

Apuntes sobre la narrativa juvenil argentina de la post pandemia. Novedades y continuidades en novelas escritas por *booktokers*

Victoria Saez (CONICET/IIGG-UBA)

saezvictoria@live.com

Resumen

La circulación de la literatura entre las juventudes se encuentra en la actualidad fuertemente atravesada por las plataformas digitales. A la vez, estas experiencias se articulan con la industria editorial, que ha sabido capitalizarlas erigiéndose como uno de los segmentos más pujantes a nivel global. Uno de los emergentes de este universo es la publicación de obras literarias por parte de jóvenes que producen contenidos sobre libros en redes sociales, un fenómeno transnacional que viene creciendo en Argentina en los últimos años.

A partir de la perspectiva de la sociología de la cultura, esta presentación busca indagar en las características de novelas escritas por mujeres argentinas jóvenes que producen contenidos literarios en TikTok. La metodología se basa principalmente en el análisis de las obras –considerando también sus elementos paratextuales- y en los testimonios de estas autoras extraídos de entrevistas en profundidad, eventos en la Feria del Libro de Buenos Aires e intervenciones en espacios virtuales.

Se observa que estas publicaciones presentan novedades que incorporan elementos propios de la convergencia digital pero también continuidades respecto a etapas anteriores al desarrollo tecnológico.

Si bien se buscarán encontrar rasgos generales en una serie amplia de títulos publicados entre 2022 y 2024, el trabajo profundizará en análisis de las novelas *Reino de papel* de Victoria Resco (2022), *La teoría de Joa* de Agustina Gómez (2023) y *Siempre fuiste tú* de Malena Hehn (2023).

Introducción

La circulación de la literatura entre las juventudes se encuentra en la actualidad fuertemente atravesada por las plataformas digitales. A la vez, estas experiencias se articulan con la industria editorial, que ha sabido capitalizarlas. Como he desarrollado en otros trabajos (Saez, 2022, 2023), estas articulaciones se revelan principalmente en dos fenómenos. En primer lugar, en la inserción profesional en la industria editorial de

jóvenes que crean contenido sobre libros en redes sociales, ocupando roles vinculados con el área de marketing, comunicación, manejo de redes y edición. En segundo lugar, en la publicación de obras literarias escritas por estos mismos actores, un fenómeno global que viene creciendo en Argentina en los últimos años. En este trabajo me interesa indagar en esta segunda dimensión, en particular en mujeres jóvenes que producen videos sobre libros y lecturas en la plataforma TikTok y que han publicado novelas en los últimos tres años.

Desde la perspectiva analítica de la sociología de la literatura (Bourdieu, 2009, 2010; Sapiro, 2016), tomo los casos de tres *booktokers* que publicaron sus novelas: Victoria Resco, Malena Hehn y Agustina Gómez Orfila. Trazando un análisis que aborde tanto al objeto como a sus productores, lectores y mediadores (Gallego Cuiñas, 2022), a partir de entrevistas en profundidad y análisis de las novelas y de publicaciones en plataformas digitales, recupero trayectorias, testimonios e intervenciones de las autoras en relación con sus procesos de creación y de publicación, su rol como *influencers* literarias y su vínculo con lectoras para observar la forma en que se configuran como objetos de consumo y cómo estos rasgos imprimen marcas particulares en la circulación de la literatura entre las juventudes y en los propios libros. A la vez, se busca indagar en novedades que la convergencia digital implicó en este universo y también continuidades que se dan respecto a un estado de cosas previo.

El segmento editorial juvenil en Argentina

Bajo el rótulo de literatura juvenil se encuentra un amplio abanico de producciones que forman parte de un campo de una enorme heterogeneidad atravesado por cuestiones que tienen que ver con la literatura, la escuela y el mercado (Cañón y Stapich, 2012).

En Argentina, tal como historiza Tossi (2019) y recupera Pates (2021), la literatura infantil y juvenil (LIJ) surge hacia fines de siglo XIX como respuesta de las demandas de un sistema educativo que se había ampliado drásticamente, a partir de la Ley de Educación Común, Gratuita y Obligatoria de 1884. Los libros destinados al público infantil y juvenil fueron pensados casi exclusivamente para su circulación en ámbitos educativos hasta la década del '60, cuando aparecen autores que ponen el foco en la cuestión estética más que en los contenidos aleccionadores y didácticos¹.

En el regreso democrático, luego del período de censura de la dictadura cívico militar, ingresan al canon escolar autores nacionales. En la década de '90 se profundiza esta

¹ Podemos mencionar a Elsa Bornemann, Ricardo Mariño, María Elena Walsh, entre otros.

tendencia, la literatura juvenil empieza a despegarse de la infantil y las editoriales publican libros de narrativa para ser leídos principalmente en las escuelas, luego de que la reforma educativa de 1995 desarmara el repertorio de lecturas canónicas (Cañón y Stapich, 2012). Editoriales como Colihue, Alfaguara y Norma lanzan colecciones juveniles donde alojan a autores nacionales contemporáneos. Este tipo de novelas² se caracterizaban por incorporar “algún tópico vinculado con las diferencias étnicas, culturales, o aspectos sociales relevantes, como por ejemplo, la discriminación, el SIDA, conflictos adolescentes en situaciones familiares adversas, etc. y lo incorporan en el circuito comercial, con diversas estrategias de colocación y venta destinadas al público conformado por docentes y alumnos” (Moro, 2017: 14).

El proceso de concentración y globalización de fines de la década del '90 transforma el mapa editorial local en el que gran parte de las editoriales nacionales -incluyendo las que editaban contenidos para ser leídos en las escuelas- fueron adquiridas por empresas extranjeras (Szpilbarg, 2019). El Estado deja de regular la circulación de contenidos literarios en ámbitos educativos para dar lugar al dominio del mercado y los factores comerciales. Obligadas a responder a las exigencias de las empresas comunicacionales y de contenidos a las que pertenecían, cuya finalidad prioritaria era la búsqueda de rentabilidad, las editoriales empezaron a producir más libros con una rápida rotación y a contratar agentes que venían de otras áreas, como técnicos financieros, contadores y expertos de marketing y comunicación. (Saferstein, 2018) El paradigma comercial y los criterios heterónomos fueron ganando terreno en el campo editorial (De Diego, 2019) y, en particular, en el subcampo juvenil.

Sobre el fin de siglo XX, irrumpe la saga protagonizada por Harry Potter, que, como señala Michael Cart (2016), junto con las sagas Crepúsculo de Stephanie Meyer y Los juegos del hambre de Suzanne Collins, con millones de ejemplares vendidos, películas y traducciones en todo el mundo, abrirían el camino para consagrar a la literatura juvenil, también denominada “Young Adult”³ como uno de los sectores más pujantes de la industria editorial global y local. En Argentina, por caso, desde el 2015 hasta la

² Autores como Marcelo Birmajer, Alma Maritano o Antonio Santa Ana, autor de *Los ojos del perro siberiano* (1998), que superó los cuatrocientos mil ejemplares editados, un hito en el sector.

³ Cart define a esta categoría como amorfa y difícil de cerrar, pero que suele abarcar a personas de entre 13 y 25 años o incluso puede llegar hasta los 30 (Cart, 2016) El término “Young Adult” después de la Segunda Guerra Mundial era un sinónimo del término “adolescentes” que tenía poco uso pero la terminología fue recuperada por el mercado editorial norteamericano para definir a ese público en expansión. La utilización de este término en las publicaciones en los países de habla hispana es otro índice del fenómeno de transnacionalización que se da con este género.

actualidad⁴, los libros juveniles, junto con los infantiles, son la temática más publicada en el sector editorial comercial.

Podemos identificar dos motivos principales de este éxito. Por un lado, tal como señala Pates (2021), la formación de un público lector joven que buscaba lecturas que no fuesen las escolarizadas y que a la vez estén separadas de las publicaciones infantiles, algo que el mercado editorial globalizado supo dar respuesta rápidamente. Por otro lado, el creciente desarrollo de las tecnologías digitales y su presencia en las formas de vincularse con la literatura de las juventudes (Saez, 2019, 2021). Esto se refleja en la formación de comunidades virtuales de lectura y escritura y en el creciente protagonismo en los consumos juveniles de plataformas dedicadas a leer, escribir y compartir textos literarios, como Wattpad, así como de personas que recomiendan lecturas en redes sociales, como los/las *bloguers*, *booktubers*, *bookstagrammers* y *booktokers* (o “*bookfluencers*”), quienes en blogs, YouTube, Instagram y TikTok, respectivamente, hablan sobre sensaciones personales en relación con los libros, en un lenguaje cercano y desde un espacio íntimo. La industria editorial supo capitalizar estos fenómenos (Cuestas y Saez, 2020), incorporando profesionalmente a estos grupos de jóvenes que producen contenidos en entornos virtuales y que habían construido audiencias propias sobre las que tenían influencia. En la última década, una parte de estos han pasado a trabajar en editoriales en áreas de comunicación, marketing y edición (Saez, 2023), incluso se han transformado en autores publicados.

Si bien el segmento juvenil era prácticamente monopolizado por libros escritos por autores anglosajones (Saez, 2023), recientemente empezaron a multiplicarse los/as escritores nacionales en los catálogos, principalmente autoras jóvenes que producen contenidos en TikTok⁵.

Entre las *booktokers* que publicaron, podemos mencionar a Almendra Veiga con *El chico de fuego* (Planeta, 2023); Belén Sancho con *Prisma* (Alfaguara, 2023); Agustina Buera con *Un amor agridulce* (Planeta, 2024); Agustina Ríos con *Corazones de cristal* (V&R, 2024); Ponja Goya con *Al final del juego* (V&R, 2024) y Sol Chiara con *Retratos de instantes perfectos* (Alfaguara, 2024)⁶, además de los casos de Victoria

⁴ Los datos son extraídos de los Informes publicados por la Cámara Argentina del Libro en 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 y 2023. Publicados en <https://www.camaradelibro.com.ar/>

⁵ TikTok es una plataforma que promueve la producción y edición de videos cortos, generalmente de menos de un minuto. Para más información ver Cuestas, Pates y Saez (2022).

⁶ Hay otros ejemplos de jóvenes de Argentina que producen contenido literario en distintas plataformas y están siendo publicados por sellos editoriales, como aquellos/as que comenzaron compartiendo sus textos en la plataforma Wattpad, como Santiago Speranza, Mar Petrik, Jessica Rivas y el *bookstagrammer*

Resco, Agustina Gómez Orfila y Malena Hehn, que analizaremos en detalle a continuación.

“Me puse luces de neón”. *Booktokers* argentinas que publican libros

Victoria Resco nació en 2003 en la Zona Norte de Buenos Aires. Durante la pandemia por Covid-19, cuando estaba cursando el último año de la escuela secundaria, se descargó la plataforma TikTok, donde vio chicas, sobre todo de Estados Unidos, que producían videos hablando de libros. Decidió hacer lo mismo, ya que era una asidua lectora y no tenía con quién compartir esa pasión. En algunos meses llegó a superar el millón de seguidores con su cuenta @victoriacomelibros. Victoria le escribió a editoriales para ofrecer su “colaboración”⁷ y pronto comenzó a recibir ejemplares de varios sellos. También se dedicó a escribir y ese mismo año subió periódicamente a la plataforma Wattpad los capítulos de su novela. Utilizó su cuenta de TikTok para promocionarla y logró alcanzar las cuatrocientas mil lecturas. Tener un contacto ya establecido con las editoriales, la incentivó a proponerles editar su historia. Seis meses después, V&R le respondió positivamente y en 2022 salió a luz *Reino de papel*. La primera edición de sucesivas tiradas, ya que el libro lograría alcanzar el podio de los títulos más vendidos en varios puntos del país, tal como se lo confirmaría Cristina Alemany en el encuentro de *Bookfluencers* de ese año en la Feria Internacional del libro de Buenos Aires, frente a la incredulidad de Victoria.

Agustina Gómez Orfila nació en 2001 y también es oriunda de la Zona Norte de Buenos Aires. Inspirada en *booktubers* que seguía hace tiempo, en septiembre de 2020 se filmó hablando sobre libros que estaba leyendo y lo subió a TikTok. Uno de esos videos se hizo muy viral. Unos meses después, le escribió a algunas editoriales para ofrecer sus contenidos a cambio de libros y al tiempo recibió una propuesta de Planeta “yo estaba re emocionada, era como mi primer canje oficial” (entrevista personal, junio 2021). Agustina además escribía y sabía que existía la posibilidad de convertirse en autora, porque conocía el recorrido de Victoria. En una entrevista detalla cómo llegó a publicar *La teoría de Joa* en 2023 con Alfaguara:

Maximiliano Pizzicotti o Florencia Dapiaggi, quien comparte sus poemas en Instagram y en 2024 publicó su poemario. En todos los casos, fueron tres editoriales las que alojaron a estos/as autores/as: Penguin Random House, Planeta y V&R. Estos sellos, junto con Urano, son identificados por el público de este segmento y por los mismos productores como las cuatro principales que publican literatura juvenil.

⁷ Término que se utiliza en este espacio para la producción de contenidos sobre libros en redes sociales a cambio de ejemplares gratuitos.

“Empecé a hacer contenido sobre lo que estaba escribiendo, contando mi proceso, mostrando mis avances, hablando de los personajes y demás para llamar la atención de las editoriales. Me puse luces de neón Después de la Feria del Libro, seis meses después de que hubiera empezado mi plan maestro, fue cuando recibí la propuesta de la editorial” (Torres, 25/02/2023).

Malena Henh nació en 2004 y vive con sus padres en el barrio de Almagro, en la Ciudad de Buenos Aires. Desde los ocho años que hace videos en YouTube sobre distintas cosas, “principalmente de moda”. Esto provocó que sufra burlas de sus compañeros: “empezaron a hacerme *bullying* por hacer contenido en redes sociales, más que nada porque yo consumía a *influencers* de España y de México, y como era chiquita, imitaba su acento” (entrevista personal, julio de 2024). Dejó de “exponerse” en redes, sin embargo, en el último año de la secundaria, en abril de 2021, como tenía mucho tiempo libre, decidió volver a crear contenido, esta vez en esa plataforma que “todos se habían descargado” y que permitía hacer videos de menos de un minuto. Eligió hablar sobre una novela que estaba leyendo:

“Seguí haciendo videos en *Booktok* y en menos de 3 meses tenía más de 100.000 seguidores, empecé a aparecer en *Four You Page*, a familiares de mis amigos, le aparecí a las hermanas de mis amigas, y ahí es cuando ellas se enteraron” (entrevista personal, julio de 2024).

Desde ese momento, Malena sube casi todos los días algún video a TikTok y que mensualmente recibe novedades juveniles de las editoriales a las que les escribió ella misma para ofrecer su colaboración a cambio de ejemplares. Al igual que en los otros casos, su contacto con editoriales -y conocer otras trayectorias de *booktokers* que habían publicado- le permitió publicar su primera novela, *Siempre fuiste tú* en 2023:

“En una de las charlas que organiza V&R fuimos con Ponja y acorralamos en el baño a la editora, para contarle que estábamos escribiendo y que queríamos publicar, ella ya nos conocía y nos dijo que le mandemos el manuscrito. Nos publicó a las dos” (entrevista personal, julio de 2024).

En todos los casos hay un conocimiento de las posibles trayectorias profesionales en este espacio, saben qué lugares ocupar en este subcampo, ponen en juego el capital

acumulado en plataformas (Cuestas, Pates y Saez, 2022) y los vínculos con la industria editorial para posicionarse como autoras. Además de los libros que mencionamos, Victoria ya publicó dos novelas en Planeta; Agustina anunció otra con Urano y Malena una próxima con V&R.

Podemos ver recorridos similares en los casos analizados. Las tres comenzaron publicando videos sobre libros en TikTok durante la pandemia, finalizando la escuela secundaria, muy jóvenes, con un conocimiento de los posibles vínculos con la industria editorial y de las trayectorias profesionales que podían habilitarles las audiencias cosechadas en sus canales virtuales.

La irrupción de TikTok y de usuarios que recomendaban libros en esa plataforma, coincidió con una época en donde ciertos grupos de jóvenes tenían más tiempo libre. Eso habilitó que una gran parte consuma y produzca esos contenidos y que estos fenómenos adquieran mayor masividad. ¿De qué manera operan estos rasos en las configuraciones de estas jóvenes como autoras? ¿Qué características tienen los libros que publican en particular? Plantearemos un acercamiento a estos interrogantes en los próximos apartados.

“A la gente le gusta conocerte”. Configuraciones de autoras en la red

Como ha sido señalado ampliamente, hoy en día la figura del autor es un objeto de consumo en sí mismo, pues “se convierte en personaje mediático que ‘se vende’ en salas de conferencias, talleres y medios de comunicación, lo que redundo en el diseño de estrategias de autorepresentación por parte del escritor” (Gallego Cuiñas, 2014:4). Esto se profundiza en las plataformas digitales, en donde las “nuevas tecnologías de la presencia” (Arfuch, 2007: 61) habilitadas por la globalización y el desarrollo tecnológico posibilitan la manifestación pública de los relatos biográficos que se abren a la existencia virtual.

“En la redes está todo de mí ahí, no hay mitos alrededor mío, está todo ahí para que todos lo vean”, aseguraba Victoria frente a sus lectores (Encuentro Internacional de *Bookfluencers*, Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, 13 de mayo de 2022). Y en una entrevista me comentaba: “Siento que a la gente le gusta conocerte más allá de tu opinión de los libros. Quiere verte a vos, cómo sos y qué es ese libro para vos” (mayo de 2021).

Los contenidos que publican estas jóvenes se orientan cada vez más a compartir sus experiencias profesionales, sus estrategias para insertarse en la industria editorial, sus

procesos de creación, producción y edición de sus libros “Hoy les voy a contar cómo hice para publicar mi libro con 19 años en una editorial”, dice Malena en su video de TikTok (26 de agosto de 2024). Agustina comparte diversos videos en TikTok donde expone el “detrás de escena” de la escritura, como “Acompañenme a firmar contrato con una editorial” (10 de agosto de 2022), “Tres libros que todo escritor tiene que leer” (18 de noviembre de 2023) o “Las cinco cosas que me hubiera gustado saber antes de publicar mi libro” (17 de noviembre de 2023). Allí describe vicisitudes inesperadas que enfrentó y advertencias “para que si algún día quieren publicar, lo atraviesen un poquito mejor que yo”, entre las que aseguraba que quien publique iba a “perder plata” porque las editoriales liquidan a los seis meses el porcentaje de las ventas y la inflación bajaba notablemente la ganancia.

Victoria, Agustina y Malena se esfuerzan por promocionar sus libros y tienen distintos videos donde dan razones para leer sus novelas, revelan datos curiosos o se muestran emocionadas viéndolas en papel por primera vez. “Pienso en la Malena que siempre soñó con esto y lloro”, dice en uno de sus publicaciones la joven::



Imagen 1. Extraída del video de TikTok de la cuenta de “Unboxing de *Siempre fuiste tú*”. @malelovesbooks publicada el 21 de agosto de 2023.

El objeto libro conserva su estatus simbólico, también en el ecosistema de plataformas. Pese a que se trata de jóvenes que han logrado cosechar audiencias de cientos de miles de seguidores que las leen y consumen sus contenidos, los libros

impresos se erigen como productos culturales valorados y como instancias de consagración.

Si hoy “la cultura literaria se orienta hacia el consumo de autores, no de libros” (Vanoli, 2019: 45), las/os lectoras/es también van a buscar a esas autoras en las novelas y las autoras deben confirmarlo ante sus audiencias en las intervenciones virtuales que realizan.

“Con Megan me identifico con sus inseguridades respecto a su piel y a que recibió *bullying* por eso, pero con quien más me identifico es con Oliver, por su humor y todo lo que hace, como desayunar Coca-Cola en una taza” (Malena Hehen, video de TikTok “Curiosidades de mi libro *Siempre fuiste tú*, parte 10, 12 de agosto de 2024).

“Me fui inspirando en bandas que me gustaban a mí, cosas que sentía yo, toda la historia de Julia con su familia, y un par de escenas particulares con un miembro de su familia, estaban inspiradas en un sentimiento que yo tenía con una persona” (Agustina Gómez, “Novelas para chicxs, el podcast”. 17 de marzo de 2023. Min.10:50)

“Todos los personajes tienen un pedacito mío. Aspen está re traumada y tiene una vida horrible. No es tan así, pero yo en la secundaria nunca la pasé bien, me costaba encontrarme, encontrar un lugar, no me sentía en esa aula en ese espacio. Y este personaje se encuentra en esa situación. No es que no querés ir al colegio, querés comer y luchar con eso, es algo que yo hice toda la vida” (Victoria Resco, Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, 13 mayo de 2022).

Que los personajes tengan “un pedacito” de Victoria significa aportar su capital principal a la obra, porque los/as lectores/as que van a leer su libro son quienes la siguen en redes y (la) consumen en todos los formatos. Esto su editora lo tiene bien claro:

“Hay algunas cosas que son muy Victoria también que no las cambiamos. Por ejemplo, entre otros, “pelinaranja”. Sabemos que no existe esa expresión, pero “¡es Tory!” Queríamos que la encuentren también en el libro y nos parece re importante que haya expresiones de ella y quienes la siguen en las redes digan ‘esta es ella’” (Melisa Corbetto, presentación de *Reino de papel*, Shopping Dot, 25 de marzo 2022).

Tres novelas juveniles escritas por jóvenes

En este apartado señalaré algunos rasgos de las obras con la intención de abrir paso a futuras investigaciones que profundicen en el tema. Se trata de tres novelas románticas, un género que, junto con la fantasía, es el más nombrado por mis interlocutoras lectoras y productoras de contenido. En *Reino de papel* la protagonista desea terminar pronto su último año de su educación secundaria para alejarse de su vida actual, no se siente cómoda con su grupo de amigas ni con su familia, hasta que conoce a un chico que le cambia su forma de ver las cosas. En *Siempre fuiste tú* se narra la historia de amor entre dos amigos, uno de ellos irá descubriendo su sexualidad y su novia será la tercera de un triángulo amoroso. En *La teoría de Joa* se desarrolla una historia de amor entre un famoso músico de rock y una joven que se fue de su casa y vive al día con un escaso sueldo que recibe por atender llamadas en un *call center*. Estas dos últimas obras, además, se insertan en la tendencia transnacional señalada por Cuestas y Pates (2024) propia de la literatura *young adult* de incorporar personajes LGBT+ en sus protagonistas o en personajes secundarios.

Las dos novelas publicadas por V&R están escritas en español neutro y la historia transcurre en Estados Unidos, sus personajes son jóvenes norteamericanos preocupados por las universidades a las que aplicarán cuando terminan la escuela, que participan en equipos de fútbol americano o en el grupo de porristas y que organizan las tradicionales fiestas de Halloween. Se evidencia así el proceso de internacionalización que se da en el mercado editorial (Sapiro, 2009), que impacta particularmente en el segmento juvenil comercial, incluso en aquellos producidos por escritores nacionales. En el caso de la novela de Resco, la editorial eliminó el voiceo de la versión original de Wattpad, en la novela de Hehn, fue escrita así desde su primera versión. En cambio, *La teoría de Joa* transcurre en Argentina y está escrita “en porteño” como dice la autora en uno de sus videos de TikTok destacándolo como un valor que la distingue de otras novelas (Gómez, A. “Y por esto tenés que leer *La teoría de Joa*”, 17 de abril de 2023).

Koss y Teale (2009) sostienen que los crecientes avances de las tecnologías digitales sobre las formas de comunicación y los textos que circulan en la sociedad -chats, mails, foros, redes sociales- repercuten en las novelas juveniles, que incorporan estas formas a través de la presencia de múltiples voces en los narradores. En efecto, el uso de la primera persona desde distintos puntos de vista de los personajes es un rasgo en común en las tres historias. *La teoría de Joa* y *Siempre fuiste tú* alternan las miradas de los dos protagonistas de los romances. *Reino de papel* está narrada por Aspen, el personaje

principal, quien despliega su voz en distintos soportes y registros: su diario íntimo, en sus mensajes de texto, notas en papel y en el celular, en sus intervenciones en grupos de Whatsapp y en cartas.

Asimismo, las tres novelas también avanzan a través de las diversas formas de comunicación, por escrito, por audio, en publicaciones en redes sociales, en chats grupales, que hilvanan las historias y conectan a los personajes.

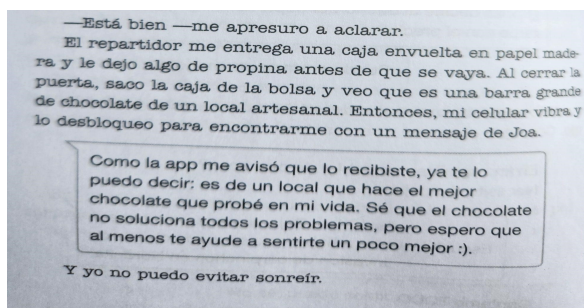


Imagen 2. Gómez, A. (2023) *La teoría de Joa*. Pp. 126.

Otra cuestión interesante a destacar es que las problemáticas sociales juveniles que han sido tematizadas en las novelas para jóvenes de fines de los '90, reaparecen en estos textos. *Reino de papel* recupera estos tópicos tematizando los trastornos alimenticios y de salud mental (la ansiedad que padece la protagonista), la adicción al juego (que tiene la madre), el consumo problemático de drogas (que desencadena en la internación del hermano de su novio) y la violencia (que ejerce su grupo de amigas). En *La teoría de Joa* uno de los protagonistas tiene una adicción al alcohol y vive recurrentes situaciones de violencia. En *Siempre fuiste tú*, se menciona el *bullying* y la salud mental de una de las protagonistas que empieza a tener ataques de pánico luego de separarse de su novio.

Por último, haré mención de los elementos paratextuales de estas obras. Genette (1987) define al paratexto como el elemento auxiliar al texto que acompaña al lector en la introducción del libro, brindando información y guiándolo. El paratexto incluye un conjunto heterogéneo de prácticas y discursos llevados adelante por distintos actores del sello editorial -principalmente editores, ilustradores y diseñadores (Lluch, 2005).

En la primera presentación de *Reino de papel*, Victoria contaba que la tapa era una ilustración inspirada en una fotografía que ella había elegido para acompañar su texto en Wattpad (25 de marzo de 2022, Shopping Dot Buenos Aires). La tapa para Agustina también es un elemento clave, “yo la tenía pensada así exactamente, hasta había elegido la ilustradora que quería” (“Novelas para chicxs, el *podcast*”, 17 de marzo 2023). Los

colores llamativos y la figura del protagonista como imagen principal constituyen un rasgo típico de las ediciones juveniles desde los albores del siglo XXI (Lluch, 2005) y que sigue vigente:



Imagen 3, 4 y 5.. Tapas de *Reino de Papel*, *La teoría de Joa* y *Siempre fuiste tú*. Recuperadas de <https://vreditoras.com/> y <https://www.penguinlibros.com/ar>

El diseño interior también es un rasgo característico de las ediciones juveniles de V&R: en los márgenes y comienzos de capítulos lucen ilustraciones vinculadas a la historia, en *Siempre fuiste tú* las páginas se distinguen por colores, que representan emociones de los personajes, según detalla Malena en sus redes sociales.

Junto con los paratextos más clásicos, hay otros que desbordan el objeto libro y se articulan con las plataformas. En la contratapa de las dos novelas de V&R, además de especificar que el título está disponible en ebook, hay un código QR que conduce a un video donde las autoras presentan sus novelas. En el interior hay otros elementos que rodean al texto y dialogan con los flujos de contenidos virtuales: una página donde se invita al lector a escribir a la editorial su opinión del libro y a compartir su experiencia de lectura en sus redes con el *hashtag* del título. El carácter participativo de las audiencias (Jenkins, 2008) en torno a los productos de la industria cultural, se configura como una estrategia de *marketing* que conoce el potencial de los/as lectores/as para impulsar la circulación de un libro y modifica el propio objeto cultural, “en la Internet actual cada lector es un escritor y un publicista” (Vanoli, 2019, p. 45).

Un elemento ineludible en los paratextos de estas novelas son las *playlist* de Spotify. Estos listados de temas pueden ir al final con una canción para cada capítulo o con distintas listas que encabezan los capítulos. En cualquier caso, se invita a los/as lectores a acceder a estos contenidos musicales a medida que se lee “para vivir la experiencia completa” (Gómez, 2023, p. 373). Las tres novelas cierran con dos o más páginas de

agradecimientos en donde las autoras les hablan a sus seguidores, enfatizan en lo emocionadas que están de cumplir este sueño y agradecen a amigas, editoras, docentes y lectores. Si hoy las plataformas exigen “anclar las escrituras en la identidad virtual y a los escritores se les hace cada vez más difícil no establecer un pacto de sinceridad con sus lectores” (Vanoli, 2019: 42) estas prácticas trascienden la virtualidad también para derramarse en la materialidad de las obras. Si, como habíamos señalado previamente (Saez, 2019) las pantallas conducían a una parte de las juventudes a leer libros de papel ahora los libros reconducen a los lectores a las pantallas, integrándose a la convergencia mediática.

Reflexiones finales

Si bien la “resemantización y sobreexposición [del autor] como personaje mediático, su constitución en artículo de consumo y la multiplicidad de gestos o escenas que median su imagen pública” (Gallego Cuiñas, 2022, p.54) no es particular del segmento juvenil, podemos observar que en este espacio particular, esta lógica se evidencia de manera descarnada, sin matices. Estas productoras culturales que comenzaron en la pandemia sus actividades en redes sociales, siendo en su mayoría menores de edad, e configuran como lectoras, autoras y objetos de consumo. Las prácticas que despliegan en las plataformas, en donde hablan de sus lecturas desde sus experiencias y emociones personales, se derraman en los libros que publican, anclando sus identidades también en esos objetos, que circulan en escenarios híbridos entre lo analógico y lo virtual.

A la vez, estas novelas juveniles publicadas en los últimos tres años, luego de la pandemia, presentan novedades incorporando elementos propios de la convergencia digital y de estas micorcelebridades (Marwick, 2018) del ecosistema de plataformas, pero también continuidades respecto a etapas previas. La tematización de problemáticas sociales juveniles en las historias y la ponderación del objeto libro como productos culturales de valor, son algunos de estos rasgos. Por la extensión de este escrito, no pudieron desarrollarse otras dimensiones, como un análisis más exhaustivo de las tramas narrativas y la indagación en la percepción de los/as lectores/as de estas publicaciones, temas que se espera profundizar en un futuro.

Bibliografía

Bourdieu, P. (2009) Una revolución conservadora en la edición. *Intelectuales, política y poder*, Eudeba. pp. 223-267.

Bourdieu, P. (2010). Algunas propiedades de los campos. *Cuestiones de sociología*, Istmo. pp. 119-126.

Bombini, G. (2019) Didáctica de la lectura y la escritura y multimodalidad. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, Buenos Aires, v. 19, n.72. pp. 71-79. Disponible en <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/1112>

Cañón, M. & Stapich, E. (2011). Leer en los bordes: la literatura juvenil. *Actas del Cuarto Congreso Internacional CELEHIS de Literatura*. Literatura española, latinoamericana y argentina, Mar del Plata, Argentina.

Cart, Michael. Young Adult Literature: The State of a Restless Art. *SLIS Connecting*, vol. 5, n° 1, 2016, <http://aquila.usm.edu/slisconnecting/vol5/iss1/7>. Accedido el 14/7/2023.

Cuestas, P. y Saez, V. (2020). Tecnologías digitales, comunidades virtuales y nuevas formas de leer. ¿Qué está pasando en el sector editorial juvenil en Argentina? *Álabe*, (22), 1-19. <http://revistaalabe.com/index/alabe/article/view/558/364>.

Cuestas, P., Pates, G., & Saez, V. (2022). El fenómeno booktok y la lectura en pandemia: jóvenes, pantallas, libros y editoriales. *Austral Comunicación*, 11(1). <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1101.pat>

Gómez Orfila, A. (2023) *La teoría de Joa*. Alfaguara.

Hehn, M. (2023). *Siempre fuiste tú*. V&R.

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación* (Trad. Pablo Hermida Lazcano). Barcelona.

Koss, M. Teale, W. (2009) What's Happening in YA Literature? Trends in Books for Adolescents. *Journal of Adolescent & Adult Literacy* 52(7). Pp. 563 - 572.

Lluch, G. (1996). La literatura de adolescentes: la psicoliteratura. En *Textos de Didáctica de la Lengua y la Literatura*, nro. 9, pp. 21-28.

Lluch, G. (2005). *Cómo analizamos relatos infantiles y juveniles*. Norma: Bogotá.

Lluch, G. (2014). Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. En *Ocnos*, 11. Pp. 7-20. Disponible en https://www.revistaocnos.com/index.php/ocnos/article/view/ocnos_2014.11.01

López, C. & Bombini, G. (1992). Literatura “juvenil” o el malentendido adolescente. En *Versiones*, año 1, nro. 1, pp. 28-31.

Marwick, A. (2013). *Status update*. Yale University Press.

Moro, D. (2017). Palabras liminares. En Moro, D. & Forte, N. (coord.). *Umbral para un diálogo. Lengua y Literatura en la escuela secundaria*. Universidad Nacional de La Pampa, Santa Rosa, pp. 13-20.

Nieto, F. (2017) En torno a la paraliteratura juvenil: lo bueno de los libros malos del canon escolar. En *Catalejos. Revista sobre lectura, formación de lectores y literatura para niños*. Vol. 2; N° 4, junio de 2017. pp. 129-151.

Pates, G. (2021). El mercado es como la marea”. Editoriales, editores/as y literatura juvenil en Argentina. En *Badebec*, Vol. 11 N° 21.. Disponible en: <https://revista.badebec.org/index.php/badebec/article/view/514>

Resco, V. (2023). Entrevista a por el programa Cada día. Canal nueve. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=hNBoZ1xR-SU>

Resco, V. (2022). *Reino de papel*. V&R.

Rubinich, L. (2011). Productores privilegiados de visiones del mundo. Nociones de libertad en disputa. En Rubinich, L. y Miguel, P. (Eds.). *Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*. Aurelia Rivera libros. pp. 9-43.

Saez, V. De las pantallas al papel. Nuevos acercamientos de las jóvenes a la literatur". *El Toldo de Astier*, n° 10, vol. 18, 2019, pp. 42-51. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.9825/pr.9825.pdf. Accedido el 14/7/2023.

Saez, V. (2023). La incorporación de “Bookfluencers” en la industria editorial argentina: Transformaciones en la producción y circulación de libros juveniles en la segunda década del siglo XXI. *VINCO*. V. 2, n. 2. <https://periodicos.cefetmg.br/index.php/VINCO/article/view/1075>

Saez, V. (2021). Experiencias de lectura en la era digital. El caso Wattpad. *Questión*, 68(3). <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/6673/5733>

Saferstein, E. (2018). Entrenarse para vender libros: Condiciones para el desarrollo del sentido práctico de los editores de los grandes grupos en Argentina. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 9(1), 100-125. <https://doi.org/10.21501/>

Sapiro, G. (2009) *Les contradictions de la globalisation éditoriale*. Nouveau Monde.

Szpilbarg, D. (2019): *Cartografía argentina de la edición mundializada. Modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI*. Tren en Movimiento.

Torres, L. (25/2/2023) De la pantalla al papel: jóvenes que recomiendan libros y se convierten en escritores. *Télam*. <https://www.lacapital.com.ar/educacion/de-la-pantalla-al-papel-jovenes-que-recomiendan-libros-y-se-convierten-escritores-n10048107.html>

Tosi, C. (2019). La mediación editorial en la literatura infantil. Acerca de los vínculos entre libros, escuela y mercado. *Catalejos. Revista sobre lectura, formación de lectores y literatura para niños* 8. 4. pp. 4-15. Disponible en <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/catalejos/article/view/3781/3723>

Vanoli, H. (2019). *La literatura en tiempos de algoritmos*. Siglo XXI.

Plataformas digitales consultadas

Gómez, A. <https://www.tiktok.com/@agusgrimpitch?lang=es>

Hehn, M. <https://www.tiktok.com/@malelovesbooks?lang=es>

Buera, A.; Gómez, M., Veiga, A. “Novelas para chiexs, el *podscast*”. Penguin Random House Mondadori”. *Podcast*. Spotify. Entrevista a Agus Grimmpitch. 17/3/2023.

Resco, V. <https://www.tiktok.com/@victoria.resco?lang=es>