. 1-32. En línea: <https://aset.org.ar/ojs/revista/article/view/19/18>
- Papalini, Vanina. (2012). “Las lecciones de los lectores. A propósito de la recepción literaria”. En *Revista Álabe*, N° 6, pp. 1-21. En línea: <http://revistaalabe.com/index/alabe/article/view/98/100>
- Pates, Giuliana (2015). ¿Los jóvenes no leen? Experiencias de lecturas en *booktubers*. En *Revista Letras*, N°1, pp. 125-131. En línea: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/46664>
- (2021). Si Romeo y Julieta vivieran. Cómo es escrito y leído el amor en tiempos de pañuelos verdes. *Tesis de maestría inédita. Instituto de Altos Estudios Sociales – Universidad Nacional de San Martín. Buenos Aires.*
- Pereyra, Ana Marisa (2019). “Lecturas apasionadas en tiempos de convergencia: *Booktubers*, sobre libros en YouTube”. *Actas de las X Jornadas de Jóvenes Investigadorxs Instituto de Investigaciones Gino Germani.*
- Piovani, Juan Ignacio (2018). “La entrevista en profundidad”. En Marradi, A.; Archenti, N y Piovani, J. I. (Eds.) *Manual de Metodología de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI, pp. 265-278.
- Reguillo, Rosana (2010). *Los jóvenes en México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Saez, Victoria (2019). De las pantallas al papel. Nuevos acercamientos de las jóvenes a la literatura. En *El Toldo de Astier*, Año 10, Vol. 18, pp. 42-51. En línea: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.9825/pr.9825.pdf
- Saferstein, Ezequiel, y Szpilbarg, Daniela (2012). “El espacio editorial “independiente”: heterogeneidad, posicionamientos y debates: hacia una tipología de las editoriales en el período 1998-2010”. *Primer coloquio Argentino de Estudios sobre el libro y la edición*, noviembre 2012.
- Saferstein, Ezequiel (2018). “Entrenarse para vender libros. Condiciones para el desarrollo del sentido práctico de los editores de los grandes grupos en Argentina”. En *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, Vol. 9, N° 1, pp. 109-134.

- Tomasena, José Miguel (2020a). “Los BookTubers en español: entre la cultura participativa y el comercio de la conectividad”. *Tesis doctoral inédita. Universidad Pompeu Fabra. Barcelona*.
- (2020b). “Prologo: Érase una vez los booktubers”. En Albarello, F.; Arri, F. y García Luna, A. L. (Eds.). *Entre libros y pantallas: los booktubers como mediadores culturales*. Buenos Aires: Ediciones Universidad del Salvador.
- Vanoli, Hernán (2009). “Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria argentina”. *Apuntes de Investigación del CECYP*, N° 15, 161-185. En línea: <https://apuntescecyp.com.ar/index.php/apuntes/article/view/277/245>
- Visacovsky, Sergio (2008). “Estudios sobre “clase media” en la antropología social: una agenda para la Argentina”. En *Avá*, N° 13, pp. 9-37. En línea: http://www.ava.unam.edu.ar/images/13/pdf/ava13_01_visacovsky.pdf
- Winocour, Rosalía (2013). “Etnografías multisituadas de la intimidad online y offline”. En *Revista de Ciencias Sociales, segunda época*, N° 23, pp. 7-27. En línea: <http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/5939863c15fc7.pdf>

Documentos

- Sistema de información Cultural de la Argentina (2017). *Encuesta Nacional de Consumos culturales*. Buenos Aires: Ministerio de Cultura Presidencia de la Nación.
- Cámara Argentina del Libro (2014-2020). *Informes estadísticos de producción editorial*. En línea: <http://www.camaradellibro.com.ar/index.php/panorama-editorial/estadisticas>.
Obtenidos el 28 de enero de 2021.