

El inminente agotamiento de la lectura para otros.

Por: Andrea Mancillas. El Cuaderno. 17/09/2020

Andrea Mancillas escribe sobre el relegamiento de la lectura por ideas consumistas, el estrés de la competencia y el imaginario emprendedor, centrándose en el fenómeno 'booktuber'.

Tengo comprobado que, en multitud de ocasiones, cuanto más se interesa una persona por la informática, menos conectada está a la vida. Es una herramienta excelente, pero puede conducir a ciertas ilusiones, como creer que uno sabe cosas, que lo entiende todo, que tiene cientos de amigos.

Gilles Legardinier: *Mañana lo dejo*

Vivimos en la era de la tecnología; en el auge del cambio y de la prisa. Hemos visto cómo toda actividad se ha adaptado a formas digitales, redes sociales y plataformas en la red y cómo las computadoras y los celulares se han transformado en extensiones de uno mismo. Principalmente, reconocemos Internet como cuestión vital e inherente a la existencia contemporánea, característica inequívoca que simboliza a la actualidad.

La trascendencia de Internet es desmesurada, los límites sobrepasan al usuario, quien muchas veces no se reconoce víctima de los avances a los que se ve forzado a adaptarse. Además, se ve afectado por los alcances de esta infraestructura al encontrar en ella el camino *fácil* para su superación y, por lo tanto, para su posible frustración. La idea de ganar dinero a través de las redes sociales se ha esparcido y arraigado en las mentes de las nuevas generaciones, quienes nacen en el esplendor del emprendimiento. Asimismo, la adaptación de distintas labores a las diferentes plataformas ha desplazado el objetivo específico de éstas hacia el mero reconocimiento y la remuneración, dejando tras de sí mensajes confusos e incoherentes con sus propuestas. El resultado del acoplamiento entre individuos emprendedores y labores comunitarias en una época patrocinada por la tecnología e Internet es el incremento desenfrenado de cuentas empresariales, de negocios o de

entretenimiento en Facebook, Twitter, Instagram y, principalmente, de canales en YouTube.

Este sitio *web*, dedicado a compartir videos en línea, surgió en 2005, y actualmente es el portal más popular para este formato. Contando con más de 1.500 millones de usuarios activos al mes, ocupa el segundo lugar en actividad social, siendo Facebook el puesto número uno con más de dos millones. Más de mil millones de personas invierten gran cantidad de su tiempo ya sea en la visualización o la creación de contenido para YouTube, el cual ahora está cargado de videos de muy diversa índole. No obstante, dentro de la inmensa cantidad de grabaciones que alberga esta plataforma, existe un orden de tipo temático y comunitario, es decir, entre los usuarios y creadores se tienden lazos de interés y, por ende, de compromiso, gracias a los cuales uno puede acceder fácil y constantemente a nuevo contenido sobre cuestiones pertinentes al gusto individual.

En el caso de los amantes de la lectura, el florecimiento de YouTube representó la posibilidad de acercar el gusto por los libros, tanto a lectores asiduos como a nuevos lectores, de una manera diferente, facilitando las recomendaciones, el análisis, la promoción, y más, de múltiples textos. El formato audiovisual posibilitó una dinámica novedosa para la promoción de la lectura disfrazándola de entretenimiento, rompiendo así con la afanosa tarea de talleres, cursos, conferencias y publicidad que persiguen —supuestamente— el mismo objetivo: atraer a la gente a los libros. La fractura entre estas actividades aparentemente yuxtapuestas se destaca por la ilusión equivocada que evoca la dinámica digital, la cual, al ser una labor promotora llevada de la mano de una actitud emprendedora y, por si faltaba más, lucrativa, ha desencadenado el absurdo: los *booktubers*, personas que hablan de libros en esta plataforma, han autoexplotado su gusto persiguiendo el ideal promotor, al grado que se están agotando.

Por lo anterior, es de mi interés constatar la inmanente relación entre las características de la sociedad actual, comprendidas en la postura filosófica de **Byung-Chul Han**, con las representaciones benévolas de la comunidad de *booktube*, esto con el objeto de resaltar lo falaz de las actividades que la integran y el afán de apuntar a la virtuosidad de la lectura, la cual se ha visto relegada por ideas consumistas, el estrés de la competencia y el imaginario emprendedor.

Será pertinente, entonces, aclarar el desacertado reconocimiento como labor promotora a una actividad meramente recreativa y lucrativa. Esta ilusión, como

mencionaré más adelante, no es más que un efecto secundario fruto de la contaminación de información que trae consigo la era de Internet y la falta de criterio selectivo para valorarla apropiadamente.

Remedios obsoletos y soluciones contemporáneas

En las últimas décadas, el creciente interés por el descenso de la lectura ha transmutado en un *pánico social* que pareciera concernir a la gran mayoría de las personas. Si en tiempos pasados eran las grandes instituciones, sobre todo las políticas y las educativas, quienes expresaban continuamente su preocupación y proponían soluciones efímeras y poco efectivas, ahora nos encontramos con la expansión del desasosiego por territorios de diversa índole que se atribuyen un porcentaje de responsabilidad del problema.

Esta situación otorgó a todo individuo la libertad de participar de forma autónoma en la búsqueda de una solución, proponiendo un sinfín de modalidades para atraer a la gente a la lectura. Sin embargo, los talleres, los cursos, las campañas y el paulatino incremento de la publicidad en torno al tema no resultan del todo provechosos: al contrario, las personas alimentan su rechazo hacia una actividad que no sabe venderse, pues, aunque se sabe que *leer es bueno*, nadie se ha tomado la molestia de explicar el *por qué*, diría **Juan Domingo Argüelles**: «El problema reside, sin duda, en el *qué* y el *para qué* de la lectura, más que en el *cuánto*» (Argüelles [2017], p. 20).

Aunado a esto, es bien sabido que, del análisis de los posibles responsables del decaimiento de la lectura, se desprendió la afirmación que dictamina que la transmisión del hábito literario debe asimilarse a las enfermedades por contagio, es decir, más allá de imponer la lectura, el gusto por ésta debe nacer como efecto del contacto con lectores. De aquí que, de pronto, la necesidad por nuevos lectores posicionara al acto de recomendar por encima del de enseñar, deviniendo en la desenfrenada expansión de intercesiones ambiguas.

El panorama, por lo tanto, es claro: los remedios propuestos resultan cansados y obsoletos, y el contratiempo permanece casi irremediable. No obstante, la era digital trajo consigo la aparente opción que combatiría el problema con gran ventaja,

modernizando el estilo y la dinámica de promoción literaria, y abriendo paso a la mezcla entre la preocupación, el interés por ayudar y la labor social.

Byung-Chul Han menciona que «hoy ya no somos meros receptores y consumidores pasivos de informaciones, sino emisores y productores activos» (2013, p. 34). Somos sujetos que interactúan con las fuentes y que, no conformes con el papel de observadores, se involucran con el contenido que se les ofrece. Igualmente, nos identificamos actualmente como una sociedad de rendimiento que «se caracteriza por el verbo modal positivo *poder* sin límites» (2010, p. 26) que nos permite creer que somos dueños de nuestro propio emprendimiento.

El encubrimiento de la idea de *obligación* con el atractivo disfraz de *yo decido hacerlo* trajo consigo la ilusión de una libertad *auténtica* llena de caminos alternativos que permiten el autodesarrollo, y que posiciona a uno mismo como el único responsable de su éxito o fracaso. De tal manera, la visión de la autosuperación congregada a una problemática abierta a sugerencias encontró su espacio para prosperar en la era digital.

CÓMO VENDER LIBROS GRACIA CANAL DE YOUTUBE

Reclamo de un artículo de Carmelo Beltrán en la página web [Literatura juvenil para escritores](#)

Hablemos de libros

YouTube es la nueva escuela. El inagotable contenido que se encuentra en esta plataforma nos facilita hoy en día aprender sobre toda clase de temas: cocina, ciencia, matemáticas, bricolaje, etcétera. El aparente acercamiento a la superficie de muchas materias promete el *aprendizaje* continuo y por elección, haciendo de la reproducción casi obsesiva de un video tras otro la opción ideal para calmar la curiosidad. La literatura, por supuesto, no fue excluida de las dinámicas de la plataforma. Sin embargo, sus *creadores* y usuarios resolvieron aglomerar el contenido dedicado a las letras dentro de la categoría de *booktube*, nombre que pretende unir a los interesados al grado de sentirse parte de una comunidad: la de los lectores.

La condena social que se cierne sobre los *no lectores* no alcanza al territorio digital, el cual abraza sin prejuicios a todo usuario de la *web*. Por esto, a sabiendas de que YouTube no discrimina, *booktube* es el espacio para hablar de libros libremente sin necesidad de contar con el respaldo profesional que avale el nivel intelectual requerido para opinar sobre el tema. Sólo se necesita ser *lector* en el sentido más básico de la palabra. Esta libertad se ve reflejada en la ambigüedad de las apreciaciones sobre la literatura, que van desde la valoración física de los libros hasta la interpretación y utilidad de su contenido.

Las dinámicas de estos canales giran en torno a actividades homogéneas, de estructura temporal, cíclicas y sujetas al calendario. Esta regularidad hace incluso que el bombardeo de videos *recientes* dentro de esta comunidad tengan contenido muy similar: los *wrap up*, videorreseñas de los libros leídos durante el mes, conviene presentarlos a final de cada plazo mensual; el *tbr (to be read)* o *libros por leer* se acostumbra mostrarse a inicios de cada mes a manera de propósito de lectura; los *book hauls*, exposición de los libros que se han adquirido recientemente, se realizan cada que la cantidad acumulada de nuevas adquisiciones sea la suficiente; etcétera.

La confusión en relación a los méritos de esta comunidad surge de los *wrap up*, pues lo que se inició como la oportunidad para expresar opiniones personales sobre determinadas lecturas fue catalogado de inmediato por los cibernautas como *videorreseñas literarias*, trayendo consigo no sólo la inmensa inconformidad de los profesionales en la materia, quienes echan de menos la estructura y el análisis

crítico propios de las reseñas, sino también la sorpresa de los *booktubers*, quienes pasaron —inesperadamente— a formar parte de la élite intelectual del ámbito. Esto les valió para tener las mismas oportunidades que los estudiosos de este arte para participar, y ser protagonistas, en eventos como ferias del libro, convivencias con autores reconocidos y presentaciones de libros. El énfasis de la problemática recae en el vicio de la enunciación segura con valor aparente de verdad, sin mediación ni cuestionamientos, que deriva en la estimación de este acto recreativo como salvador de la lectura.

Las opiniones expresadas en esta comunidad ponen de manifiesto que el objetivo de las mismas no va más allá de la evaluación personal pero que, exhibidas en la vitrina de las redes sociales, se prestan a formar parte de la fabricación continua y acelerada de información desmediatizada que abunda en Internet:

«La actual sociedad de la opinión y la información descansa en esta comunicación desmediatizada. Cada uno produce y envía información. Esta desmediatización de la comunicación hace que los periodistas, estos representantes en tiempos elitistas, estos hacedores de opinión, parezcan superfluos y anacrónicos. [...] Hoy cada uno quiere estar presente él mismo, y presentar su opinión sin ningún intermediario» (Han, 2016, pp. 34-35).

Aunado a esto, se suman la creciente comodidad de los usuarios de no cuestionar la información que habita en la red y dar por hecho la veracidad de la misma y el calificar positivamente a todo aquel atrevido que expone su *saber* en la red, como factores que favorecen la visibilidad y el enfoque equivocado de la comunidad de *booktube*.



Captura de pantalla del canal *El Librero de Valentina*

Promotores emergentes y competitividad remunerada

Los *booktubers* opinan y recomiendan con la soltura de que carecen las campañas de promoción literaria, pues los primeros no persiguen intencionalmente el propósito de las segundas. La actitud solaz de los *booktubers* en torno a los libros resulta mucho más atractiva para los enemigos de la lectura que la publicidad persistente de las promotoras.

Ante el reconocimiento espontáneo que se les otorgó a los miembros de esta comunidad como parte de algo mucho más grande, como son las labores de promoción literaria, se vieron beneficiados con el incremento de suscriptores en sus canales y visualizaciones de sus videos, que se traducen como mayor probabilidad de ser remunerados por su *trabajo*.

YouTube, en colaboración con empresas de *marketing*, retribuye económicamente a usuarios destacados en el uso de la plataforma. Paga según el número de suscriptores y reproducciones. Es decir, el éxito en esta red social se basa en valores cuantitativos interpretados como popularidad o viralidad, y supone la opción laboral que mejor se ajusta a los emprendedores contemporáneos ávidos de reconocimiento *instantáneo*. Por ende, el combo compuesto por la sed de fama, poder y dinero, con el deseo de ser uno mismo su propia empresa, hace de la comunidad de *booktube* una vertiente más de las consecuencias de la sociedad de rendimiento que se potencializa con la noción de *exposición* de la sociedad de la transparencia.

YouTube se figura como una pasarela de *egos*. Muchas personas acuden a él por el solo gusto de saberse expuestos, vistos, contemplados y, en el mejor de los casos, admirados. Aun cuando se trate de lectores, la producción de luces, maquillaje y marcas de las que hacen acopio sólo para hablar de libros evidencia un interés que nada tiene que ver con la literatura. El precio de ya no opinar desde el anonimato es vender(se) más allá del mero producto que se ofrece.

Las *entrelíneas* del contrato

Los lectores que hacen uso de esta red social como campo de trabajo se inician claramente con el entusiasmo del nuevo trabajador. Posteriormente, caen en el tedio y el desencanto de la autoexplotación; pasan de mostrarse comprometidos con la labor de comunicar sus opiniones y ofrecer contenido asiduo a la realización de actividades que se alejan de la literatura por el cansancio que ésta les provoca. La fascinación de saberse observados relega la labor literaria. La realidad de *booktube* como pequeña empresa es que demanda responsabilidades y obligaciones rigurosas que vician el gusto genuino por la lectura.

«La sociedad de la transparencia sigue exactamente la lógica de la sociedad del rendimiento. El sujeto de rendimiento está libre de una instancia exterior dominadora que lo obligue al trabajo y lo explote. Es su propio señor y empresario. [...] La propia

explotación es más eficaz que la explotación extraña, pues va acompañada del sentimiento de libertad. El sujeto del rendimiento se somete a una coacción libre, generada por él mismo» (Han [2013], p. 92).

Las dinámicas de dicha comunidad corrompen la experiencia literaria acelerándola y vaciándola. Los usuarios compiten contra sí y entre sí para probar cuántos libros pueden leer en un mes, una semana o algunas horas, desvirtuando el acto lector en aras de una egolatría insaciable. Esto, a su vez, proyecta un mensaje confuso e incongruente que se aleja del altruismo, radica en el consumismo y afianza la idea de que leer cansa.

Este agotamiento, manifestado de diversas formas por la comunidad, ha derivado en la comparecencia de justificaciones y explicaciones que tienen por fin abogar por la realidad lectora: *booktube* no fomenta la lectura crítica ni pretende hacer labor promotora. No obstante, inmersos en el torbellino de las críticas y las exigencias de los suscriptores, aquellos que persiguen el reconocimiento y la remuneración se mantienen anclados a las actividades que colman a la lectura de superficialidad y apabullamiento.

La problemática que rodea a *booktube* se desprende del ansia de la sociedad actual, emprendedora y apresurada, por explotar a su favor las diferentes plataformas de la información y el entretenimiento, sin percatarse de lo inane que esto supone, pues cabe preguntarse, ante el imperio digital que se yergue a toda velocidad, quién hace uso de qué o viceversa. Asimismo, debe reconocerse que el desplazamiento de la mayoría de las labores hacia las nuevas formas de comunicación, exige al usuario un criterio sagaz para la selección de la información y, como tal, la literatura postrada a merced de la tecnología no debe desvalorizarse a favor del ocio, el consumismo y la egolatría.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)

Fotografía: El país

Fecha de creación
2020/09/17