

Els booktubers en català. Un constructe virtual?

Gemma Lluch (València)

Summary: The research presented in this paper discusses booktubers who use Catalan in their channels, the spaces that they create, the books that they recommend and the language that they use. Studies that fall within this research use the term “booktuber” to identify teenagers or young people who use YouTube’s tools to make reading recommendations to their peers, something that always takes place on the side lines of channels and initiatives led by school administrations, librarians and institutions related to reading. The findings of the investigation confirm that the phenomenon of “Catalan (-language) booktuber” is not a reality but a virtual construct created by institutions and the press.

Keywords: Reading, virtual reading, public epitext, booktuber, reading promotion ■

Des del 2011, noies i nois entre els 12 i els 25 anys han construït escenaris de lectura virtual en castellà i en català.¹ Al llarg dels anys, han dissenyat i escrit als blogs, han obert les seues habitacions al món a través dels canals de YouTube² per mostrar-ne les llibreries i recomanar les lectures que els agradaven o han convertit la lectura en imatges d’Instagram. A més, han compartit tota la informació elaborada a través dels mitjans socials, preferentment, a Facebook, Tuenti i, finalment, a Twitter.

Alguns preferien utilitzar els fòrums de lectura, com el creat el 2003 per Laura Gallego; el Què llegeixes?, creat i administrat per la Institució de les Lletres Catalanes des del 2005 o l’anomenada «comunitat de lectors» Goodreads, una aplicació de catalogació social de llibres a través de diferents etiquetes creada el 2007 i que Amazon va comprar el 2013.

- 1 Article elaborat en el marc del projecte d’investigació «Los espacios virtuales para la promoción del libro y la lectura. Formulación de indicadores para evaluar su calidad y efectividad» FFI2015-69977-R (MINECO/FEDER), Proyectos I+D+I del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación. Ministerio de Economía y Competitividad de España. Convocatòria 2015.
- 2 Aquest lloc d’internet on poden penjar-se i compartir-se vídeos va ser creat el 2005 i adquirit per Google el 2006.



En l'actualitat, els qui més èxit tenen són els booktubers. Els estudis que se situen en el marc d'aquesta investigació (Sorensen i Mara, 2013; Jeffman, 2015; Pates, 2015; García Galera & Fernández Muñoz, 2016; Lluch, 2017) utilitzen el terme per identificar l'adolescent o jove que utilitza les eines del lloc web YouTube per recomanar-ne lectures als iguals, sempre al marge dels canals i de les iniciatives de l'administració escolar o bibliotecària i de les institucions relacionades amb la lectura.

La investigació que presenta aquest article analitza els booktubers que majoritàriament utilitzen el català en els seus canals, els espais de comunicació que creen, els llibres que hi recomanen i el llenguatge que hi utilitzen. L'estudi avança i aprofundeix la recerca del projecte d'investigació de la Fundación Telefónica³ publicada en el llibre dirigit per Francisco Cruces *¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores*; concretament, el capítol «Los jóvenes y adolescentes comparten la lectura» (Lluch, 2017).

■ 1 Dels blogs als booktubers

L'objecte d'anàlisi de la investigació de Lluch (2017) van ser els blogs i els canals de YouTube dedicats a la lectura i administrats per joves i adolescents. Ara bé, encara que l'objectiu principal era conèixer el tipus de lectura que compartien i com la presentaven, l'estudi també va respondre a dues preguntes relacionades: *a)* com són les noies i nois que els administraven; concretament, quina edat tenien, per què compartien la lectura en els mitjans socials, què llegien, com aconseguien els llibres, què és el primer que els cridava l'atenció d'un llibre o quines relacions mantenien a Internet al voltant de la lectura; i *b)* com eren els espais que administraven i construïren, com havien evolucionat en els últims anys i quines diferències hi havia entre els que feien servir el castellà i el català.

A continuació, s'hi detalla el mètode d'investigació ja que la recerca actual se situa en el mateix paradigma. Així doncs, s'hi va utilitzar un mètode d'anàlisi quantitativa, qualitativa i, finalment, discursiva. Concretament, s'hi va emprar el qüestionari entrevista a través de la plataforma de Google-Docs per conèixer quatre dimensions dels subjectes: perfil, tipologies de lectura, identitats i relacions. L'anàlisi quantitativa i la descripció densa aportaren dades sobre el tipus de blogs i de canals de YouTube que disse-

3 Projecte «Maneras de leer. Diversidad y transformaciones de la lectura en el siglo XXI», Fundación Telefónica, direcció Francisco Cruces (UNED), 2015–2016.

nyaven, de continguts que allotjaven, d'etiquetes amb les quals classificaven el contingut i les xarxes socials a través de les quals el compartien.

La selecció de la mostra va ser doble: les recomanacions de professionals i les mètriques (més seguidors i visualitzacions); en aquest cas, el tall per a seleccionar els canals de YouTube s'hi va establir en un mínim de 50.000 seguidors. Òbviament, aquest criteri no es va poder aplicar als espais en català; així doncs, s'hi van escollir els cinc únics llocs actius. Després, s'hi seleccionaren els posts i vídeos publicats entre l'1 de gener de 2015 al 15 de setembre de 2016. Per obtenir-ne una mostra aleatòria, s'hi va utilitzar la metodologia de la setmana construïda (Krippendorff, 1990) adaptada al context d'investigació; concretament, la selecció estava formada pel post o vídeo de la primera setmana del primer mes, la segona del segon i, així, successivament.

La conclusió principal de la investigació (Lluch, 2017) demostrava el canvi de paradigma que s'ha produït en la lectura d'adolescents i joves en l'actualitat. Les conclusions parcials destacaven les transformacions següents: en primer lloc, la substitució dels mediadors adults com els crítics literaris, els educadors, bibliotecaris o els intel·lectuals (Lluch, 2016) pels anomenats *influencers* o influenciadors. Aquest terme s'utilitza especialment en el món del màrqueting i les xarxes socials per nomenar aquelles persones, transformades en marques virtuals, l'opinió de les quals influeix en el comportament d'altres persones.

En segon lloc, el canvi del tipus de lectura que consumeixen i la forma d'obtenir-ne els llibres. Les conclusions de la investigació mostren que en els 48 posts analitzats dels blogs, 34 recomanaven llibres traduïts i, encara que s'hi repetien pocs títols, pràcticament tots eren novetats de literatura juvenil. La dada no variava en els blogs escrits en català o castellà. En el cas dels llibres comentats en els canals de YouTube, la tendència augmentava en 13 punts ja que dels 459 llibres comentats o presentats, 383 eren traduccions de l'anglès i la majoria dels llibres en castellà que comentaven estaven escrits pels companys booktubers.

Pel que fa a la forma d'obtenir-los, la tendència majoritària mostrava el pas de la forma tradicional a través del préstec bibliotecari o la compra a la petita llibreria on existeix la mediació d'un adult especialitzat, a la plataforma de venda virtual Amazon. Aquest canvi és molt significatiu ja que s'han reemplaçat els espais tradicionals on habitualment es practica la lectura, com l'escola i la biblioteca, per la xarxa. O dit amb altres paraules, els lectors adolescents i joves atrets pels *influencers* s'han mudat dels edificis de maons al núvol o de les estructures fixes a les estructures líquides.

Així doncs, la investigació ha mostrat com els adolescents i joves amb els tuits, els blogs, els canals de YouTube o amb Instagram han transformat la manera de llegir, de relacionar-se amb la lectura i amb els llibres. Han sabut crear un espai de comunicació, de conversa social, que alhora és un espai de relació, de joc i de diversió. Espais que alberguen gèneres textuals diversos i on els lectors participen per recomanar, descobrir, comentar, elogiar o criticar, jugar o competir.

Com a conseqüència, la lectura deixa de ser un acte privat, silencios i individual que els aparta del que els interessa: el contacte amb els iguals. En canvi, han sabut crear un entorn que uneix llibres i amics, històries i xerrada, lectura i diversió i ens torna al que va ser, en un passat no molt llunyà, la lectura: un acte públic i compartit.

Aquest fenomen el situem a Espanya, en castellà, el 2003, amb la creació dels fòrums de Laura Gallego, ja que la investigació ha demostrat que aquest espai es va transformar en l'«escola» dels bloguers i dels booktubers. La comunitat virtual que els adolescents van crear va passar al món analògic amb les trobades presencials que ells mateixos, sense cap ajuda d'editorials o d'institucions, organitzaren, com per exemple la Blogger Lit que es va iniciar el 2010. El 2015, aquesta experiència es va traspassar a l'àmbit català amb les Trobades de Joves Lectors, encara que en aquest cas, han estat organitzades i liderades des de les institucions públiques, com la Institució de les Lletres Catalanes.

■ 2 El constructe dels booktubers en català

El fenomen «booktuber català» està present al món virtual unit al concepte conegut amb les etiquetes «#JovesLectors» i «#JovesLectorsCatalans». Però la hipòtesi de partida d'aquesta investigació (si ens situem en el paradigma que han creat les investigacions citades en l'apartat anterior) és que aquests conceptes s'aproximen més a un constructe virtual, creat per les institucions i la premsa, que a una realitat.

Aquesta hipòtesi ha anat construint-se durant el procés de recerca dels canals de YouTube que havien de conformar el corpus d'anàlisi d'aquesta investigació, ja que les estratègies de cerca de canals de BookTube utilitzades en Lluch (2017) van resultar inútils perquè els resultats van donar només quatre canals. Per confirmar-ne la dada, s'hi va ampliar la revisió amb un examen seqüencial dels elements del conjunt de dades virtuals per trobar aquells que tenen la propietat de canal de YouTube que comenta

llibres en català i va confirmar la dada anterior, amb les particularitats que comentarem més endavant.

Concretament, s'hi va ampliar la cerca seguint els passos següents: s'hi ha realitzat diferents exploracions a través dels cercadors i dels mitjans socials amb els termes «booktuber» i «booktuber [en] català». A continuació, s'hi ha aplicat el filtre de tria dels termes anteriors, s'hi ha ajustat el període de temps entre gener de 2016 i octubre de 2017 i, posteriorment, s'hi ha triat manualment els resultats a partir de la lectura de les entrades per seleccionar només aquelles que dediquen almenys dues línies a comentar aspectes sobre els booktubers. Finalment, s'hi ha analitzat les diferents entrades.

La presentació dels resultats s'hi classifica en quatre grups: l'entrada de Viquipèdia, el lloc web Youtubers.cat, les entrades generades per les institucions i, un quart grup, de les entrades de la premsa virtual.

El primer resultat analitzat és l'entrada de Viquipèdia⁴ que descriu la història del fenomen amb el text següent: «Etna Miró Escobar va presentar al seu blog literari Viajera de libros, el 26 de novembre del 2014, una iniciativa anomenada “Jo parlo català” amb l'objectiu de “començar a fomentar la nostra llengua a Blogger” i així identificar-se entre els mateixos membres a la blogosfera. Tanmateix, suggeria crear un grup de WhatsApp i, de tant en tant, fer trobades. El projecte va tenir tant èxit que finalment es va obrir el xat grupal a l'aplicació i, conseqüentment, es fundà el grup de Joves Lectors Catalans, el 28 de desembre del mateix any». L'anàlisi de l'entrada informa que el blog citat, Viajera de libros, està escrit en castellà i en català i, a més, en l'actualitat està inactiu. La informació de la resta de l'entrada està dedicada a referenciar les Trobades de Joves Lectors que organitza la Institució de les Lletres Catalanes i el portal web Què Llegeixes?, de la mateixa institució. Per tant, la informació lliga aquest terme a una activitat organitzada per una institució de l'administració catalana relacionada amb la lectura.

El web Youtubers.cat es presenta de la manera següent: «neix de la necessitat de donar a conèixer i fer promoció dels canals dels youtubers en català. La llista de youtubers en català intentarà ser un reflex el més precís possible d'aquesta comunitat, oferint també estadístiques generals de tot el

4 L'entrada va ser creada el gener de 2016 i modificada, per darrera vegada, el 21 juliol de 2017; amb tot, encara avisa que «aquest article pot no complir els criteris generals d'admissibilitat». Pot consultar-se en l'enllaç <<http://ir.uv.es/XNYhWd6>> [23.10.2017].

conjunt».⁵ El lloc documenta 186 canals de YouTube que utilitzen el català, dels quals només 90 estan actius i on només inclouen Recomanacions de Llibres com a canal que parla de llibres. I els canals inactius (aquells que no tenen activitat en els darrers tres mesos) són Perduts entre llibres, Paper i Píxels i MartaBotetBorràs.

Els resultats generats per les institucions, majoritàriament, porten al lloc web Què Llegeixes?, de la Institució de les Lletres Catalanes. Pràcticament tots poden agrupar-se en dos temes: *i*) les Trobades de Joves Lectors, referides en l'entrada de Viquipèdia, i *ii*) el Marató de recomanacions,⁶ que forma part de les Trobades.

En el primer cas, s'hi ha analitzat el programa de les tres trobades celebrades, en concret, les persones que hi participaven i les notícies que ha generat l'esdeveniment a Internet. Els resultats mostren una disfunció ja que l'anàlisi dels programes no verifica la informació compartida als mitjans socials o a la premsa. Dit en altres paraules, Twitter o Facebook identifiquen molts dels assistents com a booktubers, però l'anàlisi concreta dels perfils demostra que només ho són dues persones. En el segon cas, el lloc web Què Llegeixes allotja els vídeos resultants d'un dels actes de les Trobades, l'anomenat Marató de recomanacions, en el qual els assistents a les Trobades recomanen un llibre als lectors davant d'una càmera. El web etiqueta aquests vídeos amb la paraula «booktuber» per a classificar aquests documents audiovisuals; però, segons la terminologia que utilitza la investigació sobre el tema, cap d'ells té aquesta categoria.

Per analitzar les notícies que diferents mitjans de comunicació virtuals de l'àmbit lingüístic català han publicat en els darrers dos anys sobre els booktubers, s'hi ha fet una selecció de cinc diaris. S'hi han aplicat els criteris de cerca del període temporal però restringint-ne el terme exclusivament al de «booktuber». A continuació, s'hi ha descartat les notícies no relacionades amb el tema i, finalment, n'hem obtingut 22 notícies.

El resultat de l'anàlisi del contingut ha estat el següent: 14 notícies que inclouen el terme «booktuber» informen d'activitats realitzades en diferents actes oficials relacionats amb el llibre i organitzats per institucions com ara les biblioteques, la Institució de les Lletres Catalanes, els editors o llibreters; les altres vuit presenten el fenomen i el comentem en relació amb la promoció de la lectura. De les 22 notícies, 16 citen exemples de book-

5 L'última actualització del lloc, en el moment de la consulta, era de 20.10.2017; <<http://ir.uv.es/rpHOQW7>> [23.10.2017].

6 Pot consultar-se en <<http://ir.uv.es/74yG4Ub>> [23.10.2017].

tubers però d'aquests set publiquen exclusivament en castellà, mentre que set notícies informen únicament de l'activitat de la booktuber Marta Botet; per últim, una notícia del canal Les paraules de Mixa i una altra menciona un booktuber que, tot i que ha publicat en català, manté el canal inactiu des de maig de 2016.

Per la importància del mitjà, s'hi ha analitzat de manera separada el web de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. En aquest espai, la cerca de notícies utilitzant els mateix criteris ha proporcionat 22 resultats; l'anàlisi manual ha conclòs que tres notícies es dediquen a la booktuber Marta Botet i la resta enllaça amb la secció que ella té al programa «El Suplement».

Com hem dit, aquesta primera fase de l'anàlisi va ser dissenyada per a obtenir-ne un corpus d'anàlisi fiable. Però els resultats han demostrat la dificultat per a conformar-lo ja que només existeixen quatre canals actius⁷ i alhora han confirmat la hipòtesi inicial: el fenomen «booktuber [en] català» és un constructe virtual creat majoritàriament per les institucions catalanes dedicades a la promoció de la lectura i de la literatura.

Curiosament, el constructe no només és una presència contínua en els mitjans de comunicació catalans, en els webs de les institucions o en els mitjans socials com Facebook o Twitter, sinó que també forma part de les creences dels administradors dels canals analitzats. En el Focus Group virtual realitzat durant la investigació és una constant l'afirmació «cada vegada hi ha més booktubers en català», però quan s'hi demana que concreten o que hi aporten dades sobre aquests canals, només se citen canals amb una producció quasi nul·la (d'un vídeo a set) o productes d'iniciatives lligades a les biblioteques (com els vídeos que enregistren els clubs de lectura o dels concursos proposats) i que no mantenen un canal de YouTube amb personalitat pròpia.

També forma part d'aquesta entitat mental la diferència existent entre Catalunya (tot i que caldria concretar que l'àrea geogràfica dels administradors queda reduïda a la ciutat de Barcelona) i el País Valencià: «em vaig adonar de l'abisme que hi ha entre Catalunya i el País Valencià, ja que la situació de la llengua no és la mateixa allà que aquí». Les dades de la Taula 2 (pàg. 41) mostren que dels quatre canals que estan actius en el moment de la investigació, dos són de Barcelona i els altres dos de dues ciutats del País Valencià i, a més, el més antic és del País Valencià.

7 En el moment de la investigació: novembre 2017.

Aquesta disfunció entre la realitat de les dades resultants de l'anàlisi i la idea que s'ha transmès a través dels mitjans socials, fins a crear un constructe assumit majoritàriament, ha dificultat enormement la primera fase de la investigació: la construcció del corpus d'anàlisi. Però, alhora, l'examen seqüencial dels elements del conjunt de dades virtuals que s'hi ha trobat per configurar el corpus de la investigació ha originat la primera conclusió de la investigació: el fenomen «booktuber [en] català» és un constructe virtual, creat per les institucions i la premsa, i no una realitat.

■ 3 La dificultat d'establir un corpus d'anàlisi

En la introducció s'ha definit l'objectiu de la investigació: analitzar els booktubers que majoritàriament utilitzen el català en els seus canals, els espais de comunicació que creen, els llibres que hi recomanen i el llenguatge que hi utilitzen. En Lluch (2017) s'analitzaren dos canals en català i l'anàlisi mostrava que compartien el patró castellà i anglosaxó amb una diferència fonamental: la relació que mantenien amb les editorials i les institucions catalanes. Aquesta presència apareix en el nombre de posts amb forma de crònica d'activitats de promoció de la lectura en les quals ells són protagonistes dels actes organitzats per les institucions, la inclusió de fotografies o entrevistes amb càrrecs de l'administració, editors o llibreters o en el tipus de seguidors que tenen, ja que una part important són adults lligats al món del llibre. Les dades mostren com, mentre els vídeos en castellà de la llista «Crònica» relaten presentacions de llibres, autors o altres esdeveniments als quals acudeixen com a espectadors; els de català, majoritàriament, són cròniques d'actes institucionals organitzats per a ells o on ells són els protagonistes. De la mateixa manera, la llista «Col·laboracions» s'aprofita sobretot per presentar o entrevistar autors, editors o representants de les institucions públiques catalanes.

Així doncs, amb la finalitat d'aprofundir en el coneixement dels espais en català, aquest article replica la investigació de Lluch (2017), utilitzant-ne la mateixa metodologia, per aprofundir l'anàlisi dels dos canals analitzats prèviament i ampliar-ne el corpus amb tres canals nous. La Taula 1 (pàgina següent) recull les unitats i les tècniques d'anàlisi i els tipus de dades resultants.

A partir de les cerques realitzades en l'apartat anterior, el corpus el conformen cinc canals; per la diversitat i disponibilitat dels administradors i dels seus espais no s'hi ha pogut aconseguir una uniformitat de dades. Així

Unitat d'anàlisi	Tècnica d'anàlisi	Dades
3 administradores de canals de YouTube 1 administradora d'un blog	Anàlisi descriptiva a partir d'una entrevista- qüestionari detallada en GoogleDocs Focus Group virtual	Perfil, lectures, identitats, relacions i opinions sobre el fenomen
5 canals de YouTube	Anàlisi quantitativa i descripció densa	Espais, etiquetes, mitjans socials
294 vídeos de YouTube	Anàlisi quantitativa, des- cripció densa i discursiva	Tipus de lectura recomanada

Taula 1. Unitat, tècnica i dades de l'anàlisi.

doncs, la Taula 2 recopila les unitats d'anàlisi treballades: sobre les dades dels administradors, només tres dels cinc administradors han realitzat l'entrevista i han participat en el Focus Group, aquesta dada crida l'atenció perquè en Lluch (2017) tots els booktubers contestaren immediatament i hi participaren d'una manera molt activa. Sobre les dades dels espais i de les lectures recomanades als posts, cal tenir en compte que un dels canals està inactiu des de la Diada de Sant Jordi; un altre va iniciar-se en el 2016 i l'altre en el 2017, com indica la Taula 2.

S'hi ha incorporat l'administrador d'un blog que va participar en la investigació anterior per tenir la perspectiva d'un subjecte que ha optat per mantenir-lo i no transformar-lo en canal audiovisual, quan aquesta és la pràctica generalitzada.

	<i>Dades administradors</i>	<i>Dades sobre els espais i els posts</i>
BOOK_01	No	01-2015 fins 10-2017
BOOK_02	No	01-2015 fins 05-2016
BOOK_03	Sí	02-2016 fins 10-2017
BOOK_04	Sí	07-2017 fins 10-2017
BOOK_05	Sí	01-2015 fins 10-2017
BLOG_01	Sí	—

Taula 2. Dades sobre les unitats d'anàlisi.

■ 4 Els resultats de l'anàlisi

Les dades dels cinc canals que conformen el corpus apareixen a la Taula 3. La diferència amb els canals en castellà és notable, ja que un canal amb un èxit mitjà en castellà supera àmpliament els 50.000 seguidors. El primer que es va obrir ho va fer el 14 setembre 2011, un canal valencià, seguit d'un altre català que penja el primer vídeo l'1 de gener de 2012; els altres tres són molt més recents.

	<i>Data d'inici</i>	<i>Seguidors</i>	<i>Visites</i>	<i>Vídeos</i>
BOOK_01	1 gener 2012	1.792	125.203	125
BOOK_02	27 juny 2014	383	17.787	41
BOOK_03	23 febrer 2016	65		26
BOOK_04	25 juliol 2017	63	1.281	14
BOOK_05	14 setembre 2011	490	18.296	88

Taula 3. Dades sobre el corpus [26.10.2017].

	<i>Facebook</i>	<i>Twitter</i>	<i>Instagram</i>
BOOK_01	406	1.698	244
BOOK_02	No	No	No
BOOK_03	No	1.483	No
BOOK_04	266	No	364
BOOK_05	500	1.280	244

Taula 4. Seguidors en els mitjans socials [26.10.2017].

Com és habitual, tots utilitzen les xarxes socials per compartir-ne els vídeos. El mitjà social preferit és Twitter, seguit de Facebook i menys d'Instagram (Taula 4). Les investigacions sobre com utilitzen els adolescents i joves els mitjans socials (Lluch, 2014; García-Roca, 2016) destaquen que es practica la transhumància d'eines i d'instruments virtuals, és a dir, canvien o utilitzen diferents mitjans ajustant-ne l'ús a les seves necessitats, gustos i moments. Òbviament, els lectors no són aliens a aquests canvis i en els últims anys han passat de l'escriptura a la imatge, concretament, han substituït l'escriptura en els blogs i els fòrums per l'audiovisual en els canals de YouTube o Instagram; de fet, tots cinc van començar amb el blog però només el manté actiu un administrador. Aquesta pràctica de transhumància també s'observa en l'ús de les xarxes socials ja que han anant passant de Facebook a Twitter.

De nou, una altra diferència que defineix aquests canals és el tipus subscriptor dels canals de YouTube i de seguidor o *follower* en les xarxes socials. L'anàlisi mostra un conjunt de trets repetits: adults, majoritàriament dones, amb professions lligades al món del llibre i la lectura com editors, llibreters, bibliotecaris o gestors culturals. Així doncs, no és estrany que tres dels quatre administradors entrevistats declaren que col·laboren habitualment amb editorials i llibreries i que aquestes els envien llibres per recomanar-los o que siguin invitats en les activitats organitzades per les institucions com les setmanes del llibre català, la Diada de Sant Jordi, etc.

Els resultats de l'anàlisi dels espais coincideix amb l'opinió dels administradors: «Des de la meua experiència, pense que el fenomen booktuber en català està sent més una iniciativa des de dalt que des de baix (els lectors). Jo mateixa em vaig decidir a començar, entre d'altres factors, arran d'un projecte que [una editorial] llançà precisament per a això, per al foment de la lectura i de la participació al web» o «Ara per ara, la meua recompensa per col·laborar amb editorials i institucions és una pila de llibres genials, sumats a experiències increïbles amb gent fantàstica i un ressò mediàtic que no m'hauria imaginat pas».

Tot i que la llengua majoritària en la qual treballen és el català, també usen el castellà i l'anglès; de manera similar, també recomanen llibres en les tres llengües. La tria de la llengua en els espais que administren ha estat un dels temes centrals del Focus Group; les raons que addueixen per triar-ne una o altra són similars: «jo crec que per escollir la llengua dels nostres blogs o canals senzillament hauríem de pensar en quina ens sentim més còmodes expressant-nos (o triar més d'una!)»; «es tracta de sentir-te identificat amb qui publica el contingut i en el cas dels territoris de parla catalana, és fàcil d'aconseguir si utilitzem la nostra llengua»; «Jo he triat la llengua en funció de mi mateixa, és la meua materna i és en la que m'expresso i escric habitualment i trobe que cal difondre que és tan digna i formal i pot arribar a tanta gent com qualsevol altra».

Òbviament, són persones conscients del context en el qual treballen: «Cap dels amics o companys de la meua edat (siguen valencianoparlant o no) consumeixen contingut en català a YouTube, ja no dic que siga sobre llibres. De fet, quan vaig començar molta gent m'ho deia: "si ho fas en català et llesves molt de possible públic". Suppose que s'ha de tindre consciència sobre el tema i no buscar assolir la fama o una audiència enorme de sobte. Jo vaig decidir que faria els vídeos només en català, però també els subtítule per a donar l'opció a qui s'interessa de poder entendre'ls sense necessitat que sàpiguen català». Alhora, coneixen quines són les opcions d'al-

tres companys i les raons de la tria de llengua: «Per la gent que jo conec (sóc seguidora de molts booktubers catalans que fan el canal en castellà), és pel tema de la difusió i alguns perquè aquesta difusió es tradueix en possibilitat de monetitzar el canal» o «És cert que molts booktubers i bloggers del territori catalanoparlant escolleixen el castellà per diversos motius, ja sigui perquè es senten més còmodes en aquesta llengua (n'hi ha molts amb el castellà com a llengua materna) o perquè creuen que arribaran a un públic més ampli. És cert que el castellà et pot donar un abast més gran, però també hi ha molts més creadors de contingut en aquesta llengua. Penso que el fet de crear contingut en català et dona un major grau de proximitat no només amb els seguidors, sinó també amb els altres bloggers i booktubers».

Sobre el tipus de llibre que recomanen, dos dels canals segueixen la tendència observada en els de castellà: en un 85% són traduccions de llibres anglosaxons de literatura juvenil, és a dir, la diferència entre els canals en castellà i aquests dos en català només la marca la llengua que s'hi utilitza, ja que recomanen el mateix tipus de llibres. Fins i tot, comparteixen la tendència de recomanar llibres directament en anglès. Els altres tres canals tenen característiques molt específiques ja que l'edat o el lligam a les institucions i les editorials determinen el tipus de llibre que hi presenten.

■ 5 Discussió

Les conclusions de Lluch (2017) mostraven com els adolescents i joves han creat comunitats virtuals de lectura en castellà allunyades de la mediació tradicional dels adults (pares, docents o bibliotecaris); tanmateix, s'hi han acostat a altres mediacions, com l'aplicació Goodreads lligada a Amazon, on la influència és més líquida i invisible. En aquesta nova dimensió, les relacions entre les lectures recomanades o els autors elegits no responen als criteris tradicionals de l'acadèmia sinó al nombre de «likes» que reben i als comentaris que deixen els lectors. Per tant, és un espai on competeix qualsevol tipus de llibre i autor en què la mediació, entre el llibre i el lector, l'estableix el logaritme creat per la plataforma d'Amazon.

Aquesta conclusió és parcialment extrapolable a la comunitat catalana, ja que (tot i les múltiples iniciatives per crear-ne un fenomen similar) bàsicament no existeixen booktubers en català. A més, amb el temps, les noves iniciatives s'han fet més tancades amb la utilització d'eines com WhatsApp, que allunyen encara més les propostes del fenomen obert i lliure que significa la comunitat virtual de lectors joves: «Al nostre grup hi ha bloggers, booktubers, bookstagrammers, algun que altre escriptor novell i molts

joves amants de la lectura d'entre 11 a 25 anys més o menys. Ens organitzem a través del nostre grup de WhatsApp i creem Doodles per a les trobades més multitudinàries».

Els dos canals que poden rebre el nom de booktuber repliquen les característiques dels espanyols amb l'única diferència que la llengua de comunicació utilitzada és el català. És a dir, dissenyen les mateixes llistes de reproducció amb característiques iguals (Lluch, 2017: 43–44), recomanen els mateixos llibres, comparteixen les tècniques d'edició i un estil lingüístic similar. Els altres tres canals proposen espais diferenciats motivats, en un cas, per l'edat de l'administrador i, en els altres dos, pel lligam amb les institucions.

Així doncs, la percepció que els agents de l'ecosistema del llibre transmeten a Internet sobre la lectura i els joves xoca frontalment amb el mapa real de les dades. Amb tot, cal considerar que aquest no és un fenomen estrany en el món de la lectura; un exemple paradigmàtic l'aporta el Pla Nacional de Lectura de Portugal, on un dels actors fonamentals han estat els mestres. La investigació de Costa i altres (2015) mesura la percepció que van tenir els professors sobre l'aplicació i els efectes del Pla. Les conclusions de l'estudi destaquen com aquests van ser cauts pel que fa a la millora de les habilitats de lectura dels estudiants i els resultats escolars del PNRP; paradoxalment, les dades PISA 2009 i 2012 van mostrar una millora significativa en el rendiment de lectura d'aquests estudiants que els situava prop de la mitjana de l'OCDE.

Una hipòtesi de la causa de la discordança entre les dades sobre fenòmens lligats a la lectura i la percepció que tenen els actors involucrats podria ser el fet que la lectura és un objecte d'investigació molt recent. Concretament, Lluch i Sánchez-García (2017: 3), en analitzar els articles indexats en WOS i Scopus sobre el tema, conclouen que: «el 80% de los artículos se publican después de 2009. Aunque la producción científica es significativa a partir del año 2012: el 73,77% del total de las investigaciones publicadas en las revistas indexadas en estas bases de datos se han publicado entre 2012 y 2015». ■

■ Bibliografia

Bois, Géraldine / Saunier, Emilie / Vanhée, Olivier (2016): «La critique littéraire amateur sur les blogs de lecteurs», *Reset* 5, <<https://journals.openedition.org/reset/736>>.

- Costa, Antonio Firmino da et al. (2015): «Evaluating the Portuguese National Reading Plan: teachers' perceptions on the impact in school», *Educational Research for Policy and Practice* 14, 119–138, <<https://doi.org/10.1007/s10671-014-9171-y>>.
- García Galera, M^a Carmen / Fernández Muñoz, Cristóbal (2016): *Si lo vives, lo compartes. Cómo se comunican los jóvenes en un mundo digital*, Madrid: Fundación Telefónica / Editorial Ariel.
- García-Roca, Anastasio (2016): «Prácticas lectoras en espacios de afinidad: formas participativas en la cultura digital», *Ocnos* 15, 42–51, <http://dx.doi.org/10.18239/ocnos_2016.15.1.979>.
- Jeffman, Tauana Mariana Weinberg (2015): «Literatura compartilhada: uma análise da cultura participativa, consumo e conexões nos booktubers», *Revista Brasileira de História da Mídia* 4, 2.
- Krippendorff, Klaus (1990): *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*, Barcelona: Paidós Comunicación.
- Lluch, Gemma (2014): «Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red», *Ocnos* 11, 7–20, <http://dx.doi.org/10.18239/ocnos_2014.11.01>.
- (2016): «La prescripció en la literatura infantil: de la censura, El més petit de tots i Els Grumets de La Galera», *Zeitschrift für Katalanistik* 29, 267–292.
- (2017): «Los jóvenes y adolescentes comparten la lectura», in: Cruces, Francisco (ed.): *¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores*, Madrid: Fundación Telefónica / Editorial Ariel, 29–51.
- / Sánchez-García, Sandra (2017): «La promoción de la lectura: un análisis crítico de los artículos de investigación», *Revista Española de Documentación Científica* 40:4, 192, <<http://dx.doi.org/10.3989/redc.2017.4.1450>>.
- Pates, Giuliana (2015): «Los/as jóvenes no leen? Experiencias de lecturas en booktubers», *Letras* (Centro de Investigación en Lectura y Escritura) 1, 125–131, <<http://hdl.handle.net/10915/46664>> [15.10.2017].
- Sorensen, Karen / Mara, Andrew (2013): «BookTubers as a networked knowledge community», in: Limbu, Marohang / Gurung, Binod (eds.): *Emerging Pedagogies in the Networked Knowledge Society: Practices Integrating Social Media and Globalization*, Hershey, PA: IGI Global, 87–99, <[doi:10.4018/978-1-4666-4757-2.ch004](https://doi.org/10.4018/978-1-4666-4757-2.ch004)>.