

Feria del libro y cultura digital

*Ivana Mihal**

Resumen

El interés de los estudios antropológicos por las ferias del libro ha ido incrementándose de la mano de los aportes de esta disciplina al campo de estudio de las distintas maneras de leer en la actualidad; con las políticas orientadas a la lectura y con la industria editorial. Este trabajo en particular, se orienta a partir de los siguientes interrogantes: ¿qué características presentan las distintas ferias del libro?, ¿a qué se hace referencia con el término cultura digital en dichos eventos?, ¿qué singularidades tiene este fenómeno en relación con las producciones específicas de libros? Particularmente este texto se enfocará en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires llevada a cabo en mayo de 2016, a partir de un abordaje cualitativo, cuyos materiales se basan en un trabajo de campo realizado en el lugar, recuperando a su vez observaciones con y sin participación en actividades culturales de distinto tipo realizadas en ediciones anteriores en dicho evento. Asimismo, se complementará con materiales de fuentes secundarias.

Palabras clave: Feria; Libro; Cultura digital; Argentina.

* Doctora en Filosofía y Letras, Área Antropología (UBA), Especialista en Gestión Cultural (IDAES-UNSAM) y Licenciada en Antropología (UNR). Actualmente es investigadora asistente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Docente del Doctorado en Diseño (Facultad de Diseño y Comunicación, UP); de la Maestría en Gestión Educativa (UNSAM); y de la Especialización en Literatura Infantil y Juvenil (UNSAM). Pertenece a la Facultad de Diseño y Comunicación desde el año 2016. Forma parte del Cuerpo Académico del Doctorado en Diseño. imihal@conicet.gov.ar

Book fair and digital culture

Abstract

The interest of anthropological studies book fairs has been increasing together the contributions of this discipline to the field of study of the different ways of reading today; with policies aimed at reading and the publishing industry. This particular work is oriented from the following questions: What are the characteristics different book fairs ?, what referred the term digital culture in such events ?, what are singularities of this phenomenon in relation to specific productions of books? Particularly this text will focus on the Buenos Aires International Book Fair held in May 2016, from a qualitative approach, whose materials are based on fieldwork carried out in situ, recovering observations with and without participation in cultural activities of various kinds made in previous years in the event. It will also be complemented with materials from secondary sources.

Keywords: Fair; Book; Digital culture; Argentina.

Feira do livro e cultura digital

Resumo

O interesse dos estudos antropológicos pelas feiras de livros vem sendo incrementados pelas mãos dos aportes desta disciplina no campo de estudo das distintas maneiras de ler na atualidade; com as políticas orientadas a leitura e com a indústria editorial. Este trabalho em particular, se orienta a partir das seguintes questões: que características apresentam as distintas feiras de livros? ao que se faz referencia com o termo cultura digital nos ditos eventos? que singularidades tem este fenômeno em relação com as produções específicas de livros? Particularmente este texto se enfocará na Feira Internacional do Livro de Buenos Aires acontecida em maio de 2016, a partir de uma abordagem qualitativa, cujos materiais se fundamentam em um trabalho de campo realizado no local, recuperando as observações com e sem participação em atividades culturais de distintos tipos realizadas em edições anteriores no dito evento. Assim também se complementarás com materiais de fontes secundárias.

Palavras chave: Feira; Livro; Cultura digital; Argentina.

Introducción

Este artículo gira entorno a algunas singularidades presentes en la relación con la cultura digital a partir del abordaje de una feria del libro. Es usual identificar las ferias del libro como espacios que congregan a autores, lectores, y editoriales destinadas a distintos públicos, sean estos escolares, especializados en disciplinas concretas (historia, arte, turismo, gastronomía, literatura infantil y juvenil, entre otras), principalmente, de la mano de personalidades de interés en los ámbitos culturales y educativos. En este sentido, dichas ferias se configuran como eventos que simbolizan la “cultura escrita”. En los últimos años, sin embargo, la presencia cada vez mayor de tecnologías digitales en diversas actividades cotidianas, la proliferación y coexistencia de dispositivos de lectura y de plataformas y redes sociales, de la mano de narrativas transmedia transforman y acompañan esta “cultura escrita” con lo digital, mostrando articulaciones y suscitando distintas miradas sobre diversas cuestiones que atraviesan los modos de leer y de relacionarse con los textos en el presente.

Si bien las ferias en general pueden ser consideradas como eventos que responden a distintas características, como se verá en el transcurso de este trabajo, han suscitado el interés desde diversas perspectivas en el campo de los estudios antropológicos. Sin embargo, la atención estuvo puesta, sobre todo por su magnitud y relevancia para el sector editorial, en el ámbito de la “cultura escrita”, siendo las transformaciones del mundo digital en vinculación con estos espacios focos de menor atención por los estudios desarrollados en esta materia. En particular, este análisis procura ser un ejercicio a modo de aproximación a la cultura digital, y no tanto a los objetos impresos –libros principalmente– que congregan la atención en las ferias, el cual se concentrará en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires (Argentina)¹.

Por consiguiente, con la intención de establecer un punto de partida desde el cual reflexionar sobre el tema, se comenzará por esbozar en el primer párrafo, conceptualmente qué se entiende por cultural digital, poniendo en relieve distintos modos y sentidos que se amparan

baja dicho concepto, a sabiendas de que en dicha presentación no se agotan las posibles miradas sobre dicho término. En segundo lugar, se dará cuenta de algunos antecedentes relacionados con las ferias del libro, llevados a cabo principalmente por antropólogos en los últimos años, quienes complejizan la simple enunciación de las ferias como eventos, caracterizando y a su vez complejizando su análisis. En tercer lugar, se abordarán concretamente las vinculaciones entre la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires y ciertos aspectos que posibilitan pensar la cultura digital en la temporalidad y espacio concreto que implica su desarrollo anualmente.

Por último, cabe consignar que en el presente trabajo se entiende a la feria del libro como un ámbito –entre otros posibles (educativos, culturales, comunicacionales, entre otros) –, desde el cual pensar la denominada cultura digital a partir de los siguientes interrogantes: ¿qué características presentan las distintas ferias del libro?, ¿a qué se hace referencia con el término cultura digital en dichos eventos?, ¿qué singularidades tiene este fenómeno en relación con las producciones específicas de libros? Como ya adelanté, en este texto se enfocará en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires y en concreto la llevada a cabo entre abril y mayo de 2016, a partir de un abordaje cualitativo, cuyos materiales se basan en un trabajo de campo realizado in situ, recuperando a su vez observaciones con y sin participación en actividades culturales de distinto tipo realizadas en ediciones anteriores en dicho evento. Asimismo, se complementará con materiales de fuentes secundarias.

Aproximaciones a la Cultura Digital

Con el término “cultura digital” se hacen referencias a cuestiones de muy diversa índole, que aunque ponen de relieve lo digital, tienen implícitos sentidos y procesos diversos que se naturalizan. Como sostiene Landau (2013), cuando se enfatizan términos como brecha, era, revolución, o cultura digital que apelan a la discontinuidad y la ruptura, tácitamente se pierden las articulaciones e intersecciones con lo previamente existente. De este modo, se señala en primer lugar, que aunque se reconoce la incidencia que las tecnologías digitales tienen en relación

con la lectura actualmente, se entiende que no se ha tratado de una irrupción que arrasa con prácticas, sentidos y configuraciones preexistentes, antes bien dichas tecnologías coexisten con otras más antiguas como los textos escritos, sonoros, orales, entre otros. Entonces, y teniendo en cuenta que cultura digital es un término con el cual se hacen referencia a distintas cuestiones vinculadas con lo digital, vale en segundo lugar otra aclaración previa, y es que por su parte cultura, también está lejos de ser un concepto unívoco, aun cuando a través de este vocablo sea la mirada antropológica sobre la misma, siempre requiere precisiones acerca de qué es lo que implica. Pues siendo éste un concepto nodal de la disciplina antropológica y de otras afines, aunque no sea desarrollado en este artículo, forma parte de un constructo histórico que ha sido conceptualizado de manera divergente inclusive en los marcos de la propia antropología. Y finalmente, en tercer lugar, cabe agregar que del mismo modo, cuando se plantea cultura digital la discusión respecto a qué se entiende por este término ha sido ampliamente abordada, sobre todo en la investigación académica, apuntando a significaciones y procesos también diversos, que acentúan ciertos aspectos en detrimento de otros como se verá a continuación.

Desde distintas disciplinas en ciencias sociales se invoca a cultura digital, que se retoman aquí porque dialogan con diferentes cuestiones. En este sentido, Druetta (2008) entendiendo cultura como la organización social de significados, y vinculándola con el ámbito digital, sostiene que la definición de cultura digital puede aplicarse en la medida que dichas significaciones sean apropiadas y compartidas en un contexto social concreto (DRUETTA, 2008, p. 77). En esta noción, la autora subraya la apropiación, como categoría que posibilita articular los recursos digitales con sus significaciones cotidianas, partiendo de entender que la desigualdad en el acceso incide en modos y prácticas diferenciadas (DRUETTA, 2013), enfatizando así en sus análisis a los usuarios de las tecnologías digitales.

Doueih (2011) por su parte, esboza que la cultura digital "...está compuesta por modos de comunicación y de intercambio de informaciones que desplazan, redefi-

nen y remodelan el saber en formas y formatos nuevos, y por métodos para adquirir y transmitir dicho saber" (DOUEIH, 2011, p. 35). Dicha definición que el propio autor considera abstracta, a su vez, se vincula con la necesidad de formas renovadas de alfabetización digital, teniendo en cuenta las brechas o fracturas digitales como las denomina. En este sentido, pone la mirada en cómo los sujetos intercambian y se comunican redefiniendo modalidades y saberes previos, reconociendo, a su vez, la necesidad de contextualizar dichas prácticas para no generar abstracciones, y subrayando desigualdades en las disponibilidades y apropiaciones que deben tomarse en consideración. Asimismo, vincula cultura digital con alfabetización digital, otra noción prolíficamente analizada desde diversas posturas, centrando el autor de esta manera su atención sobre los procesos educativos.

En cambio, Becerra, concibe por cultura digital "...el uso de plataformas digitales para potenciar procesos de producción, edición, almacenamiento, distribución o acceso y consumo de cultura, es una incubadora de nuevos modos de concebir los procesos de socialización" (BECERRA, 2012, p. 77). Sin embargo, Becerra sostiene que los cambios en los modos de producción digital como de circulación de contenidos culturales, de información y de entretenimiento generan incertidumbre pues éstos conviven con medios y actores tradicionales, y en ese panorama la concentración en pocos conglomerados plantea desafíos a las políticas públicas que promuevan la producción e intercambios –en un contexto global fuertemente asimétrico– de contenidos locales y nacionales, y que éstos puedan ser favorecidos por las tecnologías digitales (BECERRA, 2017). Precisamente, la atención a esta problemática de la cultura digital que atraviesa a las industrias culturales, entre ellas las del libro, pues se vincula con el sostenimiento de la bibliodiversidad (MIHAL, 2013) reactualiza y, a su vez, genera nuevos desafíos y si bien este tema excede los fines de este artículo introduce un ángulo diferente.

Como se ha visto a partir de las nociones que han sido citadas a modo de mostrar cómo disímiles sesgos derivan no solo en categorías de análisis diferentes sino también en problemas diversos suscitados en lo refe-

rente a cultura digital. Teniendo esto en cuenta interesa recuperar la conceptualización de cultura como sector, área, o dominio propuesta por Bayardo (2000) en el que el autor entiende como ámbito de intervenciones, como un sector institucionalizado a través de organismos de distinto tipo (ministerio, secretarías, direcciones, fundaciones), programas y proyectos, desde el cual se llevan a cabo políticas y acciones culturales, y como un espacio de reconocimiento y legitimación “de las clasificaciones del mundo y los grupos sociales” (BAYARDO, 2000, p. 42). Esto posibilita entender a la cultura digital también como un dominio específico de intervenciones, y de este modo puede pensarse qué aspectos de la producción, circulación y consumo cultural digital estuvieron presentes marcando en parte la configuración en la Feria Internacional del Libro.

Acerca de la feria y cultura digital

Las ferias del libro no solo se constituyen en diferentes eventos que aglutinan a actores del mundo editorial para la adquisición de contenidos y derechos, sino que son también importantes puntos nodales en la industria editorial mundial. Pueden ser caracterizadas según el tipo de libros (infantil y juvenil, comida, turismo, entre otras), según el segmento del mercado que abarcan (comercial, académico, anticuario, etc.), y según la distribución geográfica en la cadena de valor (MOERAN, 2010). Si bien, son un evento cuyo centro lo ocupa la industria editorial, el sector estatal suele tener participación mediante dos modos, que pueden ser complementarios entre sí, según cada tipo de feria, uno es a través de la presencia directa en stands u otro tipo de presencia oficial; otro, facilitando la presencia de stands de empresas privadas en el evento (UNESCO, 2010).

El Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y El Caribe (CERLALC) realiza una clasificación de las ferias del libro², en primer lugar, según el tipo de evento del que se trate: las internacionales, las nacionales-locales y las especializadas. A su vez, y en segundo lugar, estas ferias se pueden dividir dependiendo de su objetivo específico³ en: a) aquellas orientadas exclusivamente al público profesional, centradas en transacciones

comerciales, manufactura y servicios entre los profesionales vinculados con la industria del libro en particular y otras industrias culturales y proveedores de tecnologías digitales. En su programación también incluyen espacios dedicados a encuentros y a seminarios técnicos; b) las organizadas para la comercialización de libros en diversos escenarios como rondas de negocios y ventas de derechos. Este tipo de ferias están dedicadas a las ventas al por mayor y al por menor, pueden ser de trascendencia internacional o ser nacionales-locales, y cuentan además con programación académica y cultural; c) las ferias con venta al público de libros y otros materiales de lectura en las cuales predomina el encuentro de los visitantes con autores, generalmente son de carácter nacional-local. Éstas son un gran acontecimiento en el ámbito cultural y particularmente para la industria del libro, ya que convocan a distintos actores vinculados con el mercado editorial (editores, librerías, ilustradores, distribuidores, agentes literarios, entre otros).

El interés de los estudios antropológicos por las ferias del libro (BAYARDO Y MIHAL, 2012; CAMACHO Y OJEDA, 2015; GARCÍA CANCLINI, 2015A, 2015B; MIHAL, 2012; MOERAN, 2010; SORÁ, 2002; VULPONI, 2012, entre otros) ha ido incrementándose de la mano de los aportes de esta disciplina al campo de estudio de las distintas maneras de leer en la actualidad; con las políticas orientadas a la lectura y con la industria editorial (y particularmente con la del libro). Las características de estas ferias como espacios que marcan procesos de ritualización de las principales procesos que se vinculan con la comercialización de bienes y servicios culturales; las relaciones entre economía y cultura; las modalidades organizativas que contribuyen a posicionarlas en algunos casos como uno de los lugares más visitados en correspondencia con los consumos culturales de libros cuando éstas tienen como finalidad atraer a públicos; o la dedicación a algunos sectores específicos; son algunas de los aspectos que han sido foco de indagación por parte de la antropología.

Al analizar en particular la participación argentina y brasileña en la Feria del Libro de Frankfurt, Sorá (2002) se interesaba por mostrar los mecanismos de inserción de estos países en los acuerdos e intercambios interna-

cionales centrados en las adquisiciones de derechos de traducciones, circulación de autores y creadores, ideas y libros. De cierta manera, Moeran (2010) a través de su indagación en las Ferias del Libro de Londres y Frankfurt consideraba en particular la relevancia de las interacciones personales en estos ámbitos de negociación. Otras miradas se han centrado en analizar desde la perspectiva de políticas culturales, algunas disputas entre actores sociales respecto a la primera presentación de Argentina en Frankfurt en 2010 como invitada de honor y país-tema (BAYARDO; MIHAL, 2012). Asimismo, se han analizado cómo los premios y las ferias relacionados con literatura infantil y juvenil, como la Feria del Libro de Bologna, constituyen parte de un proceso de legitimación del canon que posibilita la circulación de las producciones de autores argentinos en el mercado de bienes simbólicos internacionales (VULPONI, 2012). También se ha indagado cómo en el ámbito de la Feria Internacional del Libro y en la Feria del Libro Infantil y Juvenil de Buenos Aires a través del desarrollo de espacios dedicados al encuentro y reflexión para “profesionales de salud y ámbitos comunitarios” por ejemplo, se establecen definiciones y atributos asociados a la lectura como lo comunitario y lo no convencional y cómo estos formaban parte de ciertos lineamientos en materia de políticas culturales (MIHAL, 2012). Por otra parte, las ferias del libro orientadas al público han sido entendidas como espacios lúdicos y festivos, con recorridos flexibles, y de interacción social que atraen gran cantidad de visitantes (García Canclini, 2015a). En esta línea, Camacho y Ojeda (2015) sostienen que las ferias del libro tienen la posibilidad de atraer a nuevos lectores, principalmente a quienes no tienen tanta relación con los libros y resignifican el acto de leer, desde el plano social, porque la feria convoca a la socialización, y en otro sentido como mediadoras de la lectura porque proveen tanto una oferta editorial diversa, como estímulos para acercarse a la misma, constituyen lugares alternativos a los típicos de acceso al libro (librerías, bibliotecas o escuelas).

La Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, conjuga en gran parte varios de los aspectos que han señalado las contribuciones antropológicas en el análisis de estos espacios, y se tensionan varias de las singularidades que son parte de la cultura digital.

Esta feria es la de mayor envergadura y trayectoria en Argentina. Sus orígenes se remontan a 1974, cuando la Sociedad Argentina de Escritores (SADE) convocó a las cámaras editoras, constituidas por la Cámara Argentina del Libro (CAL), la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP); y la Cámara Española de Comercio⁴; y a otras entidades como la Sociedad Argentina de Autores (ARGENTORES) y la Federación Argentina de la Industria Gráfica y Afines (FAIGA), para organizar una feria orientada al público lector. Con el transcurso de los años, se ha sumado la Federación Argentina de Librerías, Papelerías y Afines (FALPA). En 1985 estas entidades se constituyeron en una entidad civil sin fines de lucro denominada Fundación El Libro, que desde esa fecha realiza anualmente en el mes de abril este evento.

Se ha consolidado a través de los años, y siguiendo la clasificación del CERLALC (2012) puede entenderse como una feria mixta y durante los tres primeros días está dedicada de manera exclusiva a las negociaciones comerciales de la industria editorial. De manera paralela, en el transcurso de esos días se llevan a cabo la realización de jornadas y seminarios de capacitación de profesionales vinculados con dicha industria tanto como a quienes se orientan a la promoción y fomento de la lectura. Luego de este período abre al público con los stands y con actividades vinculadas a la programación cultural del evento.

En 2016, se llevó a cabo del 21 de abril al 09 de mayo. La feria contó con alrededor de 437 expositores, cuyo grueso fueron empresas editoriales y conexas⁵; librerías; actores asociativos vinculados con la industria del libro (CAP; CAPLA; CAL; FAIGA, CADRA-Derechos de autor, SADE) pero también representaciones de distintos países (España a través de la ciudad Santiago de Compostela fue la invitada de honor; Paraguay, Uruguay, Italia, Israel, Japón, Brasil, Chile, Cuba, China,, Ucrania, y Estados Unidos); de distintas provincias del país (con representaciones de los organismos de cultura y/o educación, de Salta, Jujuy, Santa Cruz, San Juan, Santa Fe, Tucumán, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Entre Ríos, La Pampa, Misiones, Corrientes, Río Negro); organismos gubernamentales nacionales (Ministerio de Cultura, Ministerio de Educación y Deportes; Ministerio de Turismo; La Co-

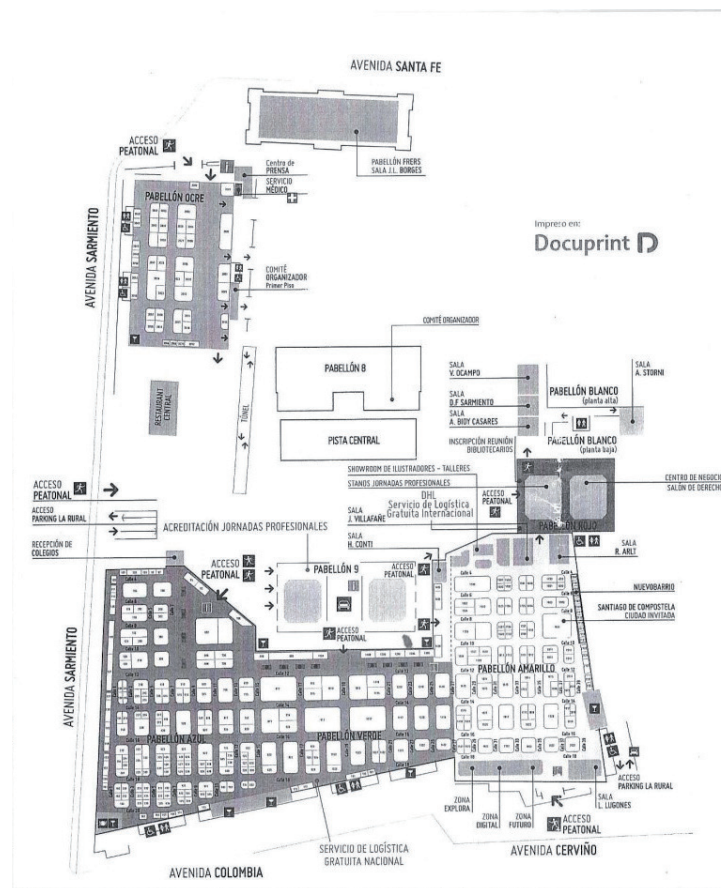
misión Nacional de Bibliotecas Populares – CONABIP–, Biblioteca Nacional, Biblioteca del Congreso Nacional, por citar sólo los más relacionados con los motivos de la feria) y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Ministerio de Educación, Estadísticas y Censos, entre otros); algunos municipios; medios de comunicación; gremios; federaciones; asociaciones; academias; universidades; y clubes.

De este modo, tienen lugar en este evento anual editores, librerías, distribuidores, agentes literarios, diseñadores gráficos, traductores, ilustradores, agentes literarios, productores de software, editores, asesores y distribuidores digitales, proveedores de servicios para la comercialización del libro, imprentas, agentes de los sectores comunicación e industria creativa, tanto como bibliotecarios, docentes, estudiantes de carreras afines a la edición, e intermediarios de lectura en general. Esta descripción algunos actores asociativas, estatales y sectores privados presentes en la feria, mues-

tra su diversidad, pero también la heterogeneidad de los mismos, que se conjunta en este evento que tiene como centro a la industria del libro.

Como observa Weidhass, es usual identificar las ferias del libro con la cultura escrita, dado que estos espacios pueden ser entendidos como actuaciones colectivas, en tanto "...dirigen, a través del libro, el flujo de ideas artísticas, literarias y sociales del creador a la persona que las utiliza. Y el libro necesita la palabra hablada, el discurso convincente, para llegar de un lugar a otro" (WEIDHASS, 2006, p. 121). Sin embargo, de la mano de las transformaciones ligadas a las tecnologías digitales, las ferias del libro también se constituyen en espacios donde lo digital cobra cada vez mayor vigencia, por eso interesó indagar la feria en relación con la cultura digital.

La siguiente figura corresponde al plano de la Feria 2016 para asistentes a Jornadas Profesionales, llevadas a cabo en un horario previo a la apertura al público en general.



La estructura espacial interna de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, no difiere a grandes rasgos de otras ferias como la de Alemania, España y Brasil como sostiene Sorá (2002), en las cuales los principales grupos económicos y empresas editoras ocupan el centro o frente de la escena con grandes stands, ocupando el resto la periferia de los pabellones. En la edición N° 42 del evento, correspondiente al 2016 abarcó una superficie aproximada de 45.500 m², entre los stands de los expositores que estuvieron distribuidos en diferentes pabellones (diferenciados como en otras ediciones por colores: amarillo, azul, verde, ocre y 9 (Hall Central) y 10 salones de actos. Además, durante las "Jornadas Profesionales"⁶ se instaló un pabellón rojo, como puede observarse en el plano, con días y horarios especiales. Precisamente, interesa destacar que se priorizó este plano (y no el destinado al público en general) entregado por los organizadores de la Feria como parte de los materiales que acompañan la inscripción en las Jornadas Profesionales porque en él pueden observarse las características de evento "mixto". Concretamente, este doble objetivo de ser una feria abierta al público visitante y, a su vez, dedicada al público profesional, se visualiza concretamente con una parte dedicada a "Centro de Negocios/ Salón de Derechos"⁷ como puede observarse, y otra con la acreditación a las Jornadas; inscripción a la Reunión de Bibliotecarios; showrooms de Ilustradores-talleres.

Asimismo, el plano muestra los stands que predominan en el espacio de la feria, tanto como una zona dedicada a los cruces con las tecnologías digitales conformada a saber por: "zona explora", "zona digital", y "zona futuro", sin embargo su ubicación quedaba en los márgenes de los pabellones. Mas allá de dicha ubicación, este es uno de los aspectos vinculados con cultura digital en la feria, dado que en dichas zonas se llevaron a cabo actividades de distinto tipo tanto para público como para profesionales, por ejemplo una conferencia centrada en la incidencia de la nube en el mercado editorial. Además en otra sala de la feria, también se llevaron a cabo dos conferencias más vinculadas a los *e-books* y los nuevos modelos de negocios para el desarrollo de libros digitales. El punto que interesa destacar al respecto es que tuvieron como protagonistas principales a actores repre-

sentativos de la industria editorial, y de hecho estas últimas dos conferencias estuvieron a cargo de una editorial especializada en libros digitales⁸. Asimismo, la existencia de stands que ofrecían libros y dispositivos, marcaron las intersecciones entre éstos y lo digital, aunque en mucha menor medida, dado que el grueso de la industria se concentra en las publicaciones impresas. En efecto, según el vicepresidente de la CAL la revolución del libro digital "en el mercado local apenas representa el 1% de las ventas y el 18% de la producción; en muchos casos, esto sólo consiste en la replicación de los títulos que más se venden"⁹. Ahora bien, fue notoria la ausencia de expositores en dichas actividades (a diferencia de otras) de actores ligados a organismos de cultura y educación de la nación y/o provincias, para generar un ámbito de discusión desde lo público también al respecto de estas cuestiones. Si bien es cierto que el abordaje por parte de distintos actores y sectores del libro digital puede realizarse en otros ámbitos y no sólo en la feria, este evento en particular tiene una relevancia fundamental por las interacciones generadas entre ellos, tanto como por las posibilidades de ampliar el debate sobre la digitalización de contenidos y libros digitales, tanto como para pensar cultura digital en términos de sector. Como destacan Díaz y Heber Ostroviesky (2013), la presencia estatal es necesaria por porque la digitalización conlleva a anticipar la oferta editorial digital, evaluar los cambios que imponen en relación con la lectura, con el sector económico y con las editoriales; tanto como para "...investigar, clarificar y regular la arquitectura económica y político-cultural sobre la que se apoyan los nuevos gigantes de la economía digital del libro y las nuevas industrias de "contenidos" culturales" (DÍAZ; HEBER OSTROVIESKY, 2013, p. 57).

Por otra parte, otro aspecto visible de cultura digital, ya no tanto como sector, sino ligada al uso y apropiación de las tecnologías digitales, se relaciona con la participación de *booktubers*, así como también otras actividades con *bookstagrammers* (jóvenes que a través de telefonía móvil y utilizando redes sociales, fotografían libros y prefieren escribir comentarios acerca de ellos que tener que exponerse a través de videos) y *blogueros* (que publican mediante el blog). En particular, los *booktubers* vienen siendo una presencia constante en la feria, en Argentina

los primeros videos aparecen en 2013, incrementándose en 2014 (PATES, 2015) y llegando, en 2016 a tener lugar el "Primer Encuentro Internacional de *Booktubers*". Concretamente son jóvenes que utilizan un canal de *Youtube* donde exponen distintos tipos de videos sobre libros y lecturas vinculados con literatura infantil y juvenil, por ello a veces son denominados con el vocablo *vloggers* (video *bloggers*). Ahora bien, Pates (2015) señala que "es interesante estos/as jóvenes *booktubers*, denominados/as muchas veces como nativos digitales no lean e-books o libros electrónicos" (PATES, 2015, p. 129). Asimismo, la autora plantea que inclusive algunos de los videos producidos por estos jóvenes refieren a cómo recorrer una feria o librería. Es decir, siguen marcando su preferencia el objeto libro en papel, algo que también caracteriza a los *bookstagrammers*, y contrariamente a lo que podría pensarse dada las facilidades con se manejan y apropian de las tecnologías digitales y redes, no constituye una tendencia para ellos la lectura a través de libros digitales.

Camacho y Ojeda (2015) destacan que prosiguiendo "... la lógica de las redes sociales, que tiene como base la invitación de boca en boca, estos personajes actualmente son cooptados por las editoriales de renombre para promover las obras del momento" (CAMACHO; OJEDA, 2015: 92). De hecho, en la difusión de este evento por el sitio oficial de la Feria (www.el-libro.org.ar) se explicitaba que los *booktubers* "fueron ganando los pasillos de la feria, los stands, las actividades". Sin embargo, otros canales de difusión fueron a través de las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, sus propios canales de Youtube, entre otros) que constantemente anunciaban desde varios días antes, cuánto faltaba para verlos en la feria, horario y fecha de participación de estos jóvenes en el evento. De este modo, el uso de tecnologías digitales forman parte de la feria desde esta otra perspectiva y a través de estos jóvenes, que preparan su llegada a un evento con bastante tiempo de anticipación a través de las redes sociales, tanto como algunas editoriales con las que mantienen vínculos y que también anuncian la presencia de *booktubers*. En efecto, se presentaron¹⁰ desde los más conocidos en Ciudad Autónoma de Buenos Aires como otros de distintas provincias, y algunos de otros países,

teniendo una de las salas destinadas, con un horario particular, y convocando gran cantidad de público.

Consideraciones finales

En el presente trabajo, la definición de cultura como domino y de la mano de su interrelación con las tecnologías digitales, constituyó un punto de partida para analizar las vinculaciones de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires y cultura digital. De allí que una de las finalidades de este artículo haya consistido en indagar en esta relación aún poco explorada de la feria del libro, y la cual ameritaría su profundización, pues como se ha sugerido este trabajo constituye una primera aproximación. Sin embargo, interesa destacar que la cultura digital se está configurando en este evento como un domino que presenta distintas aristas. En primer lugar, una de las aristas es la que atraviesa a los libros digitales, y que muestra que si bien éstos no forman una parte significativa en términos de producción y comercialización, sin embargo, son incentivados a través de los sectores privados y particulares relacionados con editoriales, y no tanto a partir de un debate más general en materia de sector y política cultural que involucre a distintos actores y sectores desde el entramado de lo público en dicho evento. Si bien es posible que existan espacios de concertación de diálogo y negociaciones en el marco de la feria, aquí se hace referencia explícitamente a las instancias de difusión, formación y/o capacitación de las Jornadas Profesionales, dirigidas tanto a públicos vinculados con la industria editorial como a intermediarios a la lectura (esto es docentes, bibliotecarios, personal de bibliotecas, voluntarios, entre otros, relacionados con el fomento de libros y lecturas).

En segundo lugar, se ha visualizado cómo la estructura interna de la feria cuenta con zonas destinadas a la intersección con lo digital, sin embargo, más que un espacio físico dedicado a cultura digital, lo que se ha incentivado con mayor decisión desde la comisión organizadora de la feria ha sido la presencia de jóvenes *booktubers*, *bookstagrammers* y *blogueros*. En este sentido desde la feria se resignifican, delineando tiempos y espacios de encuentro, estos jóvenes relacionados con libros, lecturas, redes

sociales y tecnologías digitales con el público asistente al evento, como parte de un fenómeno característico de estos últimos tiempos. Así también, la conformación de un encuentro y mesas que los tienen como protagonistas principales contribuye también a la resignificación de su emergencia y presencia como nuevos actores que son incluidos a la programación, tanto como otros usualmente figuras en este evento (como escritores consagrados, algunos como premios nobel de literatura, editores, ilustradores, académicos, personalidades públicas, entre otros).

En tercer lugar, el carácter mixto que constituye esta Feria ilustra y posibilita, en gran medida, seguir avanzado hacia la exploración de otras aristas sobre cultura digital en el marco de este evento.

Notas

1 Este trabajo contó con financiamiento del proyecto PICT (2015-0373)-Plan Argentina Innovadora 2020, "Innovación en políticas educativas: discursos y estrategias en torno a la alfabetización digital en el marco de la inclusión", dirigido por la Dra. M. Pini (CEIECS-UNSAM).

2 De acuerdo con el CERLALC (2012) la mayoría de las ferias son organizadas por entidades gremiales vinculadas con la industria editorial (de editores y librerías), con la participación de los gobiernos nacionales y municipales, cuentan con el presupuesto de organismos públicos y de los gremios y/o de empresas privadas.

3 Según dicho objetivo también la duración del evento, por ejemplo, en las ferias enfocadas al público profesional el CERLALC (2012) estima que el tiempo de duración es de entre tres y seis días. En cambio, en el segundo tipo de feria el tiempo de realización es entre una y tres semanas, y en el tercer tipo es de entre dos días y una semana.

4 En la actualidad representada por el Sector de Libros, Revistas y Medios de Comunicación de la Cámara Española de Comercio. Para mayor información puede consultarse www.cecra.com.ar

5 El listado de expositores y stands de esta edición de la feria se puede consultar en <http://www.el-libro.org.ar/internacional/expositores/> Cabe consignar, que hace ya varios años, el Minis-

terio de Industria de la Nación realizó una caracterización de las editoriales que se encuentran localizadas en nuestro país, las que se pueden dividir en dos grupos, uno formado por grandes entidades y editoriales, casi todas en manos de capitales extranjeros, y representadas en la CAP, y otro, por las pequeñas y medianas empresas capital local agrupadas en torno a la CAL (CEP 2005), entre las que se incluyen algunas editoriales independientes.

6 En 2016 se realizó la 32as. Jornadas profesionales, entre el 19 y 21 abril, que bajo este gran paraguas abarcaron un conjunto de actividades específicas, a saber: Jornadas de Edición Universitaria; Reunión Nacional de Bibliotecarios; III Jornadas de Traducción en el Ámbito Editorial; Ciclo Miradas sobre la Industria Editorial; V Jornadas Profesionales para Ilustradores; IV Encuentro de Organizadores de Ferias del Libro de la Argentina; Reunión de la Federación Argentina de Librerías, Papelerías y Actividades Afines (FALPA). Estos distintos requerían inscripción previa, con excepción de la Reunión del Grupo Interamericano de Editores (GIE) y el Plenario de la Red del Libro que también se llevaron a cabo en dicho marco, cuyo acceso era sólo por invitación. Asimismo durante esos días también se llevaron a cabo conferencias presentaciones, seminario y cócteles, que muestran el carácter de intercambio entre los asistentes a dichas Jornadas.

7 Durante el transcurso de la feria se llevaron a cabo rondas de negociaciones tales como reunión con editores de Brasil; misión comercial con editores canadienses; la XIV Semana TyPA de editores en Buenos Aires; VII Ronda Internacional de Negocios del sector Editorial.

8 Por ejemplo, dichas conferencias estuvieron a cargo de Proyecto451, agencia de consultoría y gestión a editoriales, empresas y organismos sobre publicaciones digitales.

9 Luis Quevedo, vicepresidente de la CAL y director editorial de Eudeba, cita extraída del Diario La Nación "La industria editorial: un primer semestre con cifras negativas" realizada por Daniel Gigena (15/09/2016). Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1937902-la-industria-editorial-un-primer-semestre-con-cifras-negativas>

10 Estuvieron presentes Matías Gomez, Julieta Ferraro, Calu Dente, Natalia Bustamante, Sofía Bobadilla, Facu Rapetti, Matti Saldunga, Gus Funes, Kevin, Sebas Albiero, Giu López, Tincho y Librothers, entre otros. Asimismo, participaron otros booktubers de Perú, Chile y Colombia, algunos de ellos fueron Laly Arce, Gabriela Chinchayán, Piero, Nacho Rebolledo, Angie Romina y Juliana Zapata. Además de participar del encuentro, firmaron autógrafos, conversaron con fans, y fueron fotografiados por el público en la carpa blanca, hasta el cierre de la feria.

Referencias bibliográficas

- BAYARDO, R. Cultura y antropología. Una revisión crítica. **Cuadernos de Antropología Social**, N° 11: 31-45. 2000.
- BAYARDO, R. Y MIHAL, I. Argentina en la Feria del Libro de Frankfurt. Notas sobre Política Cultural. **Revista Publicar en Antropología y en Ciencias Sociales**, N° XIII: 9-29. Disponible en <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/publicar/article/view/1627/3151> 2012.
- BECERRA, M. **Cultura digital, incertidumbre global**. Posteadó 19/09/2017. Disponible en <https://martinbecerra.wordpress.com/2017/09/19/5841/> 2017
- _____. Redes y medios: la resurrección de la política. En **VVAA En la ruta digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso**. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Nación, pág. 71-85. 2012.
- CAMACHO, V. Y OJEDA, A. Los usos sociales de la lectura: del modo tradicional a otras formas colectivas de leer. En **VVAA. Hacia una antropología de los lectores**. México: Ediciones Culturales Paidós, Fundación Telefónica y Universidad Autónoma Metropolitana, pág. 39-104. 2015.
- CERLALC 2012. **Las ferias del libro. Manual para expositores y visitantes profesionales**. Colombia: CERLALC - UNESCO. Disponible en http://www.cerlalc.org/files/tabinterno/2f0015_Ferias_Digital.pdf
- DÍAZ, C Y OSTROVIESKY, H. Desafíos de la era digital. Del glamour a las políticas para el sector editorial. **Voces en el Fénix, La revista del Plan Fénix, año 4, N° 29**, octubre: 50-59. 2013.
- DOUEIHI, M. **La gran conversión digital**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. 2010.
- DRUETTA, D. Repensar la apropiación desde la cultura digital. En Morales, S. y Loyola, M. (comp.) **Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación. La apropiación tecno-mediática**. Buenos Aires: Imago Mundi, pág. 11-23.
- DRUETTA, D. Dimensión social del acceso, uso y apropiación de las TIC. **En Contratexto** N° 16: 65-79, 2018.
- GARCÍA CANCLINI, N. Leer en papel y en pantallas: el giro antropológico. En **VVAA. Hacia una antropología de los lectores**. México: Ediciones Culturales Paidós, Fundación Telefónica y Universidad Autónoma Metropolitana, pág. 1-37, 2015a.
- _____. "¿Cuánto o cómo se lee? De los libros a las pantallas". En QUEVEDO, L. **La cultura argentina hoy: Tendencias!**. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, pág. 39-55, 2015b.
- LANDAU, M. Cultura digital y cultura escolar en las prácticas de enseñanza de la comunicación. Una aproximación al estudio de los *edublogs*. En SEL, S., ARMAND, S. Y PÉREZ FERNÁNDEZ, S. *¿Post-analógico? Entre mitos, pixeles y emulsiones*. Buenos Aires: Prometeo. 2013, pág. 101-122.
- MIHAL, I. Saberes, concepciones y prácticas acerca de los actores que gestionan las políticas culturales de lectura. **Revista Horizontes Antropológicos**: año 18, N° 38, jul./dez: 287-311, 2012.
- MOERAN, B. The book fair as a tournament of values. **Journal of the Royal Anthropological Institute** (N.S.) 16: 138-154, 2010.
- PATES, G. ¿Los/as jóvenes no leen? Experiencias de lecturas en booktubers. **Revista Medios**, N° 1: 125-131, 2015.
- SORÁ, GUSTAVO. Frankfurt y otras aduanas culturales entre Argentina y Brasil. Una aproximación etnográfica al mundo editorial. **Cuadernos de Antropología Social**, N° 15: 125-143, 2002.
- UNESCO. Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. División de Industrias Culturales y Expresiones Creativas. 2010.
- VULPONI, A. Canon y circulación de la literatura infantil y juvenil argentina: una perspectiva genético-espacial de premios y ferias. Ponencia presentada en el **Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición**, 31 de octubre a 2 de noviembre, La Plata. Disponible en http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1959/ev.1959.pdf
- WEIDHASS, P. La Fil de Guadalajara: el flujo de ideas. En *20 años. Feria Internacional del Libro de Guadalajara*. México: Universidad de Guadalajara, pág. 120-124, 2006.

Recebido em 15 de outubro de 2017.

Aceito em 12 de dezembro de 2017.

