

TIKTOK, EL SALVAVIDAS DE LA INDUSTRIA EDITORIAL

Por: Paula Cuestas, Victoria Saez. 14/05/2022

La Feria del Libro de Buenos Aires reabre sus puertas después de tres años y la expectativa es inmensa: es el exorcismo con el que sueña la industria editorial argentina, una de las más golpeadas por la crisis económica y la pandemia. La esperanza descansa, principalmente, en el segmento que más lee y que mantuvo su amor por los libros a pesar del aislamiento: los y las jóvenes. Un grupo que crece día a día de la mano de tiktokers, youtubers, instagramers y bloggers.

Cada mañana, cuando se despierta, Crystal prende el teléfono y entra a TikTok. En la pantalla aparecen adolescentes recomendando libros con emoción: abren paquetes que les envían las editoriales, los acomodan en sus bibliotecas por color o lloran frente a la cámara con la última escena de la novela que están leyendo. Crystal tiene 13 años y vive con su mamá y dos gatos. Descubrió su pasión por la lectura durante la pandemia, cuando empezó a ver estos videos en TikTok. El algoritmo de la aplicación reconoce sus gustos y le muestra lo que ella espera: los videos de sus booktokers favoritas. Desde que anunciaron la programación de la Feria del libro, cuenta expectante los días que faltan para el Encuentro de Bookfluencers, donde podrá conocerlas en persona. Esta es la primera vez que va a ir a la Feria y ya hizo una lista de los libros que quiere conseguir: veinte títulos de romance y fantasía que anotó con letra prolija en su agenda .

Las puertas de La Rural volvieron a abrir para una nueva Feria Internacional del Libro, suspendida en sus últimas dos ediciones por la pandemia, tras 45 años de historia ininterrumpidos. La expectativa es inmensa. Es que la Feria no es solo un espacio de consagración de editores y editoriales, sino también un paseo obligado para un vasto número de visitantes, ya sea por su pasión lectora, por querer inculcar esa pasión a sus hijos o para lavar las culpas por no haber leído durante un año. Dentro de esa masa de visitantes, hay un grupo que creció significativamente en la última década, que lee con voracidad, que habla de literatura en redes sociales y que se mantuvo fiel a su amor por los libros pese al aislamiento o a los pronósticos y los dedos acusadores de los adultos sobre su falta de lectura: las y los jóvenes.

Hay un grupo que creció significativamente en la última década, que lee con voracidad, que habla de literatura en redes sociales: las y los jóvenes.

¿Cómo sostuvieron ese amor en estos últimos dos años? ¿Qué lugar ocuparon estos lectores en un escenario signado por lo digital? ¿Dónde situar escenas tan cotidianas como la de Crystal dentro del panorama de una industria editorial debilitada?

Los locos años '20

En marzo del 2020, con las medidas para frenar la propagación del covid, asistimos a una virtualización de casi todas las actividades culturales, sociales y educativas. La estadía dentro del hogar supuso un momento ideal para revincularnos con hobbies y prácticas difíciles de sostener en la vorágine del cotidiano. Además de ponerse al día con series y películas, incursionar en la masa madre, hacer un poco de jardinería o practicar clases de yoga con videos de Youtube, para muchas personas fue un tiempo para sumar horas de lectura.

“En pandemia no podía entrenar, en el colegio la exigencia bajó, bajaron las horas de clase y así fue como terminé volviendo a leer. Fue una reconexión con la literatura”, dice Victoria, una ávida lectora de 19 años a quien el comienzo de la pandemia la encontró en el último año de la secundaria. Durante los primeros días, con las librerías cerradas, la imposibilidad de imprimir nuevos libros y la ya anunciada suspensión de la Feria del libro de aquel año, algunas editoriales habilitaron la descarga gratuita de libros electrónicos transformando el hashtag #yomequedoencasa a #yomequedoencasaleyendo. También circularon por WhatsApp las carpetas de Drive con escaneos de copias piratas.

La pandemia pareció dar el golpe final a una industria editorial que venía tambaleándose por la crisis. Si la cantidad de libros impresos en Argentina ya había disminuido un 40% entre 2016 y 2019, en 2020 la [producción bajó un 30% más y alcanzó su mínimo histórico](#). La lista de novedades mensuales disminuyó, el recorte de las tiradas continuó (por lo general rondan los 500 ejemplares, menos de la cantidad de librerías que hay solo en la Ciudad de Buenos Aires), muchas librerías cerraron y no fueron pocas las editoriales que apenas lograron sobrevivir con la ayuda de programas de subsidios estatales. Si bien las propuestas de digitalización

con el comercio electrónico, los audiolibros y la lectura en línea buscaron atemperar este estancamiento, el golpe fue muy duro.

La Feria del Libro podría llegar a ser ese exorcismo con el que fantasea la industria editorial argentina.

El segundo año de la pandemia, [con el retorno de algunas propuestas presenciales, significó un leve respiro para el sector aunque los números aún distan de ser los ideales](#). Todas las expectativas están puestas en la 46° Feria Internacional del Libro que podría llegar a ser ese exorcismo con el que fantasea la industria editorial argentina.

En medio de esta crisis, el segmento juvenil logró mantenerse en pie con más entereza y registra un crecimiento que hoy lo posiciona como uno de los más pujantes en el mercado editorial. “Nosotros le damos un lugar muy importante a la movida juvenil, de hecho desde hace años tenemos una comisión de actividades juveniles. Trabajamos esa cuestión con propuestas de valor concretas como el encuentro de booktubers”, dice Jorge Gutiérrez Brianza, Director Comercial y de Operaciones de la Fundación El Libro. “Había una especie de vacío y creo que todas las editoriales empezaron a notar lo que pasaba”, dice Cristina Alemany, coordinadora de esa comisión. Esta feria, el plato fuerte será el Encuentro Internacional de Bookfluencers.

Los jóvenes se transformaron en uno de los sostenes principales de la industria del libro en el país y esto se replica a nivel global. [Un estudio sobre hábitos de lectura en España durante el 2021](#) reveló que el segmento poblacional que más lee es el de las mujeres de 14 a 24 años y el que menos lo hace son quienes tienen más de 65 años. ¿Se empezará a repetir como un mantra que “los mayores no leen” como se hizo con los jóvenes?

Una cuarentena entre libros y pantallas

En 2020, mientras la industria editorial atravesaba una de sus crisis más duras, [aumentó la cantidad de horas que las personas pasamos frente a las pantallas y el tráfico de Internet](#). Desde sus casas, docentes, bibliotecarios, autores y mediadores de lectura, en general, empezaron a gestionar encuentros de lecturas compartidos, talleres de escritura, vivos-debate desde cuentas Youtube o en Instagram, y los

propios autores de libros compartieron la intimidad de sus casas para leer textos propios y ajenos. Editoriales y librerías fueron incorporando estas iniciativas. La dicotomía de “libros vs. pantallas” se hizo cada vez más lejana.

El segmento que más lee es el de las mujeres de 14 a 24 años y el que menos lo hace son los de más de 65. ¿Se repetirá como un mantra que “los mayores no leen”, como se hizo con los jóvenes?

Este fomento a los hábitos de lectura y las recomendaciones de libros en espacios digitales ya se daba con mucha naturalidad entre ciertas poblaciones de jóvenes en los últimos años. [Detrás de esa mirada adultocéntrica que denuncia que “los chicos no leen”, en realidad se despliegan un conjunto de prácticas muy extensas: los chicos leen, y leen un montón.](#) Comunidades de lectura online, nuevos mediadores con audiencias que los siguen en redes sociales y plataformas especializadas para la lectura y la escritura son solo algunas de estas tendencias que hoy resultan extensivas a otros circuitos de sociabilidad literaria. La pandemia profundizó y expandió estas experiencias. Los métodos de promoción de lectura que inicialmente llevaba adelante la llamada “comunidad BBB”, conformada por jóvenes que hablan de libros juveniles en blogs, YouTube e Instagram (los y las bloggers, booktubers y bookstagrammers) cobraron aún más fuerza al punto de que dejaron de ser exclusivos del segmento juvenil y empezaron a replicarse en los otros sectores. Presentaciones de libros de filosofía inauguradas por booktubers y vivos en Instagram para hablar de la última novedad en narrativa se consolidaron como formas frecuentes -y necesarias- de difusión de las editoriales en tiempos de aislamiento.

Las lecturas y las pantallas también se encuentran en la plataforma de lectura y escritura Wattpad, una red social muy popular entre estos mismos jóvenes, que cuenta con más de un millón y medio de usuarios solo en Argentina y en donde no dejaron de aparecer relatos breves y novelas durante el 2020. Inclusive varias de ellas hacían explícita referencia a lo que se vivía en tiempos de pandemia. Bajo la etiqueta “Historias de cuarentena”, “Historias de pandemia” o “Aislamiento stories” se revelaban nuevos textos y nuevos autores.

Más allá de los circuitos específicos por los que se mueven los amantes de los libros, [TikTok se convirtió en la plataforma favorita](#) durante aquellos primeros tiempos de aislamiento. Con un crecimiento mucho más vertiginoso que Facebook,

Twitter o Instagram, esta red social superó los mil millones de usuarios en 2021. Y aunque en los primeros tiempos de la pandemia muchos adultos descargaron -descargamos- TikTok, quienes más la usan son adolescentes de entre 13 y 18 años.

Los booktokers se impusieron como uno de los ganadores del mundo del libro e incluso como una de las esperanzas a las que se aferra parte de la industria.

A diferencia de Youtube o Instagram, la configuración con una selección de videos “Para ti” facilita el acceso a las publicaciones de interés. Y sus usuarios encuentran en el algoritmo el facilitador de su alcance. “Si el algoritmo se levantó de buen humor, agarra y te difunde un montón”, dice Agustina, una estudiante de Comunicación Social de veinte años. Se descargó TikTok en la pandemia, “cuando nadie tenía mucho para hacer”. En su cuenta, [@agusgrimpitch](#), empezó a hablar de libros y en pocos meses logró acumular más de 130 mil seguidores.

Pero sus ventajas no pasan solo por allí. [“TikTok es una plataforma que te permite hacer contenido básicamente de lo que vos quieras. Lo que tenés que encontrar es tu nicho, nada más. Y hacer videos más cortos, más entretenidos”](#), amplía Agustina, quien definitivamente encontró el suyo.

La pasión por los libros en 60 segundos

“Booktok es básicamente una parte de TikTok donde bajo diferentes hashtag se publican videos hechos por jóvenes adolescentes, como nosotras, donde se realiza contenido diverso pero los principales videos son recomendando libros, y ya sé que si no formas parte de esta comunidad pensás que es súper aburrido, pero creanme que no lo es”, dicen en el primer episodio de su podcast [Fenómeno Booktok](#) Lau y Sofi, dos amigas a las que las une la pasión por leer pero también por lo que es en sí mismo Booktok.

A la comunidad BBB, entonces, se le suma otra la “B” de booktokers. Son, en su mayoría, adolescentes que hablan de libros en TikTok en videos muy breves, generalmente de menos de un minuto. Y si bien [hay booktokers que lloran en sus videos](#) “para transmitir esas emociones humanas que las redes tienden a despersonificar”, como dice Paloma, lo cierto es que, a primera vista no parecería que tengan muchos motivos para llorar. Paloma, por ejemplo, mientras cursaba el

último año de su escuela secundaria en 2021, abrió su cuenta @unapalomalectora. En poco tiempo superó los 35 mil seguidores -lo que representa más de la mitad de habitantes de la ciudad cordobesa en la que vive- y vio con asombro que los libros que recomendaba se agotaban en las librerías de la zona.

En los dos últimos años, el grupo de booktokers se impuso como uno de los ganadores del mundo del libro e incluso como una de las esperanzas a las que se aferra parte de la industria.

Desde antes del comienzo de la pandemia pero especialmente a partir de las medidas de aislamiento de 2020 comenzaron a aparecer cuentas de TikTok, tanto en Argentina como a nivel global, con recomendaciones de libros, desafíos literarios, recorridos por bibliotecas, reseñas de cuentos y novelas, o simplemente reacciones o impresiones por la llegada de un paquete o una lectura.

Lo llamativo no es solo poder hacer contenido sobre libros en videos de 60 segundos, sino el increíble alcance que estas cuentas comenzaron a tener. A diferencia de Youtube o Instagram, cuyo crecimiento fue mucho más paulatino, las reproducciones de videos de TikTok crecieron a un ritmo vertiginoso. Los principales referentes de Booktok acumulan cientos y hasta millones de seguidores. Más aún: algunos booktubers y bookstagrammers migraron a TikTok y superaron, en poco tiempo, la cantidad de followers.

“Yo tenía la aplicación porque estaba aburrida en cuarentena y no sabía qué hacer. Hasta que un día llegué al ‘lado de TikTok en el que hablan de libros’, que yo no sabía que existía. Y dije: “¿por qué no?, ¿por qué no empezar yo a hacer esto?”, cuenta Agustina. Los inicios de Victoria son similares: al bajar las exigencias escolares, no poder entrenar y tener más tiempo libre, pudo revincularse con su otra pasión: “Y así fue como yo terminé volviendo a leer y diciendo ‘che, yo quiero compartir con la gente’. Yo veía que lo hacían en Estados Unidos, que hablaban un montón de libros, pero no lo veía en Argentina, no conocía a ningún creador de contenido latino sobre libros y dije “bueno, me mando, que sé yo, me da vergüenza, pero arranque así”.

A Guadalupe también le daba vergüenza compartir su pasión lectora: “en 6to grado me cargaban mucho en el colegio por leer, después me cambié y no lo conté más. Y ahora que empiezo a hablar de libros en TikTok, llama la atención, nadie sabía esto de mí. En la secundaria tampoco, si me gustaba algo que leíamos, no lo decía”.

Pero Guadalupe -y muchos más- encontraron en estas redes un lugar de encuentro con sus pares para compartir su amor por los libros dejando atrás la soledad, la estigmatización y el silencio.

La industria editorial no es indiferente a las cifras de TikTok. Estas personas luego pasan a formar parte de las editoriales.

Hoy la comunidad de Booktok argentina es cada vez más amplia. Hay cuentas pequeñas con algunos cientos de seguidores pero también grandes referentes. Camila de [@america.vespucia](#), Malena de [@malelovesbooks](#) y Guadalupe de [@guada.casta](#) rondan cifras similares a las de Agustina, con más de 100 mil seguidores; con casi 200 mil, [@matiasgbtwo](#) ya quintuplica el alcance que supo tener en Youtube; [@ponjagoya](#) araña los 500 mil seguidores; [@almendrada.books](#) supera los 850 mil followers y, en menos de dos años desde su creación, Victoria ([@victoriacomelibros](#)) consiguió más de 1.200.000 seguidores y videos con más de 43 millones de likes.

La industria editorial no es indiferente a estas cifras. Estas personas, como antes otros BBB, pasan a formar parte de las editoriales en distintos puestos. El más habitual es como mediadores, recomendando los libros que reciben de los sellos editoriales a medida que acumulan cada vez más seguidores. Victoria, por ejemplo, escribió a una editorial cuando tenía apenas 30 mil seguidores. Hoy le “colaboran” (como dicen entre BBB), tanto las “grandes” (Planeta y Penguin Random House) como las favoritas entre jóvenes, los sellos young adult de V&R y Urano, y hasta editoriales más pequeñas que no suelen apuntar al público juvenil, como ediciones Godot. Pero estos influencers de libros también se incorporan en otros puestos en el mundo editorial como evaluadores de manuscritos inéditos, community managers, editores y hasta escritores. Es que son conscientes del poder de persuasión que pueden tener en sus audiencias. “Yo empecé a hablar de una trilogía que acá casi nadie conocía y después iba a la librería y estaba agotada”, cuenta Camila con orgullo. “No sabés la cantidad de gente que me escribe para agradecerme por haber conocido esa saga”.

Victoria tiene hoy un doble vínculo con la industria editorial: colabora como una mediadora clave en la promoción y recomendación de lecturas pero además, a comienzos de 2022, publicó su primer libro en papel. La aclaración vale porque el libro fue publicado primero en Wattpad, durante el primer año de la pandemia,

registrando más de 40 mil lecturas. V&R YA apostó por la autora, pero también por la booktoker. Dos semanas después de su publicación en físico, la novela Reino de Papel ocupaba los primeros puestos en los ranking de venta de una las principales cadenas de librerías del país. Aunque Victoria no es la primera BBB publicada, sus colegas booktokers ven en ella a alguien que representa a toda la comunidad y su experiencia entusiasma a todos aquellos que, de forma compartida, en Wattpad o, de manera algo más íntima, en Drive o Word, escriben sus historias y sueñan con verlas en papel.

Lo que está más allá del libro

“Si bien ahora está LA novedad de TikTok porque es una plataforma relativamente nueva en comparación con las demás, la comunidad de booktubers sigue existiendo, la comunidad de bookstagrammers sigue existiendo. De hecho todos los años en la Feria se hacen los grandes encuentros de booktubers y bookstagrammers y quien te dice por ahí el día de mañana se hagan encuentros de booktokers”, especulaba Agustina.

De hecho, Booktok será la joyita de la Movida Juvenil de esta Feria, que tendrá su cierre de lujo al caer la tarde del viernes 13 de mayo con el Encuentro de Bookfluencers. Es que una de las tendencias que dejaron estos últimos dos años es que más allá del actual boom de TikTok y del formato específico de una aplicación, ya no hay lugar para fronteras entre comunidades de lectores. Como también imaginaba Agustina, [“quizás el día de mañana sale una nueva aplicación”](#) en la que poder compartir este amor por la lectura.

Como dijo el poeta Edmond Jabés: “entonces, lo que está más allá del libro, sigue siendo el libro”.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Paola Espinoza en colaboración con Jonathan Santiago Asenso

Fecha de creación

2022/05/14