

BOOKTUBERS, PRÁCTICAS DE LECTURA EN EL SIGLO XXI Y CONVERGENCIA
DIGITAL

Valentina Maestre Santamaría

Tutora: Alexandra Martínez

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de socióloga

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA
CARRERA DE SOCIOLOGÍA
BOGOTÁ, D.C.
Octubre de 2019

Booktubers, Prácticas de lectura en el siglo XXI y Convergencia Digital

Valentina Maestre Santamaría
Directora: Alexandra Martínez
Pontificia Universidad Javeriana
Facultad de Sociología

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA
CARRERA DE SOCIOLOGÍA
BOGOTÁ, D.C.
Julio de 2019

Tabla de contenido

Introducción	1
Metodología	5
Matriz de dimensiones, variables, indicadores y lugar de consulta	7
Capítulo 1. ¿La práctica de la lectura?	9
1.1. De la lectura a las lecturas	15
1.1.1. La lectura privilegiada	15
1.1.2. La lectura como práctica	17
1.1.3. La lectura como producción de sentido	17
1.1.4. Formas de lectura	18
1.2. Antecedentes de las prácticas de lectura en Colombia	19
1.2.1. Políticas de fomento a la lectura	20
1.3. Narrativas transmedia	21
1.3.1. Los <i>booktubers</i> : la cultura <i>mainstream</i> y la relación con la lectura	22
1.3.2. Lectura y culturas juveniles	23
Capítulo 2. De la pantalla, ¿a la realidad?	25
2.1. Perfiles de los <i>booktubers</i>	26
2.2. Influencia de los <i>booktubers</i>	28
2.3. El sentido social de la lectura	30
2.4. Entre lo popular y lo letrado	31
2.5. La apropiación y el vínculo	32
2.6. Lectura en digital	33
Capítulo 3. ¿Qué nos dicen los datos?	35
3.1. Caracterización de la población	35
3.2. Rango de edad entre 15-18 años	35

3.2.1. Rango de edad entre 19-22 años	36
3.2.2. Rango de edad entre 23-25 años	37
3.2.3. Rango de edad entre 26 años-40 años	39
3.3. Preferencias literarias por edades	41
3.4. Mercado	43
3.5. Formación lectora	47
3.6. Identidad y comunidad lectora	51
3.7. ¿Y los booktubers?	55
Conclusiones	65
Bibliografía	68
Anexos	74
Anexo 1. Glosario de términos	74
Anexo 2. Perfiles de <i>booktubers</i> analizados	80

Lista de figuras

<i>Figura 1.</i> Mapa completo de países según lectores	10
<i>Figura 2.</i> Porcentaje de personas de cinco años y más* que realizan actividades relacionadas con lo que leen, según actividad realizada Total nacional, Cabeceras, Centros poblados y rural disperso (2017).....	12
<i>Figura 3.</i> Influencia cinematográfica en la lectura	39
<i>Figura 4.</i> Influencia literaria de una obra sobre otra	39
<i>Figura 5.</i> Influencia cinematográfica en la lectura	41
<i>Figura 6.</i> Influencia literaria de una obra sobre otra	41
<i>Figura 7.</i> Preferencia lectora por edad	42
<i>Figura 8.</i> Preferencia a la hora de elegir la lectura.....	44
<i>Figura 9.</i> Mercancía relacionada con la lectura.....	44
<i>Figura 10.</i> Preferencia cinematográfica en relación a lectura Best-Seller.	44

<i>Figura 11.</i> Asistencia a ferias del libro en Bogotá	45
<i>Figura 12.</i> Acercamiento a la lectura	47
<i>Figura 13.</i> Acercamiento a la lectura escolar	48
<i>Figura 14.</i> Preferencia lectora horaria	49
<i>Figura 15.</i> Pertenencia a un grupo de lectura	52
<i>Figura 16.</i> Participación a foros virtuales.....	52
<i>Figura 17.</i> Participación en foros virtuales literarios	53
<i>Figura 18.</i> Vínculo del lector en plataformas digitales.	53
<i>Figura 19.</i> Medio preferido para compartir la lectura	54
<i>Figura 20.</i> Elección de lectura.....	55
<i>Figura 21.</i> Género.....	56
<i>Figura 22.</i> Edad	56
<i>Figura 23.</i> Estrato	57

Introducción

El verbo leer, como el verbo amar y el verbo soñar, no soporta “el modo imperativo”. Yo siempre les aconsejé a mis estudiantes que si un libro los aburre lo dejen; que no lo lean porque es famoso, que no lean un libro porque es moderno, que no lean un libro porque es antiguo. La lectura debe ser una de las formas de la felicidad y no se puede obligar a nadie a ser feliz.

Jorge Luis Borges

Los *booktubers* son personas con un amplio rango de edad¹, amantes de la literatura y de la tecnología, que se dedican a subir videos a YouTube en los cuales hablan acerca de diversos libros. Este concepto ha variado con el tiempo, dado que con la evolución de los canales ya no solo se habla de los booktubers, sino también de la serie y/o películas que suscitan los mismos, en los que se utiliza un lenguaje coloquial que aporta mayor sentido para ellos y sus espectadores. La comunidad que los “respalda” lleva por nombre “*Booktube*”² y se define como aquellas personas de diferentes edades, principalmente jóvenes, que hablan de libros a través de la plataforma de YouTube, la cual poco a poco se ha extendido a todas las redes sociales, creando en ellas también una comunidad vivas de seguidores apasionados por los libros.

Según Cantos (2017) Booktube comenzó el 10 de diciembre de 2009, el día en el que Elizabeth Vallish una norteamericana de 21 años decidió abrir un canal en la plataforma de YouTube para compartir su experiencia con los libros. Al principio este tipo de videos eran de habla inglesa, pero se extendieron por todo el mundo y en diferentes idiomas como el español³; actualmente hay comunidades en italiano, alemán y ruso. En estos videos las personas suelen hacer reseñas de los libros que han leído y comentar si les han o no gustado, también (de los libros que no han leído) suelen contar qué les gustaría leer. Los libros que han adquirido recientemente, *book-tags*⁴, algunos retos y juegos entre los propios booktubers, incluso hay quienes hacen algunos concursos entre sus suscriptores en los que, por lo regular, los premios suelen ser libros.

Los booktubers están en internet por medio de encuentros virtuales y alrededor de todo el mundo en encuentros cara a cara. Son invitados a diferentes eventos (literarios o educativos en su

¹ Rango que usualmente estaba entre los 15 y 20 años de edad, pero desde el 2012, año en el que personas de mayor edad comenzaron a subir videos a la plataforma, empezado a cambiar, hay niños de 12 años y adultos de 60 que ya han incursionado en este mundo.

² Se utilizará *booktube* para referirse a la comunidad y *booktuber* para hacer referencia a los creadores de contenido.

³ Los países donde principalmente comenzó el fenómeno fueron en México, España, Argentina y Chile.

⁴ Preguntas, juegos, pruebas, memes o retos literarios relacionados con los libros, pensados para conocer con mayor profundidad determinados títulos.

mayoría) a dar conferencias sobre las actividades que realizan, cómo las llevan a cabo y cómo motivan a otros a hacerlas. Debido a que se han hecho “más conocidos” al interior de la plataforma de YouTube, por fuera de ella, y a través de eventos literarios, su visibilidad ha aumentado en el panorama literario, editorial y educativo.

Los agentes interesados, incluyendo académicos, comerciales, profesores, casas editoriales, etc., han empezado a establecer relaciones de mutuo beneficio con influenciadores⁵, los cuales tienen presencia en redes sociales, con el fin de popularizar contenidos en su base de seguidores y aumentar el alcance de sus productos.

Booktube es una comunidad muy amplia en la cual se encuentran personas con diversos intereses temáticos referidos a los libros. A pesar de la diferencia en los índices de lectura entre EE. UU., México, España o Colombia, cada día son más las personas lectoras y no lectoras que se suman a esta comunidad *online*; cuando este fenómeno llegó a Colombia la tendencia ya era *trending topic* a nivel mundial. En el año 2015 el periódico El Tiempo publicó un artículo en el que indicaba que en esa fecha existían alrededor de 30 *booktubers* en Colombia. Sin embargo, no todos eran tan reconocidos en ese momento, solo había cinco *booktubers* que sobresalían por la cantidad de suscriptores y el movimiento que tenían en redes sociales, por tanto, eran los más invitados a encuentros literarios. Por citar un ejemplo, en la 28° Feria Internacional del Libro de Bogotá se encontraba Juliana Zapata entre los *booktubers* invitados –que, de todos, era quien más tenía suscriptores en el país–, para presentar algunos nuevos libros y realizar entrevistas a algunos autores nacionales e internacionales. Así, la llegada de estos jóvenes a espacios como este significó un avance en el reconocimiento de su trabajo.

En general, los *booktubers* se relacionan habitualmente con actividades de alfabetización mediática y promoción de lectura en plataformas digitales, lo cual permite llevar la lectura a un plano social y los convierte en personas de influencia en redes sociales, pues gracias a sus vídeos consiguen generar interés por la lectura en otros individuos, dando origen a una comunidad lectora viva que crea vínculos con sus usuarios. Atado a esto, hoy las posibilidades de lectura se han multiplicado debido a que los soportes digitales introducen cambios en los procesos de lectura, escritura y aprendizaje.

⁵ Se le conoce de esta forma a aquellos sujetos que ejercen influencia sobre otros en redes sociales.

La aparición de dichos contenidos en la red es parte de una tendencia entre las personas nacidas a finales de la década de los 80 y durante la década de los 90, de quienes se presume, han dejado de lado el consumo de información a través de los medios de comunicación tradicionales, y utilizan el internet para elegir y diseñar los contenidos que quieren consumir. De esta forma, la integración de la tecnología con la lectura ha tendido a actualizar ciertos hábitos y consumos.

La comunicación en la sociedad de la información y del conocimiento avanza cada vez más hacia nuevas formas de emisión y recepción de la información, por lo cual el concepto de *booktuber* se vuelve fundamental para comprender el intercambio mediático de la información, los nuevos procesos de sociabilidad en torno a la lectura, y las dinámicas relacionales por fuera de los encuentros cara a cara. En el siglo XX se comenzaron a investigar los hábitos de lectura como una de las primeras actividades que permitían conocer el nivel cultural de la población, y los métodos estadísticos de la sociología brindaron herramientas para acercarse a este fenómeno. Para los sociólogos las cuestiones de cómo se lee, cuántos libros se leen, qué géneros prefieren los lectores según su edad, procedencia social y nivel de estudios, revelan la complejidad del **consumo literario**, el cual no puede delimitarse a la relación con la clase social, sino que debe conocerse a través de las experiencias socialmente diferenciadas que viven los lectores en el contacto íntimo con las obras. Al estudiar y comprender el fenómeno de los *booktubers* y la relación que ellos establecen con su público, también se puede entender cómo han cambiado las prácticas literarias con el internet, cómo se entiende el libro en la sociedad actual asociado a los nuevos consumos, y preguntarse ¿qué hace que la mayoría de *booktubers*, en distintos rangos de edad, estén dando un giro a la divulgación literaria en varias partes del mundo desde YouTube? Muchos críticos literarios, periodistas y profesores, no entienden en que radica su éxito y porqué cada vez son más importantes, Juan Domingo Argüelles comenta que:

Mientras la crítica académica, periodística o especializada en literatura pierden influencia entre las personas que gustan de leer sobre todo en los jóvenes lectores, los *booktubers* se han convertido en una especie de mediadores literarios, como lo considera el escritor y divulgador literario Juan Domingo Argüelles. (Navarro, 2014, párr.24)

En una entrevista telefónica con Argüelles realizada por Navarro (2014), este señala que “sin que nadie les haya concedido esta legitimidad, estos jóvenes han conseguido ampliar el universo de lectores a partir de los ejercicios que están haciendo en las redes sociales” párr.25). Para el escritor:

A diferencia de los mediadores o preceptores convencionales, estos jóvenes comparten un código común con las personas que los observan en un momento en que el Estado, el gobierno y las instituciones oficiales han perdido de vista qué es un lector y han querido conformar uno desde la perspectiva disciplinaria y dogmática. (Navarro, 2014, párr.27)

En Colombia la mayoría de la población no lee lo suficiente en comparación con otros países del mismo continente, y quizás con los *booktubers* el país se enfrenta ahora a una herramienta promotora de lectura que puede cambiar estas cifras históricas; por ello resulta interesante preguntar cuál es nivel de incidencia de estos influenciadores en el consumo y apropiación de la lectura en Bogotá. A partir de estas relaciones, este trabajo de grado está direccionado a *entender las relaciones entre los lectores y los booktubers, con YouTube como mediador, enfocandonos en el consumo de la literatura que se encuentra en este campo la cual suele ser bestseller*⁶, para saber al final de la investigación, si hay influencia o no de estos sujetos en la lectura y el consumo de libros de la población juvenil.

⁶ Conocida así por el número de ventas e impacto editorial que esta suscita en el medio literario.

Metodología

Cualquier lector pertenece a una comunidad de interpretación y se define en relación con las capacidades de lectura [...] Luego siguen las normas, reglas, convenciones, códigos de lectura propias a cada una de las comunidades de lectura. En esto consiste la manera de dar una realidad sociocultural a la figura del lector.

Roger Chartier, Cultura escrita, literatura e historia.

El presente estudio de caso sobre los *booktubers* de Bogotá está motivado por la importancia de estos en los diferentes eventos relacionados con libros *offline*⁷ y el impacto que tienen *online*⁸. Como ya se ha establecido, se trata de estudiar la relación que los *booktubers* tienen con los consumidores, y si aquellos ayudan o no a crear hábitos de lectura; para ello se seleccionó la ciudad de Bogotá, al concentrar esta una gran cantidad de influenciadores colombianos.

Cabe mencionar que el trabajo es de tipo exploratorio, y como precedente del mismo se puede mencionar un proyecto de investigación titulado “Booktubers nuevos promotores de lectura en la era digital”, realizado en la Universidad de Cartagena en el año 2016, en el cual se muestra a los *booktubers* como nuevos promotores de lectura en la era digital, y buscó estudiar la influencia de esta actividad en la creación de hábitos de lectura y tipos de lecturas de mayor interés.

Al igual que en el presente estudio, la metodología desarrollada en el citado proyecto fue de corte exploratorio y descriptivo cuya finalidad fue “determinar una realidad”, es por ello que en este estudio se entiende la etapa exploratoria como “la encargada de ordenar, examinar, recolectar y representar los datos para especificar las características encontradas” (Castillo, López, & Navarro, 2016, p.11). Las conclusiones de dicha investigación permitieron orientar el presente trabajo realizado en Bogotá, dado que después de realizar un análisis detallado de los contenidos recomendados por la población *booktuber* seleccionada, se obtuvieron los siguientes resultados: el aumento constante de la población *booktuber*; la gran influencia que tienen en las casas editoriales, quienes los consideran como agentes de promoción y publicidad de sus libros; la definición de géneros literarios más recomendados por estos (literatura juvenil e infantil); el vínculo entre lectura y los videos de YouTube; y finalmente, el comienzo de una comunidad que busca despertar el deseo por la lectura en la población.

⁷ Fuera de internet

⁸ En internet

Para el presente trabajo, se decidió hacer una encuesta y entrevistas a consumidores de *booktube*, *booktubers* y agentes editoriales, con la pretensión de observar el fenómeno desde diferentes aristas. El procedimiento consistió en diseñar una matriz para analizar las dimensiones y variables, tal como se muestra más adelante. Se decidió dividir las encuestas en tres bloques de preguntas, puesto que cada una de ellas brinda un acercamiento al lector en cuanto a sus perfiles vivencial, económico y social; con esta se quiso indagar sobre cuáles son los gustos y preferencias, el capital cultural, el acercamiento a las industrias editoriales y a otros mercados, y la influencia de las distintas comunidades en las escogencias literarias

Inicialmente para la selección de la población, se exploró el público consumidor de *booktubers* y se observó que este incluía niños, jóvenes y adultos en general. En este sentido, en principio no existía un rango de edad o de educación previa en los filtros como requisito para realizar la encuesta, pero en la medida en que se evidenciaron las dificultades de manejar un grupo tan grande se decidió delimitar a cuatro grupos que van desde 15 y 18 años, 19 a 22, de 23 a 25 y de 26 a 32. Esto por ser un rango de edades cercano entre sí (lo cual facilitó la implementación de las encuestas), excluyendo a la población infantil.

Con estos criterios se evidencian algunos factores de consumo, dado que estas personas cuentan con razonamientos y recursos económicos para hacer una elección autónoma sobre lo que leen, lo cual también lleva a tener en cuenta su participación en grupos de lectura, entre ellos los grupos *fandom*.⁹

Como se explicará más adelante, el diseño metodológico es de carácter cuantitativo y cualitativo y permitió obtener la información a partir de tres instrumentos: 1) una encuesta a 77 personas de todas las edades, realizada en Google Forms sobre sus prácticas de lectura, 2) una encuesta segmentada a 30 personas consumidoras de *booktube*, la cual incluyó preguntas abiertas para identificar las decisiones de consumo y canales favoritos, y 3) 14 entrevistas en profundidad aplicadas a personas que usan y consumen los contenidos de *booktube* en Bogotá, para complementar los resultados de la encuesta de consumo.

Cabe señalar que antes de iniciar todo el proceso de trabajo de campo se realizó una prueba piloto a cinco personas para probar el primer instrumento. Además, se observó la incidencia de otras industrias como la del cine, los videojuegos, o la que elabora objetos de consumo en relación

⁹ Grupo de personas que son seguidoras de un tema específico.

con los libros, que se hacen presente a la hora de entender el fenómeno de las sagas y, a su vez, también dan luces del consumo y la preferencia de cierto tipo de literatura, en especial para los más jóvenes.

Matriz de dimensiones, variables, indicadores y lugar de consulta

Para realizar la matriz, que agrupaba a las 77 personas, se dividió la encuesta en tres dimensiones. La primera se concentra en el *perfil del lector*, para lo cual se tienen en cuenta los aspectos familiares, escolares, y vivenciales que los llevan a escoger o no un tipo de literatura. Dentro del perfil se preguntó por cuál era el tipo de literatura predilecta y por qué, y sobre el último libro que habían leído, también se indagó por el interés en centros de lectura como bibliotecas, centros culturales, etc., y sobre sus preferencias al momento de elegir un espacio de lectura.

En la segunda dimensión se analizó el *grupo de información o comunidad a la que el encuestado pertenece*, lo cual permite prever de qué forma se moviliza la información acerca de los libros que se ubican en el panorama de los lectores, y conocer qué incidencia tienen las recomendaciones de grupos o personas cercanas al lector para que este decida acercarse a una obra en particular. En las encuestas se encuentran preguntas sobre quiénes les recomendaban los libros, cómo era el proceso de voz a voz, y la importancia del *booktuber* al tomar la decisión de leerlos o no.

La última dimensión para analizar fue la del *mercado y las industrias*, para observar la influencia de estos en la decisión del lector al momento de comprar un libro. Para ello se tuvo en cuenta la compra de accesorios que se identifican con las obras o el material promocional que viene junto a ellas, la incidencia de la industria editorial en la industria del cine y viceversa, en las cualidades estéticas o de contenido que a primera vista les llama la atención a los lectores, y finalmente, los eventos de compra y venta de libros que impulsa al consumo de estos.

Adicionalmente, la encuesta¹⁰ se realizó a 30 personas segmentadas a público consumidor de *booktube* en la ciudad de Bogotá, de las cuales 22 fueron mujeres y 8 hombres. Entre los entrevistados oscilaban personas en el rango de edad de 15 a 32 años, todos de nacionalidad colombiana, de diversos estratos sociales y con trayectoria de vida en la ciudad de Bogotá.

¹⁰ Esta se realizó con la herramienta que ofrece Google para encuestas *online*.

Además, se realizó un piloto de la encuesta en cinco personas antes de aplicarla. Posteriormente, se hicieron entrevistas a 14 personas vía telefónica y de manera presencial, para resolver algunas dudas y particularidades que tenía la entrevistadora, y con el objetivo de hacer un registro de habla que le permitiera corroborar el universo de sentido de los mismos.

Finalmente, el presente trabajo está estructurado de la siguiente manera: en el primer capítulo se hizo una reconstrucción de fuentes sociológicas sobre la práctica de la lectura en la historia y en Colombia, su tipología, la influencia del internet y de la cultura juvenil y *mainstream* sobre esta; en el segundo capítulo se hace una reconstrucción de la historia del fenómeno *booktuber*, se profundiza en el significado de serlo y de pertenecer a esta comunidad, y también se discute sobre los perfiles de *booktubers* más exitosos para evidenciar las continuidades y cambios en los mismos, y entender qué los hace exitosos; en el tercer capítulo se hace un análisis de las encuestas desde cuatro esferas: *la educativa, la digital, la comercial, la editorial y la incidencia de la sociabilidad en internet*. Al finalizar, en las conclusiones se encuentran hallazgos interesantes sobre la práctica de la lectura en relación al fenómeno *booktube*.

Capítulo 1. ¿La práctica de la lectura?

Ante ciertos libros, uno se pregunta: ¿quién los leerá? Y ante ciertas personas uno se pregunta: ¿qué leerán? Y al fin, libros y personas se encuentran

André Gide.

Diversos estudios como el libro de Fernando Cuetos (2010), comprueban que la lectura es una habilidad que potencia infinitas capacidades en el cerebro, y, en consecuencia, su importancia para la sociedad y el crecimiento del individuo es indudable. Cuetos (2010) en su libro “Psicología de la lectura” señaló que la lectura no solo desarrolla ciertas áreas de la corteza cerebral, sino que especialmente forma nuevas conexiones neuronales y circuitos, debido a que leer significa asociar formas escritas con significados (comprensión lectora) y formas orales (lectura en voz alta). Por otro lado, según Fernández (2005) en Marcial, la lectura es un vehículo del conocimiento en el cual el lector desarrolla su capacidad intelectual y el pensamiento crítico; un lazo de unión entre las distintas culturas que enriquece el lenguaje y con ello la capacidad de comunicación y entendimiento, al tiempo que es fuente de ocio y disfrute que contribuye a mejorar a la sociedad en conjunto.

Conforme a lo anterior, el World Culture Score Index, el *ranking* que publica la firma NOP World se refiere a la relación de la población de diversos países con distintos hábitos culturales, entre ellos la lectura. Este *ranking* (2018) “definió una lista de acuerdo con la cantidad de horas que el habitante promedio de un país dedica a la lectura (sin importar que sea por razones laborales, académicas o de recreación)” además, en esta lista se señala que:

El primer lugar lo ocupa India, pues sus habitantes dedican en promedio 10,42 horas semanales a leer; le siguen otros tres países asiáticos: Tailandia en segundo lugar, China en tercero y Filipinas cuarto (entre los cuales están las dos principales economías del mundo); y por último o quinto lugar está Egipto. Los lugares del 6 al 10 están dominados por Europa (República Checa, Rusia, Suecia empatada con Francia, y luego Hungría con Arabia Saudita). En lo que se refiere a América Latina, el país mejor ubicado es Venezuela, ocupando el puesto 13, seguido por Argentina en el 17 y México en el 24 (promediando alrededor de la mitad de las horas que los hindús dedican). (Ecoosfera, 2018, párr.4)

Cabe señalar que este ranking lo emite una firma privada que posee intereses en el mercado editorial o educativo. Así, llama la atención que las dos economías con mayor potencial, China e India acompañen con educación su crecimiento explosivo en la industria, el mercado y otros, lo

cual sugiere que su desarrollo no solo obedece a que sean, por mucho, las dos poblaciones más grandes del planeta, sino también a la importancia que le dan a la educación a través de la lectura.

Readers round the world

WHERE DO PEOPLE READ MORE?

Hours per week per person. Source: World Culture Score Index

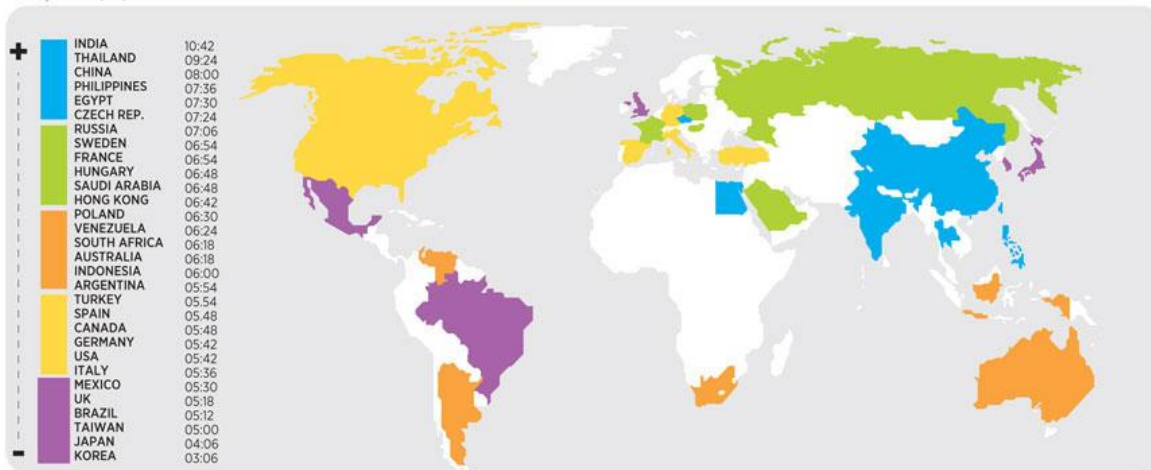


Figura 1. Mapa completo de países según lectores

Fuente: (Palou, 2014)

Actualmente en el caso de Colombia, a la mayoría de los jóvenes les resulta completamente contradictorio hablar de lectura “por placer”, puesto que la práctica de este hábito ha sido impuesta. De ahí que, históricamente hablando, sea una de las sociedades con mayor dificultad en el acceso a la lectura; bien sea porque carece de un sistema educativo que proporcione las herramientas necesarias para que los individuos generen un vínculo con la literatura, o porque no se tienen los recursos económicos para hacer del libro un objeto de la vida cotidiana.

Según Tomasena (2016) la historia de la lectura se remonta a finales de la Edad Media con las redes de intercambio de manuscritos entre los monasterios; seguida de los siglos XVI y XVII con las redes que se formaron alrededor de las casas editoras que revolucionaron la impresión de libros con la invención de la imprenta de Gutenberg¹¹, la invención de la prensa de masas, la explosión

¹¹ La imprenta hizo en su momento, que todo el conocimiento (o el conocido hasta este momento) llegara a cualquier parte, consiguió que la cultura pudiera expandirse y que las personas comenzaran a generar opiniones sobre muchos de los temas a los cuales antes no tenían acceso.

de géneros literarios “populares” convertidas en entretenimiento masivo, los salones literarios y los clubes de lectura.

Para Kalman (2003), la disponibilidad y el acceso son importantísimos a la hora de pensar la cultura escrita, las prácticas de lectura y el objeto libro en la vida cotidiana. La *disponibilidad* hace referencia a la presencia física de los materiales impresos, y la infraestructura para su distribución (biblioteca, puntos de venta de libros, revistas, diarios, servicios de correo, etcétera); mientras que el *acceso* refiere a las oportunidades, tanto para participar en eventos de lengua escrita¹² como para aprender a leer y escribir.

Gracias al constante crecimiento de la tecnología y el internet, hoy es posible estudiar en aulas virtuales, comprar, vender, hablar con personas a kilómetros de distancia y demás interacciones facilitadas por la red. Algunas de estas actividades se encuentran en YouTube, plataforma *online* en la que continuamente se publican videos de todo tipo, los más populares son los musicales, de cocina, DIY, historias, entre otros. En esta red existen usuarios comúnmente llamados *booktubers* (en cuyo concepto se cimenta la presente investigación) los cuales se han convertido en un fenómeno que, a pesar de ser “reciente”, ha cobrado fuerza en los últimos años, sobre todo en la población más joven que influyen en la forma de consumir libros y la manera de leerlos, y son considerados “promotores de lectura”. A medida que ha crecido la comunidad, estaha llenado eventos en ferias de libros y por fuera de ellas, con lo cual también invitan a socializar la práctica de la lectura.

En este sentido, según Castillo, López, & Navarro (2016) los *booktubers* hacen parte de una generación tecnológica que cambia las representaciones sociales sobre la juventud, el libro y la lectura. Tales avances “suponen nuevas formas de transmitir y recibir información, de aprender, de trabajar, de relacionarse y, sobre todo, de consumir” (p.19).

Según el DANE (2017) basado en la Encuesta Nacional de Lectura (ENLEC), en Colombia el promedio nacional de lectura de personas mayores de cinco años fue de 2,7 libros al año para el 2017, mientras en países como España alcanza los 10,3 libros al año, en Chile es de 5,3 y en Argentina de 4,6. En las estadísticas se observa que, con la tecnología, crece una preferencia hacia los medios digitales, pues según la misma encuesta (2017) el 70,4% de los lectores prefirió medios digitales, y de estos, cerca del 64% de las lecturas se realizaron mediante redes sociales.

¹² Situaciones en las que el sujeto se posiciona frente a otros lectores y escritores.

Otro aspecto importante observado en la citada encuesta relacionado con esta investigación fue la pregunta “por las actividades relacionadas con lo que se lee”, en la cual se pudo advertir que mirar videos fue la respuesta con mayor prevalencia en todos los dominios. El 33,8% del total nacional realiza dicha actividad, el 36,8% en las cabeceras y el 22,6% en los centros poblados y rural disperso. La segunda actividad realizada con el 32,6% del total nacional es consultar plataformas de preguntas y respuestas (Wikipedia, Yahoo Respuestas, Google, etc.), el 36,1% en las cabeceras y 19,2% en los centros poblados y rural disperso. Es posible que muchos de ellos (con conocimiento o no) vean *booktubers* para obtener información sobre la lectura, complementar las mismas u obtener algún tipo de información para elegir la próxima.

Actividades que hace relacionadas con lo que lee	Total nacional	Cabeceras	Centros poblados y rural disperso
	%	%	%
Mira videos	33,8	36,8	22,6
Consulta plataformas de preguntas y respuestas (Wikipedia, YahooRespuestas, google etc.)	32,6	36,1	19,2
Consulta diccionarios	29,0	30,3	24,1
Consulta redes sociales	22,1	23,1	18,4
Escribe en redes sociales	19,4	20,1	16,8
Consulta las cifras o recomendaciones del texto (notas al pie, remisión de publicidad, etc.)	18,3	20,7	9,3
Consulta otros lectores en plataformas especializadas	6,6	7,5	3,3
Participa en foros o clubes de lectura	3,7	4,1	2,0

Figura 2. Porcentaje de personas de cinco años y más* que realizan actividades relacionadas con lo que leen, según actividad realizada Total nacional, Cabeceras, Centros poblados y rural disperso (2017).

Fuente: (DANE, 2017)

La lectura en Colombia se está transformando, ya no solo se limita al consumo de libros, sino que también abarca diversos modos y formatos que, no eran tomados en cuenta antes y que resultan ser indispensables para comprender la forma en que las prácticas lectoras están cambiando (Vargas & Jurado, 2013 en Polo, 2017, p.12). Esta se ha venido diversificando en términos de los libros elegidos para leer y los motivos por los cuales se leía. Para Rey (2001) “la asociación entra la

lectura y la educación sobrepasó la escolarización. La literatura comenzó a formar parte de la vida cotidiana, una alrededor de la crianza, otra alrededor de la autoformación y otra conforme a la de las exigencias del ámbito laboral” (p. 40).

Es evidente que la forma en la cual se entiende la lectura ha cambiado a lo largo de la historia y con ello lo que se lee. No solo con la imprenta se comenzó a democratizar, sino también con el propósito mundial por erradicar el analfabetismo, y también con el mercado editorial, pues se aumentó la oferta para que más niños, jóvenes y adultos leyeran sus novedades mediante la publicidad.

Para Gutiérrez (2009) “la práctica lectora es la síntesis de acciones y operaciones con las que un sujeto interactúa con un discurso construido desde la construcción de un sistema simbólico y a partir de un proceso de producción de significación” (p.4). Esta, a su vez, no se refiere a un individuo sino a un hecho colectivo que apela a las comunidades y a los contextos culturales donde es practicada. Así, es como el sujeto que la practica no es dueño de una comprensión, sino que es producto de una producción social (Gutiérrez, 2009). Entonces, las mutaciones en la historia del libro y de la lectura importan porque son piezas inherentes de la conformación de nuevas estructuras sociales.

Lo anterior es explicado por Gutiérrez (2009) al señalar que “en una época la lectura estaba orientada a obtener un sentido absoluto contenido en la palabra y en la verdad del texto escrito”, mientras que en otra “esa actividad está orientada a cargar de sentido dicho texto, y, con eso, connotarlo de presente” Por lo tanto, de lo anterior se entiende que la concepción de la práctica depende de lo que tenga sentido en la cultura. Además, señala:

Esta concepción de la lectura como práctica cultural ofrece como herramienta importante para el análisis poder desprenderse de la obligación propia del contexto presente e inmediato, de los presupuestos aparentemente obvios y de los implícitos que la hegemonía largamente llevada por la palabra escrita impone sobre el pensar; esto es posible gracias a la objetivación de todas aquellas dinámicas que inscriben el proceso de la lectura y que pueden permitir comprender tanto su lugar, como los cambios que ocurren a su alrededor, y la red de fuerzas y tensiones en la producción de significados sociales en la que se encuentra inscrita. (Gutiérrez, 2009, p.148)

Gutiérrez (2009) dice que, para entender el proceso de la lectura, es importante también entender la tecnología ya que esta es instrumental y deriva de los usos cotidianos porque son la síntesis de la materialización de la racionalidad y los procesos cognitivos, como también es la derivación de la producción cultural que se desarrolla en un momento histórico determinado.

Entendiendo esta podemos entender como los individuos suplen las necesidades de producir y apropiarse la información y también la necesidad de que todos la utilicen porque configura identidades conjuntas. En este contexto los booktubers, solo se pueden entender como tendencia de esta época y no de otra. La legitimidad de estos individuos se encuentra dada no solo por el dispositivo que utilizan como medio de difusión sino también por la comunidad que los respalda, es por eso que se hace importante entender la masificación de la lectura y a su vez de esta comunidad en Colombia.

Para Rey (2018), esta es relativamente reciente en Colombia y se dio gracias a la modernización del país, “cuando empezaron a transformarse las estructuras educativas, creció la movilidad social, cambiaron los roles y la ubicación social de la mujer y los procesos de industrialización exigieron un conjunto de conocimientos que no obedecían a las mismas dinámicas sociales. En Colombia, según Jaramillo & Monak (2013), la práctica de la lectura indica cierta estabilidad en los hábitos de la población en donde la predominante es la que y es de los más altos en relación a otros países de Iberoamérica con un 73%; aunque esto resulta totalmente contradictorio ya que es uno de los países que cuenta con uno de los niveles más elevados de poblaciones no lectora con un 52%, para ellos pueden ser diversas las razones, la primera por falta de tiempo (37%) y la falta de interés (64%). Otro descubrimiento importante es que el formato en el que prefieren leer los colombianos, son el formato libro. Esto representaría un acceso privilegiado con un 67% de personas que pueden comprarlos, seguido de préstamos en bibliotecas (o por pares) con el 37%. Solo el 37% de colombianos compra sus libros en librerías, un 14,5% lo hacen por venta ambulante y un 0,5% por internet. (Jaramillo & Monak, 2013). Estas cifras no distan mucho de la manera en la que consumen los booktubers colombianos, ya que siguen prefiriendo leer el libro físico al virtual, sin importar que este sea prestado o no.

En Bogotá no dista mucho el comportamiento, “la lectura predominante de los bogotanos”¹³ es lúdica (60%) seguida de la obligación por estudio o trabajo (40%)”, además, de los participantes del estudio que se referencia, “la mayoría de encuestados señalan a la narrativa como el tipo de lectura privilegiado, especialmente entre los estratos bajos (60%), mientras que los altos se inclinan por el consumo de autoayuda” (Reina & Oviedo, 2013 como se citó en Polo, 2017, p.14).

¹³ Entiéndase, aquellas personas que viven en Bogotá; no, en un sentido estricto, solo a aquellas que nacieron en esta ciudad.

1.1. De la lectura a las lecturas

1.1.1. La lectura privilegiada

La lectura en un entorno como el colombiano no es una práctica muy frecuente y menos para los estratos más bajos, sigue siendo un diferencial de capital cultural y económico, donde las clases privilegiadas, siguen capitalizándolo. Aunque las encuesta sobre los índices de lectura en el país no son las más certeras, no dicen muchas cosas de cómo se asume desde la gobernabilidad esta y como la entiende la población.

La lectura desde la modernidad se entiende como un proceso de formación de los ciudadanos, formados en procesos lecto-escriturales que posteriormente serán medidos, para ver si son o no mano de obra calificada en estas competencias. Esto es importante ya que se debe entender que libro portado, no es igual a libro consumido o viceversa. También existen lectores que llevan esta práctica solo como un proceso mecánico en el que no se involucran afectivamente con la lectura y lo hacen de manera mecánica.

Chartier como se citó en Ramírez (2005) “se refiere a lectores aplicados más que a lectores asiduos; los estudiantes deben leer bien pero no necesitan que les guste la lectura ” Por ejemplo en el caso de Francia:

Se ha encontrado una disminución del porcentaje de lectores asiduos, a la vez que más jóvenes llevan a cabo estudios superiores y la educación obligatoria llega hasta los 16 años; sin embargo, hay un evidente debilitamiento en las lecturas de “cultura general”. La autora opina que las encuestas pueden contribuir a distorsionar la realidad porque los encuestadores confían en la precisión y fiabilidad del número de libros que han sido leídos en el último periodo de un año o meses, cuando las lecturas declaradas no son necesariamente un fiel reflejo de las efectuadas. Precisamente en este ensayo, la autora mencionada aborda el tema de las lecturas declaradas, asegurando que la lectura es una realidad fáctica, es decir, verificable, pero afirma que esa información no está disponible de manera inmediata (p.203).

Estas lecturas obedecen en la mayoría de los casos al “canon”¹⁴, Ramírez (2005) señala que “los libros” son lectura y objetos, y que la manera en que se leen guardan mucha relación a como se obtienen, por ejemplo los prestados era más recordados que los propios, ya que necesitaban

¹⁴ Modelo o prototipo que reúne las características que se consideran perfectas en su género, en este caso el canon literario.

consumirse rápido para regresarse” (p.203). En el caso de los booktubers, muchos de ellos apilan montañas de libros del mismo ejemplar, porque por lo general el libro con el que tienen una relación afectiva de favoritismo, necesita ser tenido en todas sus formas y presentaciones, aunque no se vuelva a consumir como lectura nunca más.

De esta forma, una de las cuestiones que aportan al análisis de las prácticas lectoras son las razones que orientan la elección de libros y los tipos de lecturas que se realizan, por ejemplo, las obligadas y las furtivas son indicativas de las relaciones que se establecen con la lectura. El descubrimiento de las lecturas que se declaran, obedecen a lo que los participantes creen que esta (la lectura) es la que deberían consumir porque su entorno los ha educado de esa manera, o a una política de libre acceso a las bibliotecas que provoca el encuentro de libros imprevistos cuando se buscaba algún libro específico (claro, en Francia; se tendría que replantear este dato en América Latina) y que las lecturas furtivas ayudan a desarrollar al lector autodidacta o consumidor experimentado. Además, Ramírez (2005) señala que las redes de iniciación juegan un doble papel, las lecturas profesionales provienen del mandato, y en cambio las lecturas personales se inscriben en redes de sociabilidad y respuesta a estímulos de medios de comunicación masiva. En suma, la autora cuestiona los resultados sobre las lecturas realizadas y las declaradas, pues reflejan las contradicciones a causa de las concepciones implícitas en las encuestas basadas en modelos ideales de prácticas de lectura, y también en formas de representación social y personal de la lectura y del libro (p.204). La autora concluye que los lectores no son los “únicos que leen libros completos” cosa que es importante para entender cómo se está entendiendo esta práctica y la relación que tienes unos lectores con otros lectores.

En la Encuesta de Consumo Cultural DANE (2017), el lector es definido como aquella persona que ha leído al menos un libro completo en los últimos tres o seis meses (Vargas & Jurado, 2013 como se citó en Polo, 2017, p.15); así, esta definición “implica que aquellos sujetos que han leído periódicos, revistas, artículos por internet, blogs y las múltiples pantallas, forman parte de la categoría de “no lectores”.

[Por lo anterior] Winocur en Polo (2017) sostiene, que el libro sigue ocupando el lugar privilegiado como objeto de lectura ya que “el desfase entre lo que se hace y el imaginario inducido por la cultura letrada lleva a nombrar lecturas las que requieren concentración, intimidad y se realizan en soportes clásicos”. (, p.15). Eso parecería indicar que la única forma de lectura válida es la lectura de un libro, lo cual es bastante interesante preguntarse para los lectores modernos, en

especial los consumidores de booktube que creen que también una lectura válida es escuchar un podcast de un audio libro. Estos se consideran lectores, pero no entrarían en las categorías de la encuesta, por ejemplo.

1.1.2. La lectura como práctica

Una práctica es una actividad que se realiza todos los días, de manera continua y obedeciendo unas reglas específicas, estas en su mayoría suelen estar limitadas por la cultura. Para Roger Chartier en Polo (2017) la práctica de la lectura es una manifestación espontánea del acto de leer, entendiendo que hay distintas formas que no solo se limitan a decodificar un texto, esta, construye sentido para el lector, según su contexto, trayectoria e interpretación. Esto desde un sistema de símbolos en un contexto determinado (Polo, 2017, p.16)

1.1.3. La lectura como producción de sentido

La lectura le da sentido a la vida y a la existencia según varios lectores. Un ejemplo de ello lo da Guy Montag protagonista de Fahrenheit 451 y con el que muchos lectores se han sentido identificados, Guy es un simple bombero que quema libros, hasta que lee uno (como a la mayoría de lectores) que “le cambia la vida”. García (2015) como se citó Polo (2017) expresó que la lectura como práctica “sobrepasa la capacidad individual y permite una construcción social que refleja parte de la sociedad en que se desarrolla”, y más adelante complementa esta afirmación al señalar que esta práctica “se puede considerar como un producto donde intervienen diversos grupos de personas que le otorgan distintos sentidos y significados, los cuales son negociados en la práctica cotidiana” (p.17).

Por eso la lectura se vuelve una práctica que no solo necesita ser vivida sino también compartida y socializada. Este es el principio fundamental de la comunidad de booktuber, si le preguntas a alguno de los booktubers más famosos, colombianos o no. ¿Por qué inició su canal? La respuesta será en la mayoría de los casos” porque sentí la necesidad de compartir mi experiencia con la lectura, lo que sentía cuando leía y no tenía con quien”. Este argumento no solo lo utilizan al abrir sus canales, sino también al momento de reseñar un libro con cosas como: “Ya quería compartirles esta reseña porque no se imaginan, lo mucho que me gusto, que debo decir, etc.” Estos registros de lenguaje, nos muestran cómo se construye un discurso repetitivo en relación a como un booktuber debería sentirse con la lectura de un libro, que a su vez se refuerzan en los comentarios de aprobación de su comunidad online. Además, se encuentra atada a la experiencia vivencial del

objeto libro, si es nuevo o viejo, físico o digital, su olor y los lugares que recorrió con él, entre más genuinos se presenten ante la audiencia contando la experiencia con este, más comentarios de aprobación suelen lograr.

1.1.4. Formas de lectura

Un lector, según su trayectoria de vida, siempre va a cambiar la forma en la que lee. Esta varía según la edad, el género, la tradición educativa, la clase social y lo más importante, la relación que genera el lector con la literatura. Esto basado en Polo (2017) quien dice que “la lectura no es solo un proceso cognitivo, sino también una práctica social”, por lo tanto, “el consumo cultural no puede ser observado como la interacción solitaria entre individuos y productos, sino interpretado en el marco de una amplia red de relaciones sociales involucradas directa e indirectamente” (p.20).

Para González, Rico, & Sarmiento, 2002 en Polo (2017) existen dos tipos de lectura, la primera es la cognitiva que expone las ideas que propone el texto, tomando elementos concretos del contenido. La segunda es la afectiva y tiene que ver con la forma en la que procesa el lector la información vinculada con la motivación, los intereses y el propósito de este, para con el texto. Esta tipología es muy importante entenderla ya que está directamente relacionada con la manera en la que un lector se conecta con la lectura, por obtener conocimiento o por placer. En el primer caso, los lectores no lo suelen hacer con tanto agrado y suelen vincularlo con la escuela, ya que es el mediador más importante con este tipo de lecturas y en el segundo caso suele ser del tipo de lecturas que se encuentran comentadas, reseñadas y viralizadas en la comunidad booktube, en la que los sujetos cuentan sus experiencias afectivas con las lecturas que exponen. Este, suele ser un punto de quiebre entre los críticos y los booktuber y por supuesto en el público que los consumen. En el caso del primer grupo, los lectores de críticos literarios, suelen ser personas que confían en la opinión de este, con base en su experticia académica y en el segundo grupo, suelen ser sujetos guiados más por la construcción del personaje booktuber porque despiertan simpatía y son leídos (por su público) como pares, ya que se identifican con la puesta en escena ante la cámara de estos creadores de contenido, por eso los comentarios que más abundan en YouTube sobre las reseñas suelen ser de tipo: “Me encantó ver como hablabas del libro”, “seguro me lo voy a leer porque me gusta” “excelente reseña, tenemos gustos parecido”.

También es importante entender que dentro del amplio espectro de booktubers que hay en la red, existen unos booktubers muy específico que se dedican, sin quererlo a especializarse en un

tipo de lectura. Winocur, 2015; Gerber & Pinochet, 2015 en Polo (2017). Explican que se clasifican de la siguiente manera:

- Lecturas afectivas: son aquellas motivadas por la búsqueda de placer, que puede ser por entretenimiento, evasión, aprendizaje, estético, etc.
- Lecturas instrumentales: son aquellas que tienen una motivación extrínseca, puede ser la búsqueda de conocimiento específico, obligaciones laborales, académicas, entre otras.
- Lectura ordenada: se construye en el marco de la escuela y su tarea es pedagógica. Sirve bajo un régimen de autoridad de los textos para inculcar hábitos sociales, morales, habilidades de aprendizaje, etc.
- Lectura fragmentada: existe una preminencia cada vez más fuerte de lecturas abiertas, llevadas por hipervínculos, intertextualidades, narrativas transmedia. Estas permiten la existencia de prácticas parciales y desordenadas, donde el lector puede abandonar, retomar, saltar páginas.
- Lectura salvaje: esta categoría fue desarrollada por Chartier para distinguir aquellas prácticas que no entran en las formas normadas de lectura. Se realiza de forma caótica, al margen de los cánones y criterios que la inscriben en la actitud de aprendizaje. (Winocur, 2015 como se citó en Polo, 2017, p.21)

Todos los creadores de contenido y los lectores, han tenido que experimentar más de una de las tipologías anteriormente mencionadas, pero por su trayectoria vital hacen que se inclinen por unas más que otras, en este caso las afectivas, pero eso no quiere decir que dejen de lado las otras lecturas o no hablen en sus canales sobre ellas. De hecho, parece ser que, en esta comunidad online de críticos literarios, se vuelve usual hacer comentarios negativos entorno a las lecturas instrumentales y ordenadas porqué se sigue teniendo la idea asociada a la experiencia horrible de la escolaridad que no suelen ser las favoritas de los consumidores.

1.2. Antecedentes de las prácticas de lectura en Colombia

En Colombia la práctica de la lectura es tan antigua como los seres humanos que habitaron el país, pero no fue, hasta la llegada de los españoles que las lecturas instrumentales y ordenadas tuvieron cabida en la forma en la que se entendía el mundo. La colonización buscó exterminar las formas propias de lectura de los habitantes asentados en esta tierra e impuso una sola forma de

lectura, con un solo idioma, el español. Según Polo (2017) a finales del siglo XVIII e inicios del XIX, el Virreinato de Nueva Granada cambió la manera en la que se concebían las prácticas de lectura a partir del crecimiento en el mercado del libro, ya que cada vez, había más formación universitaria de las élites y creación de grupos de lectores –tertulias– que se comenzaron a reunir en el ámbito privado para la lectura colectiva y la discusión de textos y sus temáticas. En este contexto surgen los libros como forma de sociabilidad, reducidas a las elites que consumían estos libros. Esto sumando a la creación de la Biblioteca Nacional, como principal repositorio del patrimonio escrito en Colombia (memoria) y leído como espacio de acceso a la cultura hizo que los bogotanos, o la elite bogotana sumado a los gobiernos liberales, vieran en la lectura una forma de ilustración tuvo y que se plantearan la posibilidad de alfabetizar el país en 1870.

1.2.1. Políticas de fomento a la lectura

Entender la creación de políticas de fomento de lectura, nos permite ver como esta se ha leído históricamente en el país ésta práctica y si se ha cumplido o no el planteamiento de los gobiernos liberales para erradicar el analfabetismo. Estas se han creado muy de la mano con el objetivo libro, creyendo erróneamente que, si hay más acceso a este, se fomentara más la lectura de todos los habitantes del país. Según Polo (2017) “tienen tradición en finales del siglo XIX con el surgimiento de las políticas culturales, puesto que libro y lectura han sido vistos desde entonces como componentes fundamentales del patrimonio cultural “(p.25).

Para Rey et al. (2001):

La alfabetización y el aumento creciente del acceso a la educación facilitaron el ingreso de nuevos sectores sociales a la lectura como instrumento básico de la escolarización. Saber leer y escribir eran los requisitos fundamentales para ser considerado alfabetizado. A medida que crecía el ingreso de la población a los sistemas educativos, la lectura se fue especializando y esto generó también una infraestructura de producción editorial que abastecía el mercado, especialmente con libros de texto, renglón este que ha sido y continúa siendo el más importante de la oferta de libros. (p.39)

Por eso no resulta gratuito que se entienda el “fomento de lectura” como sinónimos de “políticas de acceso al libro” aún es por eso que como lo expone Polo (2017):

En el caso colombiano, la Constitución de 1991 en sus artículos 20, 67, 70 y 71 definen a la lectura de interés público y como parte fundamental de la cultura. Para él se precisó en la promulgación de la Ley 337 de 1997 que planteó el Sistema Nacional de Cultura y creó el Ministerio de Cultura. En 1993, en el que se promulgó la Ley 98 o también llamada Ley del Libro cuyo propósito fue

democratizar y ampliar el uso del libro en Colombia; estimular la producción intelectual, hábitos, entre otros. (p.26)

Esta noción sigue restringiendo el concepto de libro a medios impresos tradicionales, y es excluyente de otros formatos, demostrando de esta manera que el libro, no solo se vuelve ese objeto que condensa la práctica de la lectura, sino que es el único entre el ecosistema de lectores que debe ser cuidado y valorado, porque así garantizará el acceso de más cultura al país.

1.3. Narrativas transmedia

Otro concepto potente para entender el fenómeno *booktube* y lo que su práctica conlleva, es el concepto de *narrativa transmedia* que es un tipo de relato en el que la historia se extiende a través de múltiples formatos. Esta se presume que apareció en los últimos 10 años, con sagas como “Star Wars”, “Harry Potter” y “Los juegos del hambre”, entre otras, que se han convertido en producciones cinematográficas de alto impacto entre todo tipo de público, acompañadas de otros elementos como el marketing y el *merchandising*, producto del éxito comercial que tuvieron los libros y las películas dado que millones de fanáticos pidieron más contenidos.

El anterior es el caso de “Harry Potter” que no solo en su formato literario, sino también en el cinematográfico y en otras plataformas como la de los videojuegos, llevó a Rowling a escribir más libros de la misma saga como “Los cuentos de Beedle el Bardo”, y a hacer reediciones conmemorativas de los mismos libros, ediciones ilustradas, entre muchos otros contenidos literarios. Igualmente, las franquicias que adquirieron los derechos de los libros decidieron extenderlo con la creación del famoso portal web pottermore.com, el juego para descargar al celular (Hogwarts Mystery), y la elaboración de otras películas del universo extendido como la saga “Animales fantásticos y donde encontrarlos” (2017), el cual no solo fue un suceso cinematográfico, sino también teatral con el lanzamiento de “Harry Potter y el niño maldito” (que sigue la secuencia de la historia original), y tiene entradas agotadas hasta el 2019. Todo ello porque los fans de la saga necesitaban no solo una experiencia completa sino también un “universo expandido” que no se limita a la película y a el libro. Además de eso, creó modismos y formas de comunicación muy concretas. Este es uno de los muchos ejemplos de cómo la convergencia se ha integrado no solo como la cultura de los fanáticos, sino también como un fenómeno en la construcción de las narrativas actuales a la cual se ha llegado a conocer como narrativas transmedia.

Para Jenkins se trata de una narración que sobrepasa los límites tradicionales, que integra distintos textos y crea una historia tan extensa que no puede ser contenida en un solo medio (Jenkins, 2010). Para Polo (2017) la “narrativa transmedia se refiere a la nueva estética que ha emergido en respuesta a la convergencia mediática—una que coloca las nuevas demandas en los consumidores y depende de la participación activa de las comunidades de conocimiento” (Polo, 2017, p.30). Esta nueva narrativa “está ligada a la cultura participativa puesto que logra que autores y lectores formen un circuito expresivo en el que cada participante hace parte de la construcción de las historias”; ello debido a “la capacidad enciclopédica de los medios digitales hoy permite que audiencias busquen información más allá de las historias individuales, convirtiéndose en autores de contenidos que expanden estos universos” (Polo, 2017, p.30).

Esto es importante porque la lectura¹⁵ se alimenta de elementos conexos como comentarios en las redes sociales, películas, videojuegos, etc. (Polo, 2017) y ello, a su vez, genera producción de sentido para los lectores, como el mundo extendido de sus lecturas favoritas o el universo booktuber extendido a todas las redes sociales, hacen que los participantes de estas comunidades online, se sientan partícipes de algo, porqué comparten el mismo sentido. Uno ejemplo de ello, son “los memes” que se hacen muy populares en Facebook y que son compartido asiduamente por los lectores que comparten este universo extendido junto a las noticias de las próximas producciones, juegos y demás en relación con la lectura que ellos frecuentan.

1.3.1. Los *booktubers*: la cultura *mainstream* y la relación con la lectura

Los *youtubers* en Colombia comenzaron a ser tendencia en el año 2014 y 2015 cuando los medios de comunicación se volcaron a ver lo que hacían y cómo lo hacían. Lo cual estuvo influenciado debido a sus posiciones sobre el género, la religión y la educación o polémicas impactaban en la vida de gran cantidad de personas, en especial los “más jóvenes” (actualmente). Es así, como la palabra “youtuber” empezó a estar en la vida cotidiana y aunque muchos no tenían muy claro en qué consistía esta actividad, expresaban querer ser *youtubers* por la masificación de jóvenes que se animaron a hacer videos en esta plataforma. No ocurrió nada distinto con los *booktubers*, quienes, en el año 2014, por ejemplo, Juliana Zapata e Isa Cantos comenzaron a hacer videos y adquirieron seguidores gracias a su trabajo en estas plataformas.

¹⁵ Para los *booktubers* y los consumidores de este contenido.

Polo (2017) indica varios aspectos que han hecho que la lectura y la cultura *mainstream* se vuelvan cada vez más necesarias la una para la otra, estos son: “la convergencia, la migración, la expansión de las TIC, la apertura de los mercados y la internacionalización de los medios nacionales” (p.32).

Aunque el fenómeno youtuber y booktuber no es propio de Colombia si es bastante apropiado por creadores y consumidores que se encuentran a la vanguardia de estos sujetos que se han extendido a otras redes sociales, volviéndose masivo, para Jesús Martín Barbero en Polo, en el contexto en el cual nos encontramos el desapego a las tendencias culturales se han acelerado, debilitando así, los imaginarios locales generando una fragmentación de identidades que resultan siendo una suma de discursos y símbolos (Barbero, 1990 como se citó en Polo, 2017).

Esto posibilita que la cultura que emerge en relación a los libros y a la lectura cree sus propios códigos, debido a que lectores y no lectores comparten elementos de significación parecidos.

1.3.2. Lectura y culturas juveniles

Según las encuestas y entrevistas realizadas por la investigadora que se presentan más adelante, la mayoría de las personas que consumen *booktube* oscilan entre los 15 y 29 años, la edad límite en Colombia para considerarse joven. Por esta razón es importante ahondar en la categoría y en la relación con la lectura en esta tesis. Reguillo, en Polo, 2017 explica que la juventud es una categoría producto de distintos factores; el primero que es producto de la posguerra en donde lo que primaba era la inclusión del mismo en un esquema jurídico y comercial en el que el discurso que era manejado sobre los jóvenes, permitían que pasaran tiempo en el sistema educativo incorporándose así, en las industrias culturales. El segundo es la construcción de un discurso jurídico en la regulado por la legislación y el tercero la organización productiva de este en la vida social, fijando de esta manera la categoría de juventud más allá de un tema biológico. Reguillo explica que otro aspecto importante para tener en cuenta para en la construcción de la categoría joven, fueron las industrias culturales, construyendo un sentido propio y común como el vestido y la forma de expresarte entre otros (Reguillo, 2003 como se citó en Polo, 2017).

Actualmente los fanfictios son muy populares entre los jóvenes y más entre aquellos que consumen el contenido de *booktube*, como ejemplo de lo anterior. Muchos de los creadores y consumidores los hacen, lo cual les da popularidad –en la mayoría de los casos– por la creación

de OTP¹⁶. Lo más interesante es ver cómo los distintos recursos narrativos y estilísticos que –si bien pertenecen también a la literatura canónica– adquieren otras particularidades en su construcción, hacen al lector cómplice con el relato que construyen, que hacen parte de la cimentación de identidad de los que participan de la comunidad *booktube*¹⁷. Esto ocasiona que elaboren nuevos productos y relatos que permitan expandir, reinventar y en términos comerciales “exprimir el placer” que generó la lectura en su momento y que terminan siendo virales en Wattpad.

Un caso que evidencia lo anterior, es el de una de las *booktubers* latinoamericanas más famosas, “Clau Reads Books” como se conoce en el mundo web, que cuenta con más de 400 000 suscriptores en su canal de YouTube, y es identificada por la mayoría de sus suscriptores con el libro “Fangirl”, novela escrita por Rainbow Rowell¹⁸ quien cuenta la historia de Cath, una estudiante recién ingresada a la universidad que escribe *fanfictions* sobre Simon Snow¹⁹, y son una sensación en internet²⁰. El *fanfiction* “escrito por Cath” eventualmente se convirtió en un libro llamado “Moriré besando a Simon Snow” de la misma autora, que también fue récord en ventas.

De lo expuesto se puede concluir que entender nuevas formas en las que han mutado las prácticas de lectura se vuelven un punto de partida importante para tratar de entender el éxito de los *booktubers*. pues parece ser que ellos, si reconocen la diversidad existente en cuanto a modos y actitudes, se encuentran apartados de la mirada de un “buen lector” como tipo ideal y reivindicar más bien la libertad de lectura que ayuda que sus seguidores se sientan acogidos en una comunidad, en la que los uno es el placer inequívoco de leer, sin importar qué cualquier forma de aproximación a los textos literarios.

¹⁶ Significa One True Pairing, que se podría traducir como tu pareja ideal número uno. Es un recurso muy utilizado en el *fanfiction*, dado que se puede elegir a la pareja con quien se desea, quede cierto personaje, el más famoso es Draco y Hermione de la saga de “Harry Potter”, contraria a la pareja canon de Hermione y Ron.

¹⁷ Creadores y consumidores, esto se explicará más adelante.

¹⁸ Que es una de las autoras más populares entre los jóvenes consumidores de este contenido.

¹⁹ En la historia es un “niño mago cuyas aventuras llevan diez años revolucionando las librerías”, el planteamiento básico es parecido al de Harry Potter.

²⁰ Dentro de este mundo literario.

Capítulo 2. De la pantalla, ¿a la realidad?

Era mi biblioteca. Ahora es tuya. Sólo tuya.

Tengo ganas de llorar y me aguanto. Sé cuánto ama sus libros. Mis libros. Me estaba regalando la imaginación, la pasión, la aventura, los pensamientos de otros, sus sueños, sus desgracias, sus anhelos. Ahora también son míos.

Uno se hace hombre, se hace más humano, cuando tiene su propia biblioteca, aunque sea un solo libro. Tengo mi lanza masai, mi Bar Mitzvá, mi rito de iniciación aborígen, mi diario, mi pluma de halcón.

Tengo origen y destino. Ya lo tengo todo. Me queda claro.

Benito Taibo, Persona normal.

Como se adelantó en la introducción, los *booktubers* son personas amantes de la lectura que suben videos a YouTube, en los que hablan de esta y lo referente a este universo con un lenguaje coloquial; pertenecen a una comunidad que lleva el mismo nombre *booktube*, y se definen como la comunidad donde personas de diferentes edades hablan de libros a través de la plataforma de YouTube, la cual se ha extendido a todas las redes sociales donde también se habla de libros. Según José Miguel Tomasena 2016 “El nombre proviene de las palabras "Book" (libro en inglés) y "Tube" (por YouTube) y se ha adoptado dicho nombre en la comunidad hispana. El origen de la palabra “booktuber” está en el primer video de una serie llamada “Thug Notes”, realizado por un cómico norteamericano sobre la obra “Matar a un ruiseñor” de Harper Le” (Tomasena 2016, p.17).

Según Espeso (2017) el contenido de los videos y su objetivo principal es fomentar la lectura. Estos usuarios en red crean sus propios videos hablando de literatura, recomendaciones y reseñas sobre lo último que han leído o sobre los libros que esperan leer próximamente.

El concepto de booktuber se ha asociado con “influencer literario”, “alfabetización mediática” y con “lectura digital” o como a mí me gustaría pensar “el último eslabón de la lectura social” ya que, gracias a sus vídeos, consiguen interesar a otros individuos por la lectura, creando de este modo una comunidad lectora viva y que crea vínculos fuertes con sus espectadores. (Wiki Tribune, s.f., párr.4)

Hoy las posibilidades de lectura se han multiplicado gracias a los soportes digitales que introducen cambios, no solo en el proceso de lectura, sino también en el de la escritura y el del aprendizaje, en la forma en la cual se accede a estos contenidos y en el cambio de paradigma de cómo se consumen los mismos.

La integración de la tecnología con la lectura conduce a actualizar ciertos hábitos como los mencionados.

La comunicación en la sociedad de la información y del conocimiento sigue avanzando hacia nuevas formas de emisión y recepción de la información, es por eso que el concepto de booktuber se vuelve fundamental para comprender el intercambio mediático de la información. (Wiki Tribune, s.f., párr.5)

Otro aspecto importante del fenómeno *booktube* es que gracias a este y a la relación que los *booktubers* establecen con su público, se comenzó a comprender la importancia de considerar el libro como un objeto, a buscar y a entender los fenómenos sociales que suceden alrededor de la práctica de la lectura y la importancia de verla como un proceso social.

Un ejemplo de ello es Fa, una de las pioneras del fenómeno en el mundo hispano, especialmente en México y Latinoamérica, en adoptar el concepto *booktube* y que fomentó la inserción de más usuarios a la comunidad en calidad de creadores de contenido e interactúan con la comunidad de lectores en ese espacio. Entre ellos, la más conocida es Raiza Revelles, considerada la “reina mundial” de los *booktubers*, su canal cuenta con más de 1 millón de seguidores en YouTube.

Booktube es una comunidad muy amplia donde se pueden encontrar personas que hablen de todo tipo de libros. A pesar de la diferencia en los índices de lectura de EE. UU., México, España y Colombia, cada día son más los lectores y no lectores que se suman a esta comunidad. A continuación, se realizará una breve descripción de sus perfiles para encontrar las continuidades en estos, las cuales los hacen “exitosos” para las audiencias que consumen este contenido. Es importante señalar que los tres primeros perfiles son los más grandes de todo México y América Latina, y tuvieron relevancia en la tesis debido a las respuestas de los participantes en la metodología.

2.1. Perfiles de los *booktubers*

- Raiza Revelles

Es una joven mexicana *booktuber* y escritora, creó su canal de YouTube el 17 de marzo de 2011, hasta el momento suma más 1 300 000 suscriptores y 51 266 062 visualizaciones, ha compartido 187 videos. El nombre de su canal es Raizarevelles99 y es la *booktuber* latina con

mayor número de suscripciones; en la actualidad su contenido se basa principalmente en blogs en los que cuenta su vida, videos de misterio, *book hauls* y *wrap up*.

- Claudia Ramírez

Es una joven mexicana, creó su canal de YouTube el 22 de agosto de 2006, sin embargo, empezó a hacer videos sobre literatura hasta el 2013. Hasta el momento suma 435 985 suscriptores y 30 889 397 visualizaciones, ha subido 279 videos a la plataforma. El nombre de su canal es Clau Reads Book. Su contenido se basa principalmente en reseñas, *book tags*, *book hauls* y *tops*.

- Fátima Orozco

Es la *booktuber* de “Las palabras de Fa”. Fue la primera *booktuber* mexicana y hoy su canal es el tercero con mayor número de suscriptores de habla hispana. Fa abrió su canal el 1 de agosto de 2012, cuenta con 358 548 suscriptores y ha subido 240 vídeos. Su contenido actual se basa en hacer reseñas, vlogs de pintura y escritura, retos y videos de curiosidades.

- Juliana Zapata

Es una joven colombiana especialista en redes de datos que vive en Medellín, creó su canal el 23 de noviembre de 2011 y hasta el momento suma más de 75 000 suscriptores y 6 418 790 visualizaciones. Su canal lleva el nombre de Juliana Zapata, y actualmente es la *booktuber* con más seguidores en Colombia; su contenido se basa principalmente en reseñas, *book hauls*, *wrap up*, *tops* y *unboxing*.

- Diana Santamaría

Es una joven colombiana que reside en Bogotá. Creó su canal el 22 de septiembre de 2013, suma 17 000 suscriptores y 454 880 visualizaciones, ha subido 167 videos a la plataforma de YouTube donde se encuentra como Kyoko SWords. Su contenido se basa principalmente en *book tags*, videos temáticos, reseñas y vlogs. Sus gustos literarios abarcan todos los géneros.

- Isabela Cantos

Es una joven española que vive en Bogotá. Abrió su canal el 24 de junio de 2014, y a la fecha ha alcanzado más de 65 000 suscriptores y 1 221 988 visualizaciones, gracias a que ha compartido más de 621 videos. Su canal de YouTube lleva por nombre “Crónicas de una merodeadora”, haciendo referencia a la famosa saga de libros de “Harry Potter”; su contenido se basa en *book tags*, videos temáticos, reseñas, *book hauls* y *wrap ups*, su contenido es altamente influenciado por la literatura juvenil y sagas de autores contemporáneos.

Como podemos ver todas tienen en común que son mujeres mayores de 25 años, quienes iniciaron su carrera hace más de 4 años, lo cual les valió mayor reconocimiento en sus audiencias, todas han terminado sus carreras universitarias y tienen trabajo o un ingreso fijo aparte de su vida en digital, hablan de libros “juveniles” y novedades editoriales y todas hablan inglés.

2.2. Influencia de los *booktubers*

Es innegable que los *booktubers* son los nuevos abanderados del fenómeno lector en el mundo, en donde cada día más han ganado exposición gracias a las astronómicas cifras de seguidores reales, con los que cuentan, hablando de libro. Para Plascencia (2017), estos están revolucionando las formas de recomendar libros e impactando las ventas. Logrando trasladar así a personas que los ven desde una pantalla a una página de una obra, demostrando de esta manera que lo audiovisual no es enemigo de la literatura, como se ha creído históricamente (Plascencia, 2017).

Según Cantos (2017), Fa Orozco subió un video el 15 de diciembre de 2013 a “Las palabras de Fa” que tituló: Mi explicación (mal hecha) de El Conde Lucanor²¹, un video improvisando de 04:15 minutos, desde la Biblioteca de Vasconcelos en Ciudad de México, en los que la *booktuber* explicó los puntos principales de esta obra clásica. Después de un par de semanas, el vídeo ya había alcanzado casi 200 000 reproducciones (hoy tiene 428 491), y la obra se agotó en las librerías [mexicanas].

Fenómenos como el de Fa Orozco con “El Conde Lucanor” no se había reportado hasta el momento, pero tanto los medios tradicionales, las organizaciones gubernamentales e instituciones educativas, como las marcas, autores y editoriales han visto en los *booktubers* una plataforma importante para la promoción de sus campañas y sus productos. (Cantos, 2017, p.12)

Otro caso interesante sobre la influencia de los *booktuber* en las ventas de un libro, es el de “Persona normal” de Benito Taibo, que según (Tomasena, 2017), fue “editado sin mayor éxito en México hace más de diez años y que se convirtió en un sorprendente *bestseller* cuando los *booktubers* mexicanos en cabeza nuevamente de Fa Orozco, lo adoptaron como “favorito”.

[Este hecho también se presentó en España] cuando Javier Ruescas, un popular *booktuber* de Madrid, reseñó el libro y de inmediato sus seguidores empezaron a presionar a la editorial a través

²¹ Un libro de cuentos escrito entre 1330 y 1335 por el autor español Juan Manuel.

de las redes sociales para que el título se trajera a ese país, lográndolo y siendo también un fenómeno en ventas. (p.50)

Este fenómeno tomó por sorpresa a todo el mundo el mismo ha “demostrado tener capacidad para generar una boca a boca en el mundo digital. Con ellos no hay intermediarios, la recomendación va de lector a lector. Mucha gente los vio como una amenaza y sospechaban que lo hacían por dinero. Pero es muy evidente que ellos simplemente comparten lo que les gusta”, cuenta Miriam Vidriales directora de comunicación y marketing de la editorial Planeta México. (Plascencia, 2017, párr.7)

Los autores ven los *booktubers* una oportunidad real para comercializar sus libros, por ejemplo: John Green (de nuevo, uno de los autores favoritos de la mexicana Fátima Orozco, quien se hizo “viral” por un video en el que saca todas las metáforas de “Bajo la misma estrella”) es un autor que mantiene una relación cercana con ellos. Su escritura es muy juvenil por lo que ambas partes se han sentido cómodas y los *booktubers* han recomendado en varias ocasiones sus libros. Pero también han logrado acercar a autores como José Saramago o Mario Vargas Llosas y transmitirle el gusto por ellos a sus seguidores”, señala Cecilia Barragán, directora de proyectos especiales del área juvenil de Penguin Random House. (Plascencia, 2017, párr.9)

Una caracterización juvenil de los consumidores de *booktube*, ¿cómo se construye un lector en *booktube*?, ¿acaso los *booktubers* construyen un hábito de lectura?, ¿qué es lo que caracteriza a estos lectores?, ¿qué características poseen las personas que consumen este tipo de contenido?

Para dar respuesta a estos interrogantes, lo primero es definir qué es un “lector²²” y comprender los hábitos que según Polo (2017) “son actos que conllevan una cierta periodicidad y costumbre a lo largo del tiempo. Implican una dimensión temporal de continuidad y frecuencia y otra espacial, referente a los lugares habitados en el ejercicio de la práctica” (p.73).

Al observar las trayectorias de los consumidores de este tipo de contenido se encuentra un vínculo que generan con el personaje (*booktuber*) y con la lectura que representan. Lo que se ha encontrado a lo largo del estudio y de las lecturas es que los lectores no cambian mucho, de hecho, hay prácticas que aún se perpetúan, pero tienen otro nombre, y las formas de pertenencia a las “comunidades lectoras” obedecen a códigos específicos de la cultura, en este caso a la cultura de lectores digitales, la cual comparte universos de sentido similares, manejan los mismos códigos de habla y entienden muy bien la narrativa transmediática; suelen tener joyería literaria similar, y hacer

²² Sujeto que realiza una práctica de lectura.

cosplayers de su personaje favorito agregándole su “estilo”; manejan todos los formatos y aplicaciones que les sirven para ser “lectores más completos”; y también suelen frecuentar lugares y páginas webs similares. Esto no solo habla de las prácticas, sino de la pertenencia o no de estas.

Por otro lado, para creadores y consumidores existe un consenso acerca del valor de la lectura, para ellos es una práctica que efectivamente genera un aporte a su crecimiento personal, aunque en distintas formas; el valor de la práctica de leer y la lectura tienden a generar un vínculo entre ellos, sumado a la construcción de la identidad que la práctica de la lectura y el vínculo generan.

2.3. El sentido social de la lectura

Una práctica muy usada entre los lectores, más que todo consumidores de *booktube*, son las “lecturas conjuntas”, espacios donde se crea contenido trasmediático todo el tiempo en torno al libro que se está leyendo. Durante el proceso de lectura, quien lo realiza sube a las redes sociales fotos de los libros o de frases subrayadas, comparte frases extraídas de los libros en las redes sociales, acceden con solo un clic mediante los *hashtags* que, además, son un catálogo virtual en el cual pueden ver lo que otros han publicado sobre la misma lectura, acceden a foros de discusión sobre la obra o a catálogos virtualmente infinitos de libros (legales o ilegales).

Para Tomasena (2017) el concepto *social reading* puede ser impreciso, puesto que toda lectura es una práctica social; sin embargo, considera que puede ser útil para explicitar las dimensiones sociales de la lectura y para explicar cómo ciertas funcionalidades de algunas redes sociales (desde las de uso general como Facebook o Twitter, hasta las pensadas específicamente para lectores), transforman los hábitos sociales de los lectores, así como la forma en la cual se construyen identidades y espacios de afinidad.

Según Canclini como se citó en Polo (2017), “el sentido social de la lectura se encuentra en su dimensión como recurso comunicativo” el cual señala, provienen de intercambios que, a su vez, son “generados en la cotidianidad, manifestados en prácticas de relacionamiento social e interpersonal con distintas instancias como la familia, los amigos, la escuela, las comunidades de lectores (presenciales y/o virtuales) y convierte a la lectura en una herramienta de socialización” (p.81).

Esto sucede mucho en la “comunidad booktube”, pues la mayoría de los entrevistados aseguran que hicieron amigos por el amor a los libros, pero son más las cosas que los unen. La sociabilidad también ejerce una fuerte influencia en la formación de hábitos y fomenta el proceso de apropiación, es por eso que Simmel citado en Polo (2017) señala que estas “asociaciones se convierten en una necesidad personal propiciadas por un deseo de acompañamiento y reconciliación”.

Un ejemplo de ello son las páginas de Facebook que tratan sobre libros específicos, sagas, amor por la lectura, personajes literarios, autores y *booktubers*, donde todo el tiempo se genera una conversación en torno a estos temas. “El intercambio de experiencias (sin importar el medio/canal) es una comunicación significativa en sí misma con una doble acción: la expresión de uno y la interpretación del otro”, en este tipo de plataformas donde se crean “comunidades virtuales, este juego de intercambio opera a través del *likes*, pero también en la forma de comentarios y reseñas”, por lo tanto, se tiene que “la lectura como una práctica y recurso comunicativos, conlleva la generación de sentidos e interpretaciones que sirven como telón de fondo para diferentes formas de interacción”.

2.4. Entre lo popular y lo letrado

Si un libro es atractivo y recomendado por un booktuber, automáticamente empieza a ser un libro que genera hype en la comunidad, pero desprecio en la crítica literaria y académica. La mayoría de críticos literarios considera como “basura” la lectura de literatura juvenil, y también algunos creadores de contenido tienen una concepción negativa sobre este tipo de lectura, lo cual resulta ser paradójico ya que es el tipo de literatura más consumida por los creadores de contenido más populares al interior de la plataforma. Para Polo (2017):

Este mundo está comprendido por dos subcampos: “cultura letrada” y “cultura popular”. Para él, la cultura letrada proviene de una larga tradición de la llamada “cultura occidental”, se caracteriza por la aparición de la escritura y por ciertos rasgos como la racionalidad, la discursividad, la abstracción y la universalidad. Se trata de un campo altamente normatizado, donde no solo se ha generado un conocimiento teórico alrededor de los libros (incluso de la ficción), sino que el goce supone una serie de competencias sobre los códigos de lo estético y lo abstracto, que suele supeditar el contenido a la forma y el disfrute estético

(Bourdieu, 2000; Narváez, 2013). Desde una perspectiva de relaciones de poder, se ha constituido en lo que se ha denominado “alta cultura” y “artes mayores”. (p.86)

Entre los creadores de contenido, se asocia este tipo de lectura, con lectura canon, lectura obligatoria y lectura escolar, libros que deben ser consumido por imposición y no por iniciativa personal, lo cual causa escozor para ellos, generando una serie de rechazo hacia estos.

En la mayoría de los casos, en la cultura popular de estos creadores de contenido está bien visto leer sagas, libros juveniles o de los que hablen en todo el mundo o de la comunidad, y es aún mejor si tiene serie o película, pues ello les permite comparar ambos y tener más vistas; en la cultura letrada, no en la mayoría de los casos, y en esta, se juzga la obra por la obra misma.

2.5. La apropiación y el vínculo

Al iniciar el capítulo, se citó el libro de Persona Normal de Benito Taibo quien es un autor muy conocido y apreciado al interior de la comunidad booktube, gracias a la adopción de la Mexicana Fa Orozco, al leerlo y su fascinación por el mismo, exponiendo que le parecía imposible, no haberlo escrito. Evidentemente creó una afiliación sentimental con el libro, los personajes y quien lo escribió.

Persona Normal cuenta la historia de Sebastián, un niño que queda huérfano de padres y quien se va a vivir con su tío Paco, quien es antropólogo y se centra en educar al joven en educación sentimental a través de libros(canones). En cada capítulo de la historia vemos crecer a Sebastián y con él aprendemos una lección para la vida, a través de un libro. Sebastián termina convirtiéndose en profesor de literatura para enseñar a otros a que amén la lectura como él. Es un personaje típico con el que los lectores se sienten identificados por el amor que profesa a los libros y las lecturas que se mencionan en la historia, como Cien años de Soledad, El principito, Alicia en el país de las maravillas entre otros e insistiendo en la recurrente idea que un lector se hace así mismo cuando tiene su propia biblioteca con uno o mil libros.

La lectura, es una práctica que comprende prácticas de consumo, apropiación, representación, maneras de acceder y compartir los libros, e incluso, las formas narrativas de las personas. Estos aspectos son muy importantes porque en “el mundo *booktube*” se realizan todas estas prácticas, consumir los libros y “tenerlos en físico” es imperante, porque es su forma de representarse como lectores, apropiar la lectura y compartir los libros con otros y sus pares

Entre los *booktubers* “está bien visto” tener muchos libros (esto se muestra en las bibliotecas de fondo que aparecen en la mayoría de los videos), llegan a tener muchos ejemplares del mismo libro, un ejemplo de ello es Juliana Zapata quien tiene cinco ediciones de “Los juegos del hambre” (una trilogía) en inglés y en español, y de “Harry Potter” (una saga de siete libros) más los complementarios a esta que son precuelas del mismo y las secuelas. Polo (2017) explica que el contacto físico con el libro “parece incluso relacionarse con el nexo afectivo y la memoria que guardan respecto al texto”, además, señala que “esto está relacionado no solo en su cualidad de soporte de contenidos, sino como objeto físico, que puede ser poseído y se convierte en un signo de distinción” (p.91).

Sin embargo, se evidencia que los *booktubers* también incentivan la lectura en otros formatos como Kindell y PDF (en la mayoría de los casos porque el libro no suele llegar a su país), en este punto se puede observar que “la relación entre la convergencia y el acceso es resultado de las condiciones económico-sociales de estos lectores”. Por una parte, se tiene:

[Que] la lectura digital es vista más que como una nueva posibilidad de soporte, como un recurso para acceder al texto de forma gratuita (muchos *booktubers* por ejemplo tienen videos en donde hablan de bibliotecas gratuitas virtuales, legales o ilegales, para que como consumidores no sea excusa para no leer); no establecen un nexo de practicidad o innovación, sino más bien de necesidad. (Winocur, 2015 como se citó en Polo, 2017, p.91)

Es así, como nuevamente tenemos un ejemplo de qué para estos creadores de contenido, un lector no solo obedece a una tipología específica, sino que los une la pasión genuina de leer un libro y compartir esa experiencia con propios y extraños.

2.6. Lectura en digital

La lectura es un proceso social e histórico, que ha cambiado históricamente, según el formato en la que está se presenta se presenta. Según Cavallo y Chartier como se citó en Tomasena (2017), “la tercera revolución de la lectura desde la Edad Media” a las transformaciones que ha permitido la transmisión electrónica de los textos”, de acuerdo con estos autores “estos cambios modifican tres cosas: a) el contexto, al sustituir la continuidad física de los textos en un objeto por las arquitecturas lógicas de las bases de datos, los ficheros electrónicos, las palabras clave”, en segundo lugar, señalan “b) la materialidad de las obras, al romper el vínculo físico entre el objeto impreso y el texto, y al dotar al lector del control sobre la representación del texto (en este sentido,

es parecido a la antigüedad, porque el lector lee un volumen, un rollo)”, y finalmente, modifican “c) la economía de la escritura, al permitir la simultaneidad entre producción, transmisión y lectura de un texto” (p. 10).

. Al considerar este tipo de cambios en los hábitos lectores y en las formas de consumo, la Encuesta Nacional de Lectura realizada por el DANE (2017) preguntó sobre los escenarios digitales de la lectura, y amplía la visión frente a los soportes y contenidos que constituyen nuevas formas de leer, y que han formado una nueva generación de lectores; en esta encuesta se constató que se lee más, pero se lee diferente, “la lectura sobre soporte impreso aún es mayor que la lectura en soporte digital, pero la segunda superará a la primera”.

Hoy, los niños y niñas leen desde la edad de 5 años y a partir de esta edad se reporta una lectura promedio al año de 2,7 libros, cuando la Encuesta de consumo cultural del 2014 reportó tan solo 1,9. Leen más libros las mujeres (55,9%) ²³que los hombres (51,7%), las personas de estratos 4, 5 y 6 que las de estratos 1, 2 y 3. (Rey, 2018, párr.4)

Según Rey (2018)²⁴, lo anterior se puede explicar:

[Por] el mantenimiento de una política pública nacional y regional, el aumento y dotación de las bibliotecas en 1.428 municipios, el interés por las bibliotecas escolares y la promoción de la lectura en la escuela y en los espacios públicos, los sistemas de difusión de las editoriales, las ferias y fiestas del libro, la incidencia de los influencers y los booktubers, la acogida de las sagas y los bestsellers, la creciente conexión entre la lectura, la música, el cine, el video y las nuevas tecnologías. (párr.5)

Rey (2018) considera que “a diferencia de lo que piensan muchos, el teléfono móvil, el computador o las tabletas no son los enemigos de la lectura. Por el contrario, son los promotores de otras formas de lectura, de oralidades y escritura emergentes” (párr.6). Estas, a su vez, se convierten en los principales aliados de los *booktubers* y creadores de contenido digital para la difusión del mismo.

²³ Este dato es muy importante porque hay más consumidores mujeres de *booktube* que hombres, lo cual también sucede con las creadoras de contenido.

²⁴ Coordinador del Compendio de Políticas Culturales de Colombia. Asesor de Políticas Culturales de la Secretaría de Cultura de Bogotá. Forma parte de la Junta Directiva del FOTOMUSEO, de FUNDALECTURA.

Capítulo 3. ¿Qué nos dicen los datos?

Los libros están para recordarnos lo tontos y estúpidos que somos. -Son la guardia pretoriana de César, susurrando mientras tiene lugar el desfile por la avenida: 'Recuerda, César, que eres mortal'. La mayoría de nosotros no podemos salir corriendo por allí, hablando con todo el mundo, ni conocer todas las ciudades del mundo, pues carecemos de tiempo, de dinero o de amigos. Lo que usted anda buscando, Montag, está en el mundo, pero el único medio para que una persona corriente vea el noventa y nueve por ciento de ello está en un libro. No pida garantías. Y no espere a ser salvado por alguna cosa, persona, máquina o biblioteca. Realice su propia labor salvadora, y si se ahoga, muera, por lo menos, sabiendo que se dirigía a la playa.

Fahrenheit 451, Ray Bradbury.

Como parte del análisis cualitativo recogido en las encuestas, se hizo una caracterización de la población de acuerdo a la edad, pues se consideró que en los rangos de edad de 15 a 18 años, de 19 a 22, de 23 a 25, y de 26 a 42 es posible ubicar las diferencias generacionales al momento de tener preferencias por ciertos gustos literarios, y otras industrias de mercado como la del cine, el internet, los video juegos, etc.

Otros elementos que se evaluaron fueron los vínculos que se tienen en estas edades con respecto a los grupos información y de difusión (las comunidades); la facilidad de adquisición en cuanto a libros, y otros implementos relacionados con las obras como accesorios, juegos, disfraces, etc.; y el provecho de bienes y servicios editoriales, centros culturales, lugares de lectura, entre otros.

3.1. Caracterización de la población

3.2. Rango de edad entre 15-18 años

Esta población comprende a 25 personas las cuales están entre los 15 y 18 años; pertenecientes a los estratos 3, 4 y 5, quienes son estudiantes de secundaria y de primer y segundo semestre de carreras como derecho, economía, relaciones internacionales, medicina, biología, microbiología, matemáticas, ingeniería, licenciatura en educación infantil y trabajo social, de entidades tanto públicas como privadas; se especifica que hubo mayor número de mujeres participantes que hombres.

La mayoría de esta población llegó a la literatura por sus padres, hacen uso de las bibliotecas y comparten la lectura con sus amigos; leen más de seis libros por año; y sus géneros preferidos son la ciencia ficción y el romance.

A la pregunta por ¿cuál fue el último libro (*bestseller* o saga) que leyó?, la mayoría respondió sagas como: “Los juegos del hambre”, “Divergente”, “Cazadores de sombras,” “El orfanato de

Miss Peregrine”, “Harry Potter” y “Maze Runner”, los cuales también hacen parte de la industria cinematográfica. Por otro lado, los libros autoconclusivos, es decir, que son libro y película, que forman parte de esta industria son “Ciudades de papel” y “Orgullo y prejuicio”.

Otros libros que son sagas, pero no tienen películas a pesar de ser literatura juvenil son: “Canciones para Paula” de Blue Jeans, autor que se caracteriza por escribir literatura juvenil; las trilogías de “Millennium”, del “Círculo del Crepúsculo”, de “Multiverso”, de “Las crónicas lunares” y las de “Hermoso desastre”, así como la saga conocida por su serie “Juego de Tronos”. Como fenómenos literarios se encuentra el libro de Stephen King “La Torre Oscura”; también se encuentran “Eleanor & Park” de Rainbow Rowell, y “Pie de Bruja” de Carolina Andújar.

En la última pregunta, que fue abierta: ¿cuál fue el último libro que leyó y que no entra en esta categoría?, respondieron positivamente a libros que no entraban dentro de la categoría que había definido como categoría *bestseller* como “La familia de Pascual Duarte”, “Momo”, “Hamlet”, “La ética protestante y el espíritu del capitalismo”, entre otros. Estos libros no entraron en la categoría de *bestseller* de la investigadora porque considera: en primer lugar, no eran libros que se estaban promocionando en el momento de aplicación de la encuesta, en segundo lugar, no son éxitos en ventas ni de nuevos autores, todos son de autores del siglo pasado o antes. La población participante no solo lee literatura juvenil o *bestseller*, lo cual privilegia las dinámicas cuando van a compartir un libro que, en su mayoría, lo hacen por medio de la recomendación; para estos los *booktubers* son importantes al momento de elegir un libro, pero no determinantes, aunque tienden a realizar la lectura de los libros que les gustan a estos creadores de contenido con los cuales se identifican.

3.2.1. Rango de edad entre 19-22 años

Esta población incluye a 24 personas, en su mayoría mujeres, entre ellos estudiantes de carreras como arquitectura, comunicación social, derecho, economía, relaciones internacionales, medicina, biología, microbiología, ecología, matemáticas, física, ingeniería, literatura, psicología y antropología, de instituciones públicas y privadas; y pertenecientes a los estratos 3, 4 y 5.

La forma más frecuente en la que esta categoría comparte sus lecturas es voz a voz, y lo hacen especialmente con sus amigos; pero el internet también juega un papel importante en esa comunicación, cuando comparten sus lecturas con comunidades web por medio de redes sociales. Son personas que hacen uso de las bibliotecas y leen más de seis libros por año, su género preferido

es la ciencia ficción y la novela histórica. La mayoría llegó a la literatura por sus padres y otros familiares como hermanos y primos.

A la pregunta ¿cuál fue el último libro (*bestseller* o saga) que leyó?, la mayoría respondió sagas como “Los juegos del hambre”, “Millennium”, “Cazadores de Sombras”, “Crónicas vampíricas”, “Harry Potter”, “Crepúsculo”, “Memorias de Idhún” y “Abril Rojo”, de los cuales la mayoría tiene película. Entre los libros que no hacen parte de sagas y que también tienen película están “Bajo la misma estrella” y “La chica del tren”. Otros libros que son fenómenos literarios por sí mismos son “Ilumínate” y “Beautiful Burn”, que no tienen películas.

En la última pregunta sobre ¿cuál fue el último libro que leyó y que no entra en esta categoría?, los encuestados mencionaron libros que efectivamente no entraban en la categoría de *bestseller* como “Crimen y castigo”, “Ensayo sobre la ceguera”, “El túnel”, “La oculta”, entre otros. Lo anterior lleva a la investigadora a pensar que esta población no solo lee literatura juvenil o *bestseller*, y, además, tienen claras las diferencias entre literatura canónica y literatura *bestseller*. Para estos participantes, los *booktubers* también son importantes, pero no determinantes, dado que la mayoría consume el contenido, pero no tan seguido como les gustaría por falta de tiempo.

3.2.2. Rango de edad entre 23-25 años

En este rango de edad participaron 19 personas, de las cuales unas se encuentran en los últimos semestres de universidad o se han graduado recientemente, con ello se infiere que en este momento algunos tienen más facilidades de adquisición que en años anteriores en cuanto que, a diferencia de las anteriores categorías, algunos ya trabajan y tienen sus propios ingresos económicos.

En esta selección se encontró un jefe de comercio exterior, dos trabajadoras independientes, una editora, dos ingenieras forestales y uno de sistemas, una ingeniera química y una electrónica, una profesional en estudios literarios, una politóloga, y una administradora, egresados de universidades privadas, y pertenecientes a los estratos 3, 4 y 5.

Como estudiantes los hay de ingeniería, biología, ciencia política y arte; y como único caso, una persona que no especifica su formación académica o actividad actual. Es importante señalar que algunos de los ya graduados no trabajan, pero han continuado sus estudios superiores de posgrado en universidades privadas, estos son de estratos 3, 4 y 5.

Ahondando en las respuestas de este grupo, asociadas a la literatura *bestseller*, en la pregunta sobre ¿cuál fue el último libro (*bestseller* o saga) que leyó?, se pudo observar una variedad considerable de títulos. Como era de esperarse predominaron los libros de saga y fenómenos

literarios que unen literatura y cinematografía como “Harry Potter” (la saga indicada por más personas), “Crepúsculo”, “Yo antes de ti” (lanzada recientemente en cine), “Como agua para chocolate”, “Ender’s Game” (del cual también existe video juego), “Paranormalcy” (libro que actualmente es producido como film), “Pretty Little Liars” (producido como serie de televisión), “Inferno” y “Cazadores de Sombras”.

Como fenómenos literarios se encuentran el libro de Stephen King “Doctor sueño”, “El psicoanalista” de John Katzenbach, “Hermosa oscuridad” el segundo libro de la saga “Las Crónicas Caster” o “La Saga de las Dieciséis Lunas”, escrita por Kami García y Margaret Stohl, y “Pie de Bruja” de Carolina Andújar.

De la selección, es interesante señalar que dentro de la categoría *bestseller* se incluyeron dos títulos de la Premio Nobel 2015 Svetlana Aleksievich, como “Voces de Chernóbil y “La guerra no tiene rostro de mujer”, por tanto, es posible reconocer un amplio sentido en esta categoría, algo que reafirma el título “El poder del ahora” de Eckart Tolle, el cual se puede ubicar como un libro de autoconocimiento o autoayuda.

De acuerdo lo anterior, en la siguiente pregunta sobre ¿cuál fue el último libro que leyó y que no entra en esta categoría?, se dio el efecto contrario, pues se mencionaron títulos que entran dentro de la categoría que se ha comprendido como *bestseller*, por ejemplo, “Ookami to Koushinryou”, historia que proviene de la novela “Spice and Wolf”, considerada como “novela ligera” dentro de un compilado de 16 volúmenes, de las nueve primeras novelas vendidas en Japón con formato en dos videojuegos, anime, manga y 2 OVA; por otra parte también está “One day” de David Nicholls, nombrada en el 2010 como Galaxy Book of Year, y adaptada en el 2011 con el film que lleva por título el mismo nombre; también se encuentran libros de autoayuda como “Diario de una volátil” de Agustina Guerrero, la biografía de Steve Jobs y “La mujer rota” de Simone de Beauvoir.

Dentro de los autores que destacan en esta pregunta se encuentran premios nobel como Ernest Hemingway, Svetlana Aleksievich, Chuokoron-Shinsha, Herman Hesse, José Saramago, y escritores canónicos como Edgar Allan Poe, Julio Verne y León Tolstói, lo cual evidencia que las personas en este rango de edad tienen intereses variados en sus lecturas, pero, además, cuando se trata de leer literatura que está por fuera del canon, sus gustos son muy interesantes, llegando a lo que retoma Hannah Arendt de la relación que tenían los romanos con la cultura, para quienes se define bajo el concepto de “cultura anim”, y que definí bajo la categoría de “alta cultura”.

En cuanto a la pregunta ¿ha visto películas y luego ha leído el libro?, el porcentaje de respuestas entre sí y no fue del 95% al 5% respectivamente, lo cual muestra que en esta población existe una influencia directa entre la industria cinematográfica y la editorial. Por su parte, cuando la investigadora mencionaba las referencias que brindan los libros *bestseller* para llegar a otro tipo de literatura con la pregunta ¿a partir de las referencias que ha visto en algún libro ha llegado a otro?, se encontró que las respuestas se dividen entre un 47% por el sí, y un 53% por el no, información que es representada en las figuras 3 y 4. Estos individuos si consumen *booktube* porque les gusta, sobre todo para informarse sobre el libro y qué dicen los creadores de contenido sobre el tema, pero no es determinante en su decisión.

Respuestas obtenidas en las dos primeras preguntas

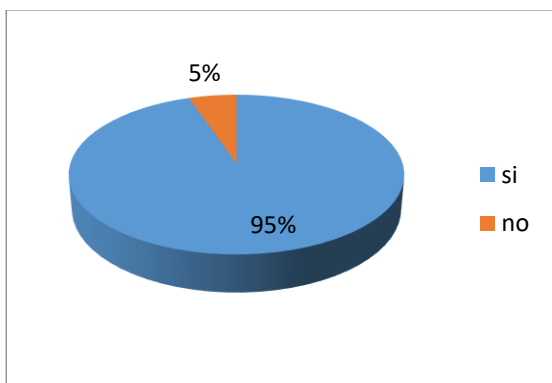


Figura 3. Influencia cinematográfica en la lectura.

Fuente: elaboración propia

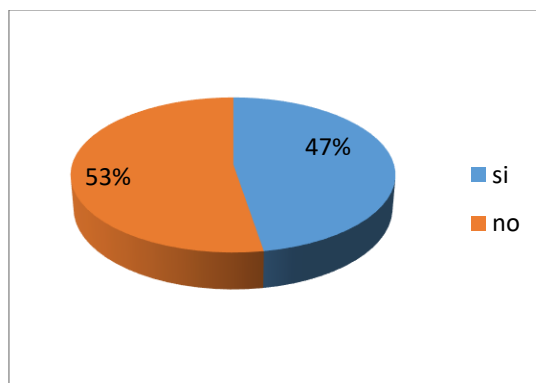


Figura 4. Influencia literaria de una obra sobre otra.

Fuente: elaboración propia

3.2.3. Rango de edad entre 26 años-40 años

En el último segmento de la población encuestada participaron nueve personas, las cuales ya han terminado sus estudios de pregrado y trabajan en diferentes profesiones como ingeniería electrónica, economía, chef, docente y terapeuta ocupacional. En su gran mayoría son mujeres, y son la población más pequeña del total de la muestra, pertenecientes a los estratos 3, 4 y 5. Esto demuestra que la literatura *bestseller* es un fenómeno característico en la lectura de la población 1, 2 y 3 de la muestra, y hacia este grupo poblacional es donde se encamina principalmente la industria editorial.

En las respuestas de los participantes de este rango de edad, sobre la pregunta ¿cuál fue el último libro (*bestseller* o saga) que leyó?, existe una variedad considerable de títulos que no aparecen en

las encuestas de los rangos de edades anteriores, a excepción de “Harry Potter”. Entre los títulos que aparecen se encuentran “Percy Jackson y los dioses del Olimpo”, el cual hace parte una serie de novelas con más de 45 millones de copias vendidas en el mundo, y dos adaptaciones cinematográficas; también está “Mareas de media noche”, la cual hace parte de una saga de 10 libros del escritor Steven Erikson, y tiene un número de libros igual al de la serie de la cual hace parte “Lady Midnight”, parte de la serie “Cazadores de Sombras: Renacimiento” de Cassandra Clare.

En esta categoría aparecen libros como “La luz que no puedes ver” de Anthony Doerr que, de acuerdo con la idea aquí presentada de *bestseller*, no entraría en esta categoría por su profundidad narrativa y temática, tanto que en 2015 obtuvo el premio Pulitzer para obras de ficción.

De esta sección se puede concluir que las obras que leen los participantes de este rango de edad hacen parte de un conjunto de series y sagas de gran extensión, y que estos tienen más claridad en las definiciones de lo que puede ser un *bestseller*, de la forma como se entiende en el presente trabajo.

En la pregunta sobre ¿cuál fue el último libro que leyó y que no entra en esta categoría?, apareció una autobiografía titulada “El chico de las estrellas” de Chris Pueyo, las memorias de Jennette Walls tituladas “El castillo de cristal”, y textos académicos y de interés como “Comparative politics” y “colombianos que cambian el mundo. Iniciativas asombrosas al servicio de la gente”.

En cuanto a las dos últimas preguntas, sobre ¿ha visto una película y luego ha leído el libro?, se encontró que el 67% respondió que sí y el 33% respondió que no, lo cual es una relación menos directa que en otras categorías de edad, pero que aun así es fuerte entre el cine y la literatura; por otra parte, en la pregunta ¿a partir de las referencias que ha visto en algún libro ha llegado a otro?, se encontró el 33% la opción del sí, y el 67% indica que no, por lo tanto se entiende que aquí no es tan fuerte la atención que tienen las lectoras de otras obras en lo que leen. Los individuos que consumen *booktube* en este rango son solo mujeres, y lo hacen para elegir su siguiente lectura, aunque no siguen a nadie en especial. (Ver figuras 5 y 6)

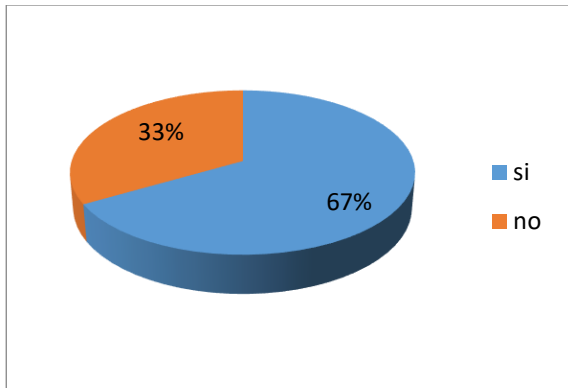


Figura 5. Influencia cinematográfica en la lectura.

Fuente: elaboración propia

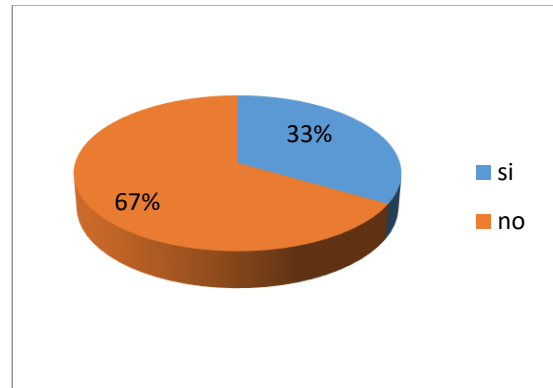


Figura 6. Influencia literaria de una obra sobre otra

Fuente: elaboración propia

3.3. Preferencias literarias por edades

Con base en la información que se expuso respecto a obras y autores específicos, se encontró una variedad temática considerable en los gustos de los encuestados, por lo cual se decidió incluir en la encuesta, una pregunta sobre las preferencias que tienen al momento de elegir una temática, en la cual se colocaron como opciones el romance, la ciencia ficción, el erotismo, el viaje, el género histórico y otros, y de las cuales las personas podían elegir una o más posibilidades.

En la Figura 7 sobre la pregunta ¿si pudiera elegir algún tipo de tema en sus libros?, este sería, aparecen los resultados de acuerdo a la edad. Se sigue la misma lógica que se propuso con la caracterización de rangos, en la cual la población comprendida entre los 15 y 18 años tiene un gran interés por la ciencia ficción, seguido en orden por el romance, el género histórico, otros temas, el viaje, y por último el erotismo sin ningún resultado. En las edades de 19 a 22 años la tendencia se inclina por el género histórico y el de ciencia ficción y otros, que en la mayoría de los casos eran novelas gráficas, y por último erotismo. En el rango de 23 y 25 años hay una notable elección por “otros” o temas varios, dentro de los que se encuentra el crimen, el terror, el misterio, la filosofía, la política, las biografías, el drama y la fantasía, a esto le sigue la ciencia ficción, el romance, el viaje y el género histórico que se encuentran en el mismo rango, y por último el erotismo. Para concluir, en las edades más adultas que son de 26 hasta los 40 años se tiene preferencia por los temas varios y “otro” y le sigue el romance, y en las otras tres categorías no hay ningún resultado.

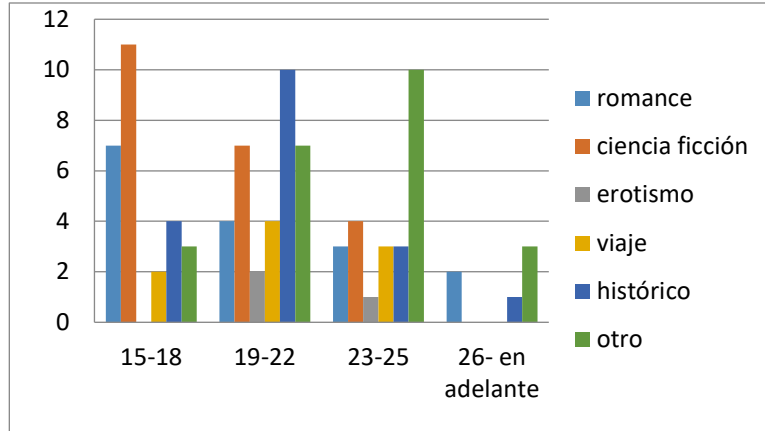


Figura 7. Preferencia lectora por edad.

Fuente: elaboración propia

Estos datos son importantes para la tesis porque permiten observar qué tipo de lectura consumen y cuál es la más buscada en internet, que suele ser la misma o parecida a la que reseñan los *booktubers*²⁵ según su edad y preferencia a sus canales. Además de ello, los gustos sobre cierto tipo de género que tienen los y las lectoras dependiendo de la edad las cuales –como se evidenció al principio del análisis– están asociados estrechamente con otras industrias que son cercanas a unos más que a otros, como la de los videojuegos, el anime, el manga, y quizá la más importante, la cinematográfica.

Adicionalmente, en la Figura 7 se evidencia que los gustos por las obras varían y dependen de los intereses que se tenga de acuerdo a la edad, por ejemplo, el tema erótico no tiene ningún interés en las edades entre 15 y 18, ni entre las de 26 en adelante, probablemente porque en la primera hay una guía que proporciona el cine y los videojuegos, los cuales se inclinan hacia la ciencia ficción y el romance; mientras que la segunda, por ser personas profesionales que se desenvuelven en un campo laboral, prefieren otro tipo de literatura que amplíe sus necesidades intelectuales como de entretenimiento.

Por otra parte, en el rango entre 19 a 22 años, estas personas ya se introducen en una vida académica de educación superior, por lo tanto la moda se inclina hacia temas como lo histórico,

²⁵ En el siguiente capítulo se ahondará en los perfiles de los *booktubers* y sus canales, sobre el tipo de literatura del cual hablan.

seguido por la ciencia ficción y “otros”; mientras que de 23 a 25 años hay una notable elección por “otros” o temas varios, un patrón que continúa el siguiente rango de edad, pero que aquí todavía se comparte con las demás categorías que, aunque se encuentran en un nivel notablemente inferior, no desaparecen. En este sentido, si se quisiera establecer un tipo de libro o género literario de acuerdo a un público en particular, sería necesario caracterizarlo de acuerdo a la edad, los intereses y los oficios según ella.

3.4. Mercado

En las preguntas referentes al mercado, se tuvo como interés principal examinar las dinámicas de consumo que existe de literatura *bestseller* en el campo editorial; sus relaciones con otras industrias como las del cine, videojuegos, etc.²⁶; lo que les interesa a los lectores al momento de elegir una obra; y también el consumo que se genera desde estas obras en relación con la elaboración de productos que evocan personajes, escenas, características, etc. Como parte del consumo que existe dentro de la industria editorial, se hizo una pregunta sobre qué lleva a los encuestados a adquirir una obra, el cual es el primer elemento a tener en cuenta en la cadena de consumo que se expondrá.

Como se observa en la Figura 8, la obra en sí misma tiene características formales y de contenido que se hacen visibles en su portada, y que llaman al lector a adquirirla, como lo son las imágenes que se presentan, el tipo de papel, la pasta dura, la tipografía y la sinopsis que muestra brevemente su contenido. Los porcentajes de la respuesta a la pregunta ¿en qué se fija cuando va a comprar un libro del que aún no sabe nada?, la portada tiene un 15% de aprobación; la presentación el 5% (que incluye los elementos nombrados anteriormente); la sinopsis un 16% lo cual tiene que ver principalmente con su contenido, y está asociado a los comentarios y recomendaciones de los vendedores en las editoriales, lo cual tuvo dentro de la encuesta un alto porcentaje de afirmación con el 22% de las respuestas. En esta también se observa que muchas de las elecciones se hacen precisamente por aquello que las editoriales tienen para brindar en sus libros, el renombre que tienen dentro de estas comunidades lectoras y el servicio que brinda a sus potenciales compradores con el 11%, hecho que los lleva a realizar planes de mercado con *youtubers*, *booktubers*, grupos *fandom*, etc., que actualmente hacen parte de otra industria digital.

²⁶ Narraciones transmediáticas.

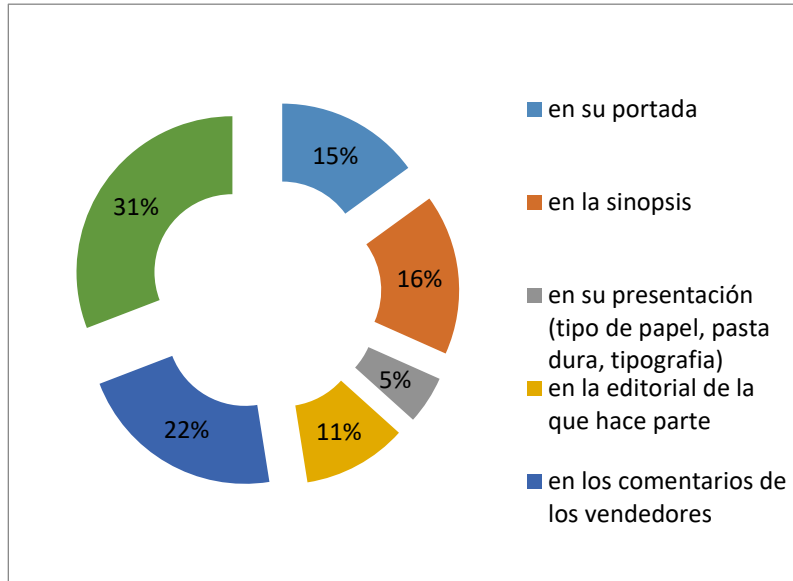


Figura 8. Preferencia a la hora de elegir la lectura.

Fuente: elaboración propia

Así se evidencia que desde los libros se generan otros tipos de mercados, entre ellos el cinematográfico y la mercancía que se produce a partir de las obras o sagas, los cuales son distribuidos por medio de editoriales, internet, negocios independientes y ferias.

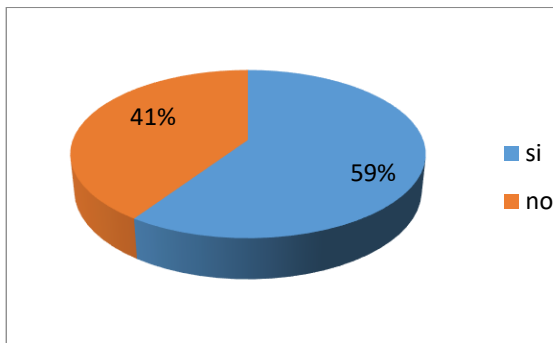


Figura 9. Mercancía relacionada a la lectura

Fuente: elaboración propia

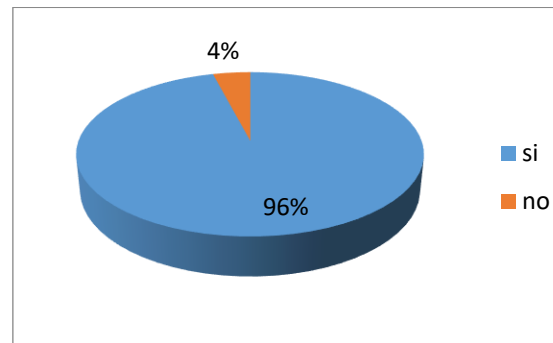


Figura 10. Preferencia cinematográfica en relación a lectura Best-Seller.

Fuente: elaboración propia

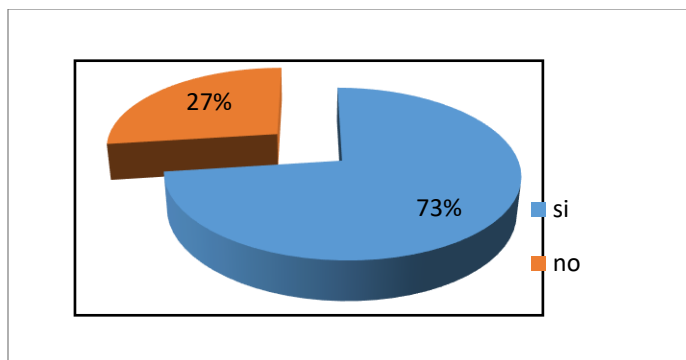


Figura 11. Asistencia a ferias del libro en Bogotá

Según la encuesta de consumo editorial DANE (2017) como se citó en Polo (2017) “el 73% de la población afirma leer por placer o gusto frente a un 34% que lo hace para adquirir conocimiento”, por lo tanto, estas cifras evidenciarían que “en Colombia existe en la práctica un relacionamiento más afectivo que instrumental o cognitivo con los libros” (p.142).

Lo anterior permite inferir que la industria también elabora cada día, tipos enfocados para ser consumidos en un nicho específico, por ejemplo, según el formato y preferencia del lector se puede consumir más o no de un libro.

La preferencia del libro según su formato hace que el lector prefiera un libro en papel, tapa blanda o tapa dura o libro electrónico como un “Kindle” o simplemente un PDF o ePub compatible con una tableta o el teléfono móvil, lo cual genera, a su vez, que se publiquen más o menos en esos formatos. El lector selecciona el libro según su género favorito: lírico, épico y dramático, que también se encuentra regulado por las lógicas del mercado en la cual, por ejemplo, se producen más obras en prosa que dramáticas, precisamente porque las primeras tienen más lectores. Dentro de la épica también se pueden encontrar distintos tipos que van a ser más o menos consumidos según la preferencia del lector, entre los cuales se encuentran la lectura prolongada, los libros de consulta, los libros informativos o manuales (ensayos), los libros ilustrados, los libros biográficos, los libros sagrados, los de bolsillo, los cómics, las sagas y trilogías e incluso los libros de partituras.

Todas estas tipologías permiten entender los usos y consumos de la población, por ejemplo, a la feria del libro de Bogotá a la cual este año –según la Cámara Colombiana del Libro– asistieron 605 000 personas, y prefirieron comprar más libros impresos, con lo cual la Cámara del Libro Colombiana reportó un aumento del 10% en la venta de libros.

El cambio en el consumo de los libros actuales involucra los sentidos, cada día se producen más libros interactivos o audiolibros, lo cual ha traído la creación de una serie de aplicaciones que se hacen cada vez más populares, y que contactan con *booktubers* para publicitarlas como Bookmate, Pathos books, entre otras.

Cada día el mercado busca vender más libros y que estos se vuelvan objetos de consumo; no es gratuito que, junto a la obra literaria (que en la mayoría de los casos suele ser un *bestseller*), vengan narraciones transmediáticas y accesorios que acompañen la experiencia de lectura, este aspecto es importante tenerlo en cuenta, pues con él se entiende la dualidad entre el libro como portador de contenidos y objeto/mercancía. Se debe tener en cuenta las diversas formas en las cuales se comercializa el libro en el mercado bogotano: las editoriales cada vez optan por la comercialización en las redes, seguida de los periódicos y por último en las televisoras; asimismo, considerar, en la comercialización del objeto libro que, la promoción de este en planes de lectura y las compras públicas de textos por parte de bibliotecas, escuelas, etc., es también un aspecto que incide en los ingresos del mercado, y en la formación de hábitos y gustos que llevan al consumidor a tomar una decisión.

Para entender el fenómeno comercial en Colombia, Polo (2017) dice que se debería ver través de dos ángulos: el del editor y el del vendedor ambulante. Para este autor, desde la perspectiva de la industria editorial, por un lado el objeto libro está identificado como un producto comercial, lo cual conlleva un aparato de posicionamiento, en que estos instalan en el consumo a través de diversos mecanismos como la publicidad, las publicaciones referenciales, la colocación estratégica del producto; incluso con las redes sociales se generan comunidades virtuales, portales especializados (como goodreads.com) y *booktubers* (como portavoces directos hacia los jóvenes), lo cual hace que el público tenga conversaciones sobre este y que sea percibido como un diferencial entre calidad y gusto. Por otra parte, en el otro polo está el comercio informal del libro que es relevante, primero, porque encierra una discusión sobre el acceso a las obras culturales, y segundo, porque estos vendedores actúan como mediadores en las prácticas de varios lectores jóvenes.

Muchos lectores consumidores de *booktube* admiten haber comprado el libro por su portada, o tener varias ediciones del mismo libro solo por la portada, aunque no lo vuelvan a leer. De hecho, este es un tema muy popular entre los consumidores, y de los cuales los creadores se aprovechan para obtener más visualizaciones, por ejemplo, existen videos como “Juzgando libros por su

portada”, “Mis portadas favoritas”, “Las peores portadas”, “Portadas plagiadas”, “Peores portadas que tengo en mi librero”, y demás.

3.5. Formación lectora

En el análisis también fue importante incluir una sección sobre la formación, y sobre las influencias lectoras que han tenido los y las encuestadas a lo largo de su vida por parte de su familia y comunidad académica, además de las preferencias que actualmente tienen por espacios y tiempos de lectura.

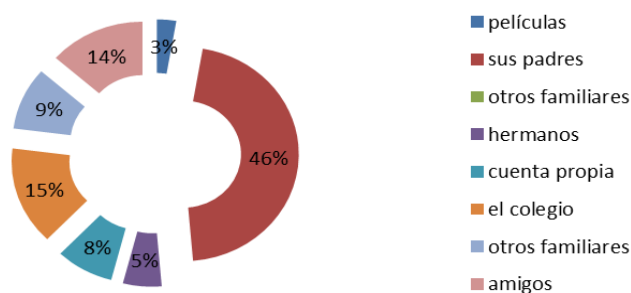


Figura 12. Acercamiento a la lectura

Fuente: elaboración propia

Una de las primeras informaciones que se evidencian son las influencias que tuvieron las personas para comenzar con su vida lectora, en lo cual se encontró que los padres son los primeros en brindar ese conocimiento, luego está el colegio, seguido de los amigos, por cuenta propia, los hermanos y las películas.

Al ver que el colegio fue representado con un bajo porcentaje, se preguntó a los encuestados si en sus colegios existe o existían planes de lectura. Los resultados se dividieron visiblemente entre sí y no.

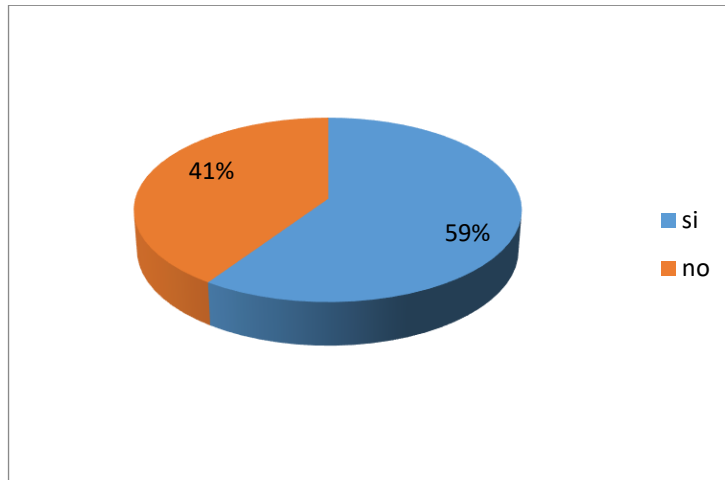


Figura 13. Acercamiento a la lectura escolar

Fuente: elaboración propia

Aun así, el nivel de lectura en las personas encuestadas es alto –si se tiene en cuenta que el promedio de libros que lee un colombiano anualmente es de 2,7, según la Encuesta de Consumo Cultural del DANE en el año 2017–, en la mayoría de los encuestados es de 15 libros en adelante, por lo cual es posible decir que hay un alto consumo de material bibliográfico por parte de esta población.

También, y con respecto a lo expuesto, se puede decir que quienes no tienen una orientación para la formación lectora desde la casa, probablemente desde sus colegios no la van a adquirir.

Por otra parte, entre los espacios de lectura que prefieren al momento de leer se encuentra que la mayoría prefiere la casa; luego, y en un porcentaje mucho más bajo, prefieren los lugares sociales y bibliotecas; nadie eligió su lugar de trabajo o estudio, aunque un alto porcentaje dijo que le era indiferente, y otro tanto que lo importante era tener tiempo libre.

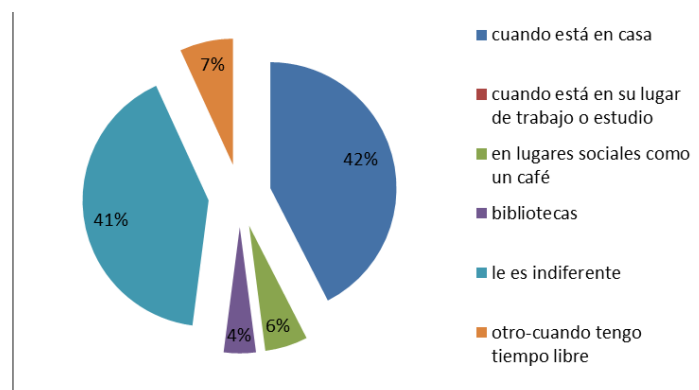


Figura 14. Preferencia lectora horaria

Fuente: elaboración propia

Según Delia Lerner, la lectura y la escritura son prácticas fundamentales de la escolaridad, por eso desde que se es pequeño, son las primeras cosas que se enseñan en los espacios escolarizados. La autora afirmó que “la lectura debería tomarse desde el punto de vista social, teniendo en cuenta dos propósitos desde la parte didáctica y la comunicativa. Asimismo, busca la transformación de los roles tanto del maestro como del alumno en relación con la lectura” (Lerner, 2003, p.125). Es claro que es una influencia importante para este fenómeno, entender que los primeros espacios de acercamiento para los consumidores de estos contenidos son las escuelas, debido a que en ellas no solo hay constantes valoraciones sobre lo que “está bien o no leer”, sino que también se fomenta o no el hábito de esta práctica. Una de las cuestiones importantes que debe comprenderse al momento de indagar por las prácticas de lectura, específicamente aquellas cultivadas por los *booktubers*, es reflexionar sobre el papel de la escuela en la generación de hábitos de lectura, en los consumidores y creadores de contenido de la comunidad *booktube*. Asimismo, es necesario entender que hace que los *booktubers* generen más empatía que la misma escuela, y cómo estos se pueden tomar de ejemplo para que las prácticas pedagógicas sean más amenas para los educandos, y proporcionen mejores herramientas al maestro.

Un ejemplo de esto es el trabajo de tesis de Millán (2018), que para explicar cómo los *booktubers* pueden ser una estrategia de comprensión lectora, realizó una investigación con estudiantes de tercer grado de primaria en la que concluyó:

[Que] en primer lugar, el trabajo sobre la comprensión de lectura y secuencias de enfoque comunicativo de las investigaciones anteriores a la de Millán le demostraron que las didácticas facilitan la comprensión y análisis de los textos argumentativos. En segundo lugar, encontró que la investigación realizada sobre los Booktubers demuestra la gran influencia que ejerce esta

comunidad a diferentes generaciones con respecto a la práctica de la lectura en distintos géneros de la literatura como son la literatura infantil, de fantasía, aventura y ciencia ficción. Todo esto indicó que, para Millán que los Booktubers son de gran apoyo para promover la lectura en los niños y jóvenes, porque tan solo la realización del video les causa interés, y, en tercer lugar, es una estrategia didáctica para desarrollar la lectura crítica. (p.15)

Los resultados que Millán (2018) encontró en su tesis constataron lo anterior, además, la investigadora también se dio cuenta de que el concepto de *boooktube* fue innovador para el aula de clase, lo cual permitió que sus estudiantes demostraran mayor interés; este fue un acierto educativo porque iba de la mano con las TIC y el internet. Asimismo, evidenció que sus estudiantes adquirieron más estrategias de lectura como el reconocimiento del propósito del autor, la relación entre el título y la imagen de un libro, la identificación del libro de diferentes maneras, la realización de un resumen de forma puntual, las diferentes características o partes que contiene un libro, la biografía del autor como parte importante del libro, y cada vez demostraron más interés y motivación por formar parte del grupo de *booktubers*. Para la comunidad educativa con la que Millán trabajó fue muy evidente que la relación con la práctica de la lectura cambió, pues antes de que se interviniera con el método educativo que tenía como eje a los *booktubers*, los estudiantes realizaban la lectura de forma lineal, por cumplir con un deber escolar y no por gusto; pero después de esta se evidencia el mejoramiento significativo de la comprensión de lectura, y así demuestra que actualmente los *booktubers* son una herramienta fundamental para promover la lectura.

Según la Secretaría Distrital de Educación, en Bogotá existen 2 405 colegios públicos y privados; esta, a su vez, ha generado una cantidad de discursos sobre esta práctica de la lectura. El entorno educativo es muy importante para comprender el desarrollo de las prácticas de lectura, dado que forma a la mayoría de los lectores y no lectores durante aproximadamente 12 años (solo la escuela), y además es el lugar donde los estudiantes desarrollan sus hábitos, concepciones, discursos y relaciones con la lectura y los libros.

Bogotá fue nombrada “capital del libro” en el año 2007, esto se debe a la serie de acciones – que son únicas en el país– que ha realizado el distrito para fomentar la lectura y la participación de los ciudadanos dentro de la ciudad, como la Feria Internacional del Libro de Bogotá, el Día del Libro, Lectura Bajo los Árboles, Semana de literatura infantil y juvenil, Leer es Volar, BiblioRed, etc.; por ello no resulta gratuito que el promedio de ciudadanos que leen libros en Bogotá (53,9%)

sea superior al del resto del país (48%) (Castro, 2013), porcentajes que reflejan un conjunto de prácticas en torno a la cultura y al libro en términos de acceso, difusión y demás.

Según Polo (2017), citando al Ministerio de Educación:

La configuración de Bogotá como un entorno donde se promueve la lectura tiene diversos momentos históricos. Se podría remontar a 1777, con la apertura de la Biblioteca Nacional, esto implicó una idea de creación de espacios de acceso y fomento al patrimonio escrito desde la institucionalidad pública y está se amplía cuando en 1870 se promulga el decreto de instrucción pública y el alfabetismo universal como condición de ciudadanía en Colombia. (p.134)

Por eso no es de extrañar que sea la ciudad con mayor cantidad de booktubers, de eventos que son realizados por ellos o con ellos y que a su vez tengan la mayoría de fansclubs que resultan siendo espacios de promoción para ellos con otros jóvenes.

3.6. Identidad y comunidad lectora

En esta parte de la encuesta se buscó indagar sobre la manera en la cual los lectores comparten la lectura, dado que los *booktubers* son un medio de socialización importante en internet: ¿comparte sus lecturas con alguien?, ¿cómo accede a libros de tipo novela o sagas?, ¿ha pertenecido a un grupo de lectura?, ¿actualmente pertenece a un grupo lector en torno a un libro?, ¿participa en comentarios web sobre un libro?, ¿sigue páginas web o páginas sociales en torno a un libro?, ¿a su alrededor hay personas que les guste la misma literatura que usted?, y ¿por cuál medio comparte sus lecturas?

Lo primero que se hizo fue cruzar las preguntas para ver si existe una relación entre la pertenencia a algún grupo de lectura y la cantidad de libros que leen por año, y se encontró que quienes no pertenecían a un grupo de lectura leen más que aquellos que sí pertenecen a un grupo de lectura.

Este resultado es importante porque en la comunidad *booktube* existe una actividad que se llama “lectura conjunta”, las cuales son lecturas que se hacen de manera *online*, amparadas por un *hashtag* donde los participantes comparten su experiencia lectora; además, ya no solo hay clubs de lectura físicos sino también virtuales, y la mayoría de la población encuestada no ha pertenecido a un grupo de lectura. Asimismo, llama la atención que el mayor medio de difusión para compartir las lecturas es la transmisión oral y las recomendaciones de los más cercanos, por lo cual se cree que esta forma de difusión se da especialmente con las personas que tienen a su alrededor por ser

más cercanas. Por otro lado, se encuentra que en las edades más jóvenes es donde se encuentran más personas que pertenecen a grupos de lectura, como muestra la Figura 15.

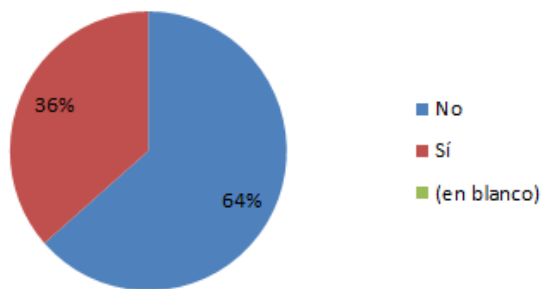


Figura 15. Pertenencia a un grupo de lectura

Fuente: elaboración propia

También se analizó si las personas participan en algún tipo de foro virtual, los que respondieron que sí también se ubican en la categoría que más libros leen como lo evidencia la Figura 16, mientras que la mayoría de la población encuestada no participa en ningún tipo de foro virtual. En el eje Y se puede apreciar la cantidad de libros leídos por año y en el eje X la edad, lo cual corresponde a las edades que más consumen el contenido *booktube*.

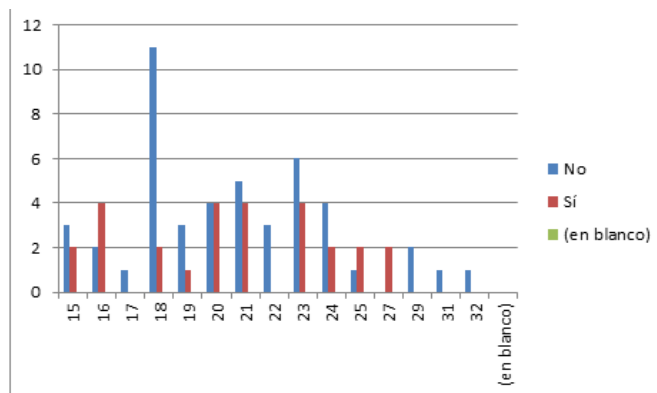


Figura 16. Participación a foros virtuales

Fuente: elaboración propia

Por otra parte, acerca de participación en foros virtuales sobre libros, la mayoría respondió que no participa, aunque gran parte de los que afirmaron pertenecen a los grupos de mayor edad. En cuanto a la pregunta sobre si seguían páginas en redes sociales en torno a una saga, la mayoría de la población respondió que sí. Este resultado es relevante para observar el papel que tienen

actualmente las redes sociales como mecanismos de comunicación, dado que estas son una plataforma para compartir contenido y legitimar gustos de acuerdo al perfil personal;, en estas redes sociales, entre otras, también hay *influencers* literarios, por citar un ejemplo, en Instagram están los *bookstagramers* y en Facebook hay más de 10 000 de páginas de memes literarios.

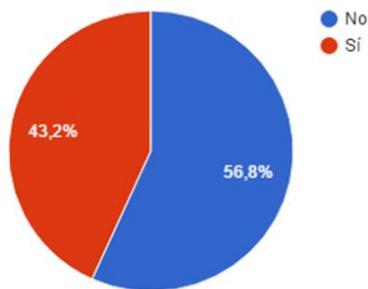


Figura 17. Participación en foros virtuales literarios

Fuente: elaboración propia

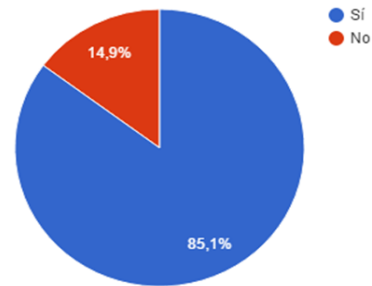


Figura 18. Vínculo del lector en plataformas digitales.

Fuente: elaboración propia

Cuando se preguntó por qué medio comparte las lecturas, en el orden de respuestas se prefiere el voz a voz, en segundo lugar se encuentran las redes sociales (ver Figura 19) lo cual reafirma la idea de que las redes sociales hacen que tomen fuerza los espacios de la lectura en torno a los libros, porque la difusión es la misma, lo que cambia es el medio o el formato de cómo se lleva a cabo.

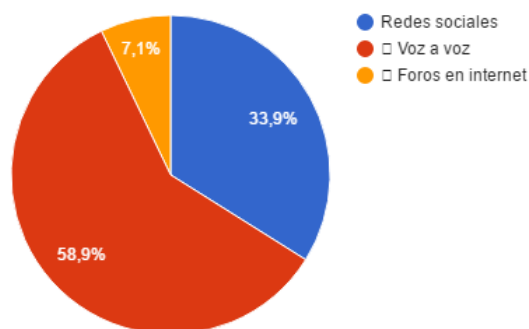


Figura 19. Medio preferido para compartir la lectura

Fuente: elaboración propia

Desde la caracterización –donde se encontraron las diferencias por población en cuanto a sus preferencias lectoras, la forma de compartir los libros y la cantidad de libros leídos por año– se puede decir que cada rango de edad tiene una manera especial de relacionarse con los libros, además, se puede entender que las últimas generaciones tienen preferencias por compartir sus lecturas a través de las redes sociales y portales web, luego de la primera opción que fue la transmisión oral. La mayoría comparte la lectura con sus amigos y familiares, cada grupo como se caracterizó en la población tiene características específicas y maneras diferentes de acceder a la literatura por lo que, además, el fenómeno toma mucha fuerza no solo con ayuda de la narrativa transmedia, teniendo en cuenta sus necesidades, industrias y gustos, lo cual se determina por las identidades emergentes.

A la hora de elegir un libro, la mayoría de las elecciones se dieron por la recomendación de un amigo, de un familiar y de un profesor; luego está por recomendación de un portal web, de un *booktuber* y de películas sobre el libro. Esto último, toma mucha fuerza en las preguntas de la encuesta, específicamente sobre *booktube*, puesto que, en el segundo caso, la mayoría de las personas indica que siente al *booktuber* como un amigo cercano. De acuerdo con esto, es posible decir que el voz a voz aún tiene mucha fuerza, pero que la influencia de las películas y la comunidad web (blogueros, *booktubers*, páginas web) ha tomado una fuerza considerablemente importante, sobre todo para las últimas generaciones.



Figura 20. Elección de lectura

Fuente: elaboración propia

3.7. ¿Y los booktubers?

Además de la encuesta sobre el consumo de la lectura, se realizó una encuesta más pequeña a 30 personas, segmentadas a público que específicamente consumían *booktube* en la ciudad de Bogotá, del cual 22 fueron mujeres y 8 hombres, los entrevistados oscilaban entre los 15 y 32 años; después se realizaron 14 entrevistas a profundidad. La finalidad de estas preguntas era indagar por su gusto hacia estos personajes y entender el valor que le veían a esta práctica social. Se segmentó a este rango de edad por ser quienes más consumen estos canales, y por ser los rangos en promedio en los cuales se encuentran los creadores de contenido digital. Dentro de los datos en estas encuestas y entrevistas especializadas, no solo se encontró cuáles eran los *booktubers* preferidos y las razones por las cuales veían y consumían este contenido, sino también el valor y aquello por lo cual les parecía importante esta práctica. Otro aspecto importante para destacar, es que todas las personas que realizaron esta encuesta consumen videos de *booktube*.

La Figura 21 representa el nuevo universo en la participación de lectores, el 80% (24 personas) de la encuesta que corresponde a mujeres lectoras manifiesta predominio, mientras que el 20% (8 personas) corresponde a hombres lectores; cabe destacar que la participación en la encuesta fue realizada por personas que les gusta leer o tienen este hábito. Por lo anterior, se encuentra que el comportamiento se reproduce, dado que la mayoría de los que leen y consumen este contenido son mujeres.

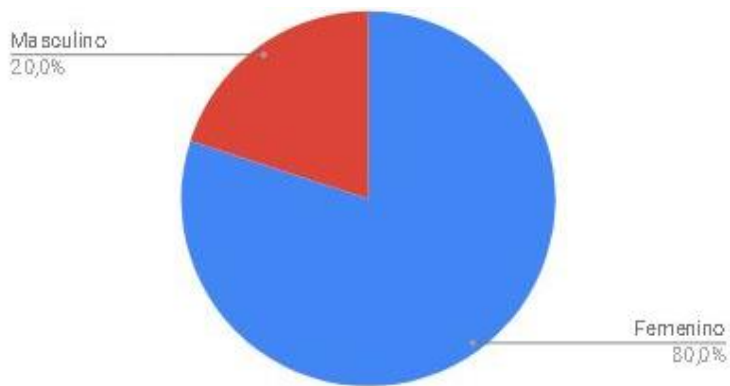


Figura 21. Género

Fuente: elaboración propia

El rango de edad de la mayoría bogotanos consumidores de este contenido se encuentra entre los 18 y los 20 años, pero también hay un consumo importante entre los 24 y 25 años (ver Figura 22). Este hecho podría estar relacionado con que ellos fueron la primera generación de personas que vio *booktube* y que han crecido con él.

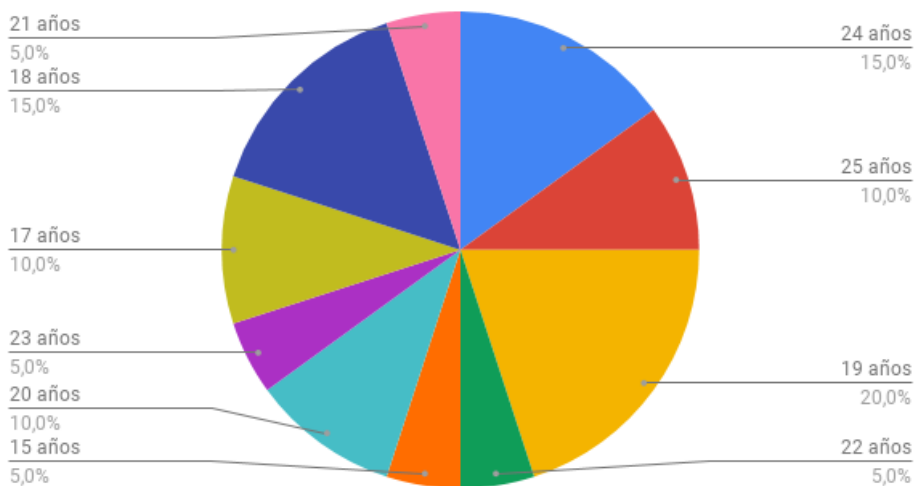


Figura 22. Edad

Fuente: elaboración propia

Otra variable que se pudo identificar fue el estrato de consumidores de este contenido (ver Figura 23), la mayoría pertenece a los estratos medios lo cual no solo coincide con el consumo de libros en Bogotá, sino también con la cantidad de personas que tienen acceso a estos en la ciudad.

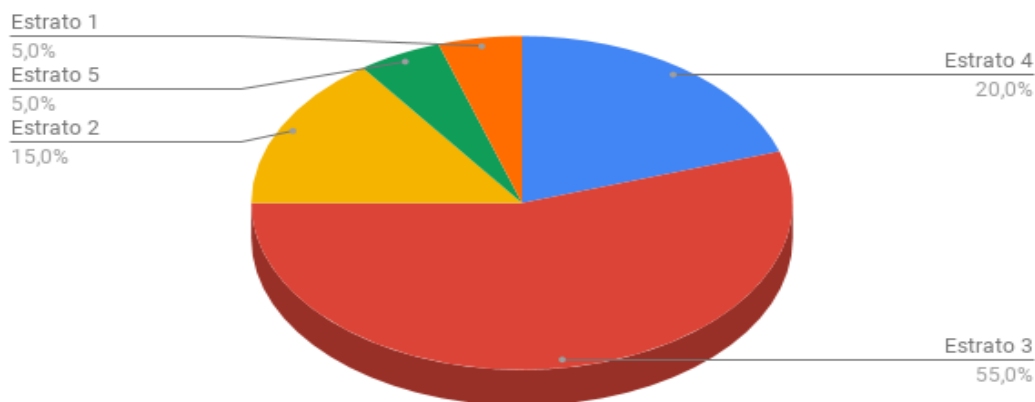


Figura 23. Estrato

Fuente: elaboración propia

También se examinó cuáles eran los canales de *bookuber* más visitados, entre los cuales se encontró que Fa Orozco –presentadora de “Las palabras de Fa”– es la más vista con el 23%, seguida de Claudia Ramírez de “Clau Read Book” con un porcentaje de 21%, después se encuentra Raiza Revelles de “RaizaRevelles99” con un 20%, Alberto Villarreal del canal “Abriendo libros” con un 16%, los españoles Sebastián de “El coleccionista de mundos” con un 12%, y por último Diana del canal “KyokoSwors” e Isabella de “Crónicas de una merodeadora” que representan un 8%.

Al indagar qué es lo que más les gusta de este tipo de videos, aparecieron razones como el lenguaje que utilizan, que suele ser informal en la mayoría de los casos para resaltar lo que les gustó o no del libro; por otro lado, el 50% de los encuestados afirmó que incluso una recomendación negativa del libro puede llamar aún más la atención.

Otro aspecto que resaltaron fue la pasión por la lectura y el mundo del libro y cómo lo transmiten a través de los videos, entre más genuinos sean, más les gusta. También señalan que la persona debe verse cómoda con lo que hace; valoran considerablemente la construcción de un estilo propio, la originalidad y la soltura delante de las cámaras; asimismo, valoran la imaginación para proyectar qué se quiere hacer y conseguir, y la creatividad para hacer que el video llegue y llame la atención de las personas; otro aspecto que resaltaron fue la calidad del sonido y la imagen.

Cuando se indagó sobre si habían leído un libro por recomendación de algún *booktuber* todos respondieron que sí, porque les gustaba el tipo de literatura que exponían en los videos y se sentían identificados pues se parecían a los gustos propios, además, porque “creían” en la opinión “sincera” de estas personas. De lo anterior se infiere que los *booktubers* si influyen de manera directa en la decisión de leer o no un libro.

Por último, el hallazgo más significativo fue la importancia de *booktube* en la vida de los encuestados, todos coincidieron en que les gusta este formato porque les permite expresarse e identificarse con las personas que hablan, para ellos son reales, les gusta pertenecer a una “comunidad”, se sienten comprendidos y acompañados. También hablaron de cómo esto ha permeado en otras redes sociales o espacios del internet, y en sus vidas personales pues al principio solo se trataba de compartir libros, pero ahora estos gustos los han llevado a compartir otros como música, ídolos, maneras de pensar y ver el mundo; además hablaron sobre cómo esta plataforma les permitió conseguir “otros amigos”.

En Colombia, por ejemplo, cada día son muchas más las opciones para acelerar la velocidad de conexión, entre las cuales se incluye el acceso a internet por las redes de televisión por cable. Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (2018), las conexiones a internet de banda ancha para el 2008 en Colombia, llegaron a 30,3 millones, un 6,4% más que en el 2017, esto quiere decir que cada vez son más los colombianos que acceden a este servicio, los cuales alcanzan el 61,4% de la población. Además, los datos señalan que 10,57 millones de colombianos estaban suscritos a internet móvil; y el mayor índice de penetración de internet fijo se registró Bogotá con un indicador del 22,3%.

Por otro lado, según el portal Colombia Aprende (2018) el 70,4% de los colombianos prefiere leer en soporte digital. Entre los del primer grupo, la preferencia la encabezan los libros, con un 51,7%, seguidos de los periódicos (48%), las revistas (32,2%), los documentos académicos (29%) y los documentos de trabajo (19,5%). Por otra parte, en el universo digital el primer lugar de preferencia lo ocupan las redes sociales²⁷ con un 64%, le siguen los correos electrónicos (39,9%), las páginas web (38,6%) y las noticias o artículos en medios digitales (29,7%), luego, los artículos o documentos académicos en digital (28,2%), los documentos de trabajo en internet (17,2%) y los blogs o foros en internet (16,5%); el 90,2% de los colombianos mayores de 12 años prefieren leer

²⁷ Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, etc.

en un teléfono inteligente. Un ejemplo de que se está pensando cada vez más al consumidor de contenidos en digital con respecto a la lectura, es la aplicación “Lee más” para dispositivos móviles, la cual cuenta con 40 contenidos literarios, y tras su lanzamiento, a finales de enero de 2018, ya ha logrado cerca de 10 000 descargas.

Según Polo (2017) esto parecería indicar que existe una complejidad y una relación entre la tecnología y la lectura, que involucra otros matices y aspectos diferentes al mero acceso. La irrupción de lo digital en la lectura es innegable, pero esta implica más que la simple digitalización de contenidos e introducción de nuevos soportes.

Es importante entender que el internet ha posibilitado el acceso a un cúmulo de productos (como las películas y los libros) que antes estaban destinados a espacios únicos, por ejemplo, cada día más gente descarga libros piratas por múltiples razones, una de ellas es la dificultad económica para conseguir el objeto, la otra es que el libro no se encuentra aún en el país. Para Rey (2013) la gratuidad es la motivación principal para la lectura en soportes digitales, lo cual se constata en que apenas el 2,1% de los colombianos ha realizado compras en línea de libros, mientras que cerca del 8% ha hecho descargas gratuitas. Según Polo (2017):

Los jóvenes cada vez más, buscan una experiencia dinámica en lectura, por lo que lo digital media en la esfera editorial, la obliga a adaptarse a estos públicos para que el entendimiento de convergencia no se limite a la digitalización del libro, sino que genere un valor agregado con contenidos adicionales, interactivos, que el lector tenga la posibilidad de acceder a un mundo narrativo ampliado y participar en su crecimiento. (p.151)

Un ejemplo de esto son los audiolibros y los *podcasts*, cuyo consumo aumenta cada vez más entre los jóvenes lectores, e incluso varios *booktubers* de habla hispana han sacado los suyos de sus libros favoritos y de los propios.

Por otro lado, cada día existen más plataformas para socializar la lectura, un ejemplo de estas y muy populares en *booktube* y entre los lectores en redes sociales, son Wattpad y Goodreads. La primera es una comunidad para lectores y escritores creada en el 2016, puede ser usada por medio de un sitio web o desde la aplicación para móviles en la cual los usuarios publican en línea artículos, poemas, blogs, *fanfictions* e historias de ciencia ficción, romance, suspenso, etc.; el contenido incluye obras de autores tanto desconocidos como conocidos, y lo más llamativo de la plataforma es que los usuarios pueden comentar y votar por las historias, y unirse a otros grupos asociados con el sitio web. Wattpad ha sido tan exitosa que ha catapultado escritores “populares” de esta red social a la “fama”, de los cuales se han vendido millones de ejemplares, un ejemplo de

ello es Anna Todd quien comenzó al escribir un *fanfic* basado en la banda inglesa popular en ese tiempo One Direction, después se llevó a la pantalla gigante y con ello a la redistribución de los cinco libros con más de 1 000 páginas cada uno, actualmente el libro ha recibido muchas críticas sobre la relación tóxica que manejan los personajes principales, pues antes los lectores habían romantizado la relación, pero siete años después que releen los libros consideran que no son tan “buenos”. Este tipo de videos se hizo bastante popular en la comunidad con el relanzamiento de la película y las reacciones, las opiniones y las reseñas de los *booktubers*, alcanzaron más de 200 000 vistas en la plataforma. En cuanto a Goodreads:

Cuya traducción al español es “Buenas Lecturas” se define como una “comunidad de catalogación” que permite seleccionar libros del catálogo de la propia página para crear sus propias “estanterías digitales” en el perfil y listas de lecturas también permite a sus miembros crear sus propios grupos de sugerencia y discusión de libros y autores. En diciembre de 2007, el sitio había superado los 650.000 miembros y los 10.000.000 libros añadidos. En julio de 2012, el sitio declaró tener 10 millones de miembros, 20 millones de visitas mensuales. (Wikipedia, 2018, párr.1)

De esta página web cabe destacar que muchos *booktubers* hacen cada año un video de reto de Goodreads, que consiste en hacer su propio reto literario y registrarlo el cual suele ir de la mano con su reto literario del año, al finalizar el año regresan a ver el video y lo comparten con sus seguidores para ver si lo cumplieron. Además, es una plataforma en la que se comparten de manera más rápida las reseñas que no se pueden subir de manera inmediata en el canal.

También, dentro de esta aproximación, las redes sociales juegan un papel importante para los creadores y consumidores de contenido *booktube*, por ser sitios de internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común como amistad, parentesco, trabajo, entre otras, que permiten el contacto entre estos, de manera que se pueden comunicar e intercambiar información. En los últimos años, en Colombia se ha registrado un crecimiento exponencial en cuanto a la cantidad de usuarios que se encuentran registrados en las redes sociales, de acuerdo con el estudio de X3media (s.f.):

El 78% de los colombianos emplea el internet para interactuar en redes sociales, ingresando en promedio 10 veces al día. Entre los datos más relevantes encontramos que las redes sociales más utilizadas en nuestro país son Facebook (88%), WhatsApp (87%), YouTube (51,6%), Instagram (34%), Google Plus (29%), Twitter (20%) y Snapchat (7,2%). De estos, el 79 % de las personas que participan en redes sociales están entre los 16 y 24 años, mientras que el 74 % entre los 34 y 44 años. Además, el 72% consultando las redes por medio de Smartphones. (párr.3)

Para los lectores emergentes –los creadores de contenido y consumidores de *booktube*– las redes sociales se convierten en un espacio de sociabilidad y de continua retroalimentación sobre la lectura, para compartir experiencias y generar vínculos con propios y extraños; en ella los lectores comparten fotos sobre lo que leen, reciben y dan comentarios a otros, lo cual puede mejorar su autoestima y les permite interactuar con otras personas. Comprar libros y compartir “la felicidad” sobre tenerlos se vuelve un vehículo de sociabilidad entre los consumidores de *booktube*, ejemplo de ello son los *book hauls*, videos donde los *booktubers* muestran sus compras de libros más recientes, que suelen ser no solo los más pedidos, sino también los más vistos juntos a los *bookshelf tour* (videos en los que muestran todos los libros que tienen en sus estanterías, en los canales de los *booktubers*).

Según Tomasena (2016) “cuando se estudia circuitos mediáticos se pueden comprender las dinámicas sociales de la gente que usa estos medios”, para este autor “si buscamos entender la popularidad de algunos contenidos aparentemente “banales” que se comparten en las redes sociales, lo más importante es analizar los mensajes”, esto lo afirma porque “la gente no comparte videos “por lo que dicen”, sino porque “establece una afinidad” con ellos, como es el caso de los *booktubers* o las expresiones de lectura que comparten en sus redes” (p.35).

Las personas que consumen *booktube* participan simultáneamente en distintos circuitos mediáticos, de acuerdo con las redes sociales en las que están. Estos a su vez generan nuevos circuitos que crean entre ellos vínculos sociales en las que están en constante negociación con otras formas de participación como la privacidad. (p.35)

Los lectores que participan en las redes sociales explotan todas las formas en las cuales puede ser sociabilizada, comprendida e interpretada la lectura desde leer y escribir un *fanfiction*; pasando por coleccionar pósters, Funkos Pops (muy populares en la comunidad), joyería literaria, boletas de entradas que hacen referencia a la función de su libro adaptado a película, guardar dibujos de sus personajes favoritos en sus computadoras (propios o tomados de internet), fotografías, *wallpapers*, *stickers*, etc.; hasta interactuar con sus autores favoritos y con otros lectores a través de blogs, Twitter, Facebook, Tumblr, Goodreads y otras plataformas digitales. Los *bookubers* tienen, por ejemplo, videos donde muestran su colección de funkos, accesorios o colecciones de objetos de “Harry Potter” como Josu Diamond, cuyo video supera más de las 145 000 vistas.

Otra característica propia de estos lectores es que además de compartir códigos, también alimentan el banco de datos de internet sobre un libro o un tema muy específico con acciones

pequeñas como, durante el proceso de lectura, subir fotos de los libros o de frases subrayadas a Instagram con un *hashtag* específico, con etiquetas al autor y a la editorial, además de esta plataforma, se comparten frases extraídas de los libros en otras en redes sociales. Con un clic acceden a referencias en la web, a foros de discusión sobre la obra o imágenes subidas por otros usuarios que, si son públicas, pueden comentar e incluso obtener un nuevo seguidor o amigo en la web.

En redes sociales abundan muchos tipos de expresiones sobre lo anterior. A continuación, se enumerarán solo las más populares entre los usuarios:

Bookstagram: es un nicho que se encuentra en Instagram, en él existen cuentas dedicadas a subir fotos con reseñas *booktags* y *bookretos* entre otros. “Un espacio donde los autores de las fotos presentan novedades editoriales, comparten reseñas, participan en retos y concursos y “conocen gente con gustos similares”, según @booksishQueen²⁸.

Se presume que los primeros intentos surgieron en habla inglesa y que poco a poco se extendieron a todos los lectores del mundo, hay muchas comunidades de ellos en español, en alemán, en portugués, en francés, en italiano y en ruso, por mencionar los más populares que ganan nuevos seguidores día a día. Estas cuentas oscilan entre los 10 000 y los 100 000 seguidores, ha sido tan popular el fenómeno entre los lectores, que muchas editoriales decidieron abrir sus propias cuentas para vender sus novedades.

La noción meme literario, según Koiba (2018) es “utilizada en la cibercultura para llamar a un tipo especial de manifestación cultural que se difunde a través de la propia red de redes”, además, continúa, estos pueden “tener varias connotaciones: desde lo simplemente humorístico, pasando por la parodia hasta la protesta, estos pueden ser en forma de video, imagen, *hashtags* o una simple frase” (párr.1).

Un meme es un acto cultural tomado por los cibernautas y replicado en toda clase de medios, incluyendo blogs, sitios webs, redes sociales o correo electrónico, entre otros, pudiendo ser transmitido tal cual o modificado de acuerdo con las circunstancias. (Tecnología e Informática, 2016, párr.7)

²⁸ *Bookstagramer* colombiana.

Debido a la plataforma que utilizan para su propagación, los memes de internet son considerados un tipo de meme²⁹ mucho más impactante en la sociedad actual, ya que una de sus características principales reside en que son distribuidos a un ritmo mucho más rápido que cualquier otro meme que haya surgido a lo largo de la historia de la civilización. Esto es gracias a las posibilidades que brinda internet. (Tecnología e Informática, 2016, párr.18)

En el campo de la literatura existen un sinnúmero de imágenes con las cuales los sujetos interactúan para aprobarlas o desaprobarlas, estas no solo son importantes por lo viral que resultan entre los lectores, sino también por que demuestran qué tanto se comprende o no la obra literaria o la vida del autor, debido a que existen imágenes de estos temas y más.

Las lecturas conjuntas: son lecturas hechas en grupo y comentadas a través de las redes sociales como Twitter, para lo cual se utiliza un *hashtag* específico donde todos los participantes pueden ver lo que se publica sobre el tema. Para esta lectura grupal se establece un periodo de tiempo límite, donde al final se espera que los creadores de contenido compartan una reseña de la obra o hagan un *hangout* para conversar con sus seguidores. La lectura conjunta puede ser propuesta por una persona que tenga un blog, canal o colectivo de *bookstagramers* o *booktubers*, aunque la iniciativa también puede surgir de parte del propio autor de una novela o de la editorial que la ha publicado. Los participantes de esa lectura conjunta suelen tener un blog o un espacio en internet en el cual hablan de libros; para que se realice la lectura conjunta, se requiere de ciertos consensos antes de iniciar.

²⁹ En el campo de la biología evolutiva, Richard Dawkins, en el año 1976, utilizó este concepto para denominar escritos y teorías sobre la difusión cultural, a la unidad teórica de información cultural que se transmite de un individuo a otro y de generación en generación.

Conclusiones

Así que la joven mente de Matilda siguió creciendo, alimentada por las voces de todos aquellos autores que habían lanzado sus libros al mundo como barcos a la mar. Esos libros dieron a Matilda un mensaje de esperanza: No estás sola.

Matilda, Roal Dah.

Después de consultar diversas fuentes, aplicar la metodología y vivir el fenómeno *booktube* *online* y *offline*, se ha llegado a varias conclusiones. La primera es en relación con el objeto libro, muchos de los consumidores de este tipo de contenido lo prefieren en forma física (sobre la virtual), pues de acuerdo con estos, el formato físico hace que se “conecten más con la lectura”; a su vez, el consumo del libro, comprarlo y acumularlo también se asocia con el deseo de poseerlo para armar su propia estantería y perpetuar la idea de este objeto como “de culto” en torno a sus lecturas favoritas.

La segunda conclusión a la cual se llega es la lectura por gusto y la obligatoria, los entrevistados y creadores de contenido asocian la lectura obligatoria con la lectura canónica, donde ellos no solo no eran sujetos activos en la misma, sino que eran vistas como un compromiso que debían cumplir (no por iniciativa propia). En este punto se puede volver al concepto de: “un lector se hace a sí mismo” citado en el caso de Benito Taibo, todos los consumidores de este tipo de contenido se sienten identificados con esta afirmación y la defienden. La mayoría de personas que participaron en la encuesta y en las entrevistas realizadas dijeron que ellos sí leían antes de consumir el contenido de *booktube*, pero no “era lo mismo” pues sus lecturas favoritas no eran las mismas de las personas que los rodeaban, esto evidencia que los *booktubers* “más conocidos” suelen ser los que hablan de los libros que más han conmovido a los lectores —que en la mayoría de los casos son juveniles— los defienden y los comparten.

Además, al ser el internet un espacio democrático, sumado a la cultura de la convergencia, ha hecho que cada vez sean más las personas que pueden dar su opinión, en este caso sobre libros, y que sean escuchadas por otros sujetos solo por compartir el mismo universo de significado.

El éxito de los *booktubers* en relación con la práctica lectora radica en varios aspectos. El primero, es que al estar en un espacio de difusión masiva como el internet, y vivir en una época de convergencia, se tienen otras narrativas que el sujeto, que se encuentra en este mundo, maneja a la perfección porque generalmente se comparte el mismo universo de sentido por parte de sus

consumidores. Resultando así, ser mediadores entre la lectura y el consumidor de internet que los frecuenta. Los creadores de contenido (en su mayoría) tienen más alcance para comunicar, no solo porque manejan los mismos códigos que las personas que los consumen, sino también porque suelen ser más atractivos³⁰ para la audiencia.

Otro aspecto importante es la frecuencia con la que los creadores suben el contenido, o lo que la comunidad llama “constancia”, pues ello hace que se genere un vínculo entre creadores y consumidores que funciona en doble vía, donde los que consumen fortalecen el vínculo con su “ídolo” por los contenidos que les proveen, y también con el hábito pues ambos se motivan a seguir y terminar sus lecturas que, además, suelen ser parecidas porque comparten en la mayoría de los casos, los mismos intereses.

A su vez, esta práctica los ha transformado en expertos acreditados por su audiencia, a través de un ritual en el que todos comparten estos códigos (creadores y consumidores), que certifican su dominio en el ámbito de la literatura por medio de un discurso donde se le da valor a aspectos que antes no como la portada, además de proponer diseñar y ejecutar campañas de promoción en pro de sus propios libros y autores favoritos como, por ejemplo, las lecturas conjuntas.

Por último el mercado y el *bestseller*. Las nuevas tendencias de marketing junto a las narrativas transmedia, y la oportunidad de que algo se “viralice” de forma casi inmediata gracias a la internet, han hecho de esta una época perfecta para la comercialización de libros por plataformas no convencionales, por ejemplo, las redes sociales. El predominio de los libros de saga y de fenómenos literarios que unen la literatura, el cine, los videojuegos, la joyería literaria, entre otras, como “Harry Potter”, “Crepúsculo”, “El Señor de los Anillos”, “Los juegos del hambre”, “Cazadores de Sombras”, “Percy Jackson”, “Ender’s Game”, “Las Crónicas de Narnia”, “Una corte de rosas y espinas”, entre otros. U otro tipo de industrias como, por ejemplo, *Ookami to Koushinryou*, que además de tener un compilado de 16 volúmenes también está en formato de videojuegos, anime, manga y OVA, esto genera que los consumidores del mundo quieran saber de ellos o solo estar familiarizados con la trama para saber de qué tratan, de esta manera representan un gran impacto económico en la literatura, en la industria y proyección mundial de mercados y productos.

³⁰ No solo por su aspecto físico, que resulta ser llamativo, el ya mencionado ejemplo de Fa Orozco da luces de ello; también por el espacio en el que se desenvuelven como las mencionadas bibliotecas organizadas por color o con luces, entre otras. Aunque este tema se tendría que ahondar más en investigaciones futuras.

Además, la obra en sí misma tiene características formales y de contenido que llama la atención a sus compradores como lo son, en cuanto a su forma, las imágenes, los gráficos, el tipo de papel, la tipografía, entre otros; y en cuanto al contenido, la sinopsis, los comentarios, las recomendaciones de bloggers, *booktubers*, *bookstagramers*, librereros, vendedores ambulantes y vendedores en las editoriales, y el renombre que tienen estas dentro de las comunidades lectoras, que hacen que estos libros sean más consumidos entre los compradores.

Este trabajo ha sembrado en la autora otras inquietudes como, por ejemplo, ¿por qué la comunidad *booktube* en Latinoamérica es más apasionada que en otras partes del mundo?, ¿por qué cada vez más personas adultas quieren ingresar a ella?, o ¿por qué los creadores de contenido más antiguos, desertan de la comunidad o le dan un leve giro al contenido de su canal “por qué no se sienten cómodos”? Al respecto, la investigadora espera poder seguir ahondado en ellas alrededor de su vida académica, también espera que este trabajo sirva de insumo para aquellas personas que deseen estudiar la práctica de la lectura, especialmente la “juvenil”, y como insumo para los profesores que desean motivar la lectura ávida de sus estudiantes en etapas temprana y medias de la escolarización.

Gracias por leer hasta el final, y no queda más que decirles que no olviden ser curiosos, revoltosos y siempre ¡cuestionarlo todo!

Bibliografía

- Aira, C. (28 de diciembre de 2003). Best Seller y Literatura: Vigencia de un debate. *El país*.
- Andrade, P. (2015). Identidades en tránsito en la biblioteca pública. En *Lectura en el contexto digital: Desafíos y perspectivas en Colombia en lectura digital* (págs. 129-141). Bogotá, Colombia: Fundalectura.
- Arendt, H. (1996). Entre el pasado y el futuro: ocho ejercicios sobre la reflexión política. En L. c. social. Barcelona, España: Editorial Anagrama.
- Arroyo, L. (2017). *Revolución digital y tendencias culturales: el fenómeno influencer*. Obtenido de Centre de cultura contemporania de Barcelona: <http://lab.cccb.org/es/revolucion-digital-y-tendencias-culturales-el-fenomeno-influencer/>
- Bahloul, J. (2002). Introducción: Lecturas y Lecturas. En J. Bahloul, & J. Rulfo, *Lecturas precarias: estudio sociológico sobre los "poco lectores"* (págs. 17-34). México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Bielsa, E. (2014). *El fenómeno booktube: las mil y una video-reseñas de jóvenes en internet*. Obtenido de La otra cara de Zaragoza: <https://laotracaradezaragoza.wordpress.com/2014/11/16/el-fenomeno-booktube-las-mil-y-una-video-resenas-de-jovenes-en-internet/>
- Bloom, H. (2012). *El canon occidental: La escuela y los libros de todas las épocas*. Barcelona, España: Anagrama.
- Bourdieu, P. (1980). *El sentido práctico*. Madrid, España: Taurus.
- Bourdieu, P. (1999). Los tres estados del capital cultural. *Sociológica México*, 2(5), 11-17.
- Bourdieu, P. (2000). *Cuestiones de Sociología*. Madrid, España: Istmo.
- Briggs, A., & Burke, P. (2002). La revolución de la imprenta en su contexto. En P. Briggs, & M. Galmarini, *De Gutenberg a Internet: una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus.
- Campbell, J. (2004). *The hero with a thousand faces*. Princeton, Nueva Jersey, Estados Unidos: Princeton University Press.
- Cantos, I. (2017). *Booktubers, los influenciadores de libros*. Bogotá, Colombia: Universidad del Rosario.
- Castillo, E., López, J., & Navarro, E. (2012). *La secuencia didáctica como estrategia para desarrollar niveles de lectura crítica en estudiantes de grado quinto*. Obtenido de

- http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/2406/TELEC_AriasIbarraMarthaErminia_2012.pdf?sequence=2
- Castillo, E., López, J., & Navarro, E. (2016). *Booktubers, nuevos promotores de la lectura en la era digital*. Obtenido de Universidad de Cartagena: <http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/4650/1/BOOKTUBERS%20NUEVOS%20PROMOTORES%20DE%20LA%20LECTURA%20EN%20LA%20ERA%20DIGITAL.pdf>
- Castro, C. (2013). Prácticas de lectura en Bogotá, 2012. En S. Oviedo, M. Reina, G. Rey, R. Claudia, & L. Vargas, *Hábitos de lectura, asistencia a biblioteca y consumo de libros en Colombia* (págs. 101-140). Bogotá, Colombia: Fundalectura.
- Castro, C. (2016). *Estado da ponte, transição do analógico ao digital*. Brasília, Brasil: Universidade de Brasil.
- Cerlac. (2008). *El espacio del libro en Ibeoramérica*. Bogotá, Colombia: Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe.
- Chartier, R. (1992). *El mundo como representación*. Barcelona, España: Gedisa.
- Chartier, R. (1996). Comunidades de lectores. En *El orden de los libros lectores, autores, bibliotecas en Europa entre los siglos XIV y XVIII* (V. C. Ackerman, Trad., págs. 23-40). Barcelona, España: Gedisa.
- Chartier, R. (2005). Lenguas y lecturas en el mundo digital. En R. Chartier, *El presente del pasado: Escritura de la historia, historia de lo escrito* (págs. 195-218). México D.F., México: Universidad Iberoamericana.
- Chartier, R. (2010). Aprender a leer: leer para aprender. *Nuevo mundo mundos nuevos*. Colombia Aprende. (2018). *Home*. Obtenido de <https://aprende.colombiaaprende.edu.co/es/agenda/noticias/%C2%BFc%C3%B3mo-leemos-los-colombianos>
- Couldry, N. (2004). Theorizing media as practice. *Social Semiotics*, 14(2), 115-132.
- DANE. (2017). *Encuesta Nacional de Lectura (ENLEC)*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/enlec/bt-enlec-2017.pdf>
- Darnton, R. (1996). Historia de la lectura. En P. Burke, *Formas de hacer historia* (págs. 177-208). Madrid, España: Alianza Editorial.

- Eco, U. (1974). Sociología contra Psicoanálisis. En *El problema de recepción* (págs. 13-17). Barcelona, España: Ediciones Martínez Roca S.A.
- Ecoosfera. (2018). *¿Cuáles son los países más lectores del mundo?* Obtenido de <https://ecoosfera.com/2018/04/cuales-son-los-paises-mas-lectores-del-mundo/>
- Ejea, T. (2012). Circuitos culturales y política gubernamental. 27(75), 197-215.
- Fernández, V. (2005). Campañas de fomento de la lectura: una reflexión crítica desde la comunicación pormocional. En C. d. BAD. Lisboa, Portugal: Associacao Portuguesa de Bibliotecarios e Documentalistas.
- García, N., Gerber, V., López, A., Nivón, E., Pérez Camacho, C., Pinochet Cobos, C., y otros. (2015). *Hacia una antropología de los lectores*. Madrid, España: Fundación Telefónica.
- Gutiérrez, E. (2009). Leer digital: la lectura en el entorno de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *Signo y Pensamiento*, 54 .
- Jaramillo, B., & Monak, L. (s.f.). El consumo de libros en Colombia. En *Hábitos de lectura, asistencia a bibliotecas y consumo de libros en Colombia*.
- Jauss, R. (1987). El lector como instancia de una nueva historia de la literatura. En J. Mayoral, *Estética de la recepción* (págs. 59-85). Madrid, España: Arco Libros.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Madrid, España: Paidós.
- Jenkins, H. (2009). *Fans, bloggers, y videojuegos: La cultura de la colaboración*. Madrid, España: Paidós Ibérica.
- Jenkins, H. (2010). *Piratas de textos; Fans, cultura participativa y televisión*. Madrid, España: Paidós Ibérica.
- Juárez, V. (2014). *Booktubers y la diversificación de la lectura en pantalla*. Obtenido de Leer en pantalla: <http://leerenpantalla.com/booktubers-y-la-diversificacion-de-la-lectura-en-pantalla/>
- Kalman, J. (2003). El acceso a la cultura escrita: la participación social y la apropiación de conocimientos en eventos cotidianos de lectura y escritura. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 8(17).
- Koiba, J. (2018). *Los memes*. Obtenido de <https://mx.toluna.com/opinions/4152916/Los-memes>
- Lerner, D. (2003). *Leer y escribir en la escuela. Lo real, lo posible y lo necesario*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Lewis, C. (2000). *La experiencia de leer*. Obtenido de <http://ww.latertuliadelagranja.com/sites/default/files/Lewis,%20C.S.%20-%20La%20experiencia%20de%20leer.pdf>
- Llutch, G. (2007). *Literatura infantil y juvenil y otras narrativas periféricas*. Obtenido de Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes: http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/literatura-infantil-y-juvenil-y-otras-narrativas-perifericas--0/html/e106d25c-b733-46a0-b159-c3122c27ae1b_2.html
- Lyons, M. (1998). Los nuevos lectores del siglo XX: mujeres, niños, obreros. En G. Cavallo, R. Chartier, & R. Bonfil, *Historia de la lectura en el mundo occidental* (págs. 473-517). Madrid, España: Taurus.
- Maeda, C., & Lomelí, M. (2017). Análisis de la relación que establecen las audiencias con los booktubers. *Virtualis*, 8(16), 99-123.
- Mainer, J. (2000). *Historia, literatura, y sociedad (y una coda española)*. Madrid, España: Biblioteca Nueva.
- Millán, P. (2018). *Book Tube como Estrategia de Comprensión Lectora en los Estudiantes de Tercer Grado del Colegio Nuevo Liceo Académico*. Obtenido de Pontificia Universidad Javeriana: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/39860/Trabajo%20de%20grado%20Pilar%20Mill%C3%A1n%20Mancipe%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Cultura de la República de Colombia. (2010). *Compendio de políticas culturales*. Bogotá : Ministerio de Cultura.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación . (s.f.). *Boletín trimestral de las TIC*.
- MinTIC. (2018). *Colombia llega a 30 millones de conexiones de banda ancha al cierre del 2017*. Obtenido de <https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-72774.html>
- Monroy, S., Gámez, C., & Pantoja, D. (14 de Septiembre de 2015). *Booktubers, los nuevos críticos literarios*. Obtenido de Agencia Central de Noticias: <http://acn.ucentral.co/aula-y-asfalto/a-fondo/1006-booktubers-los-nuevos-criticos-literarios>
- Navarro, M. (2014). *Conoce a los booktubers, los nuevos críticos literarios en línea*. Obtenido de Excelsior : <https://www.excelsior.com.mx/expresiones/2014/10/01/950074>

- Palou, N. (2014). *Mapa de cuánto se lee en distintos países del mundo*. Obtenido de <https://www.microsiervos.com/archivo/mundoreal/mapa-cuanto-lee-distintos-paises-mundo.html>
- Patry. (21 de enero de 2012). *Los juglares y la labor de entretenimiento en la Edad Media*. Obtenido de El ballet de las palabras: <http://elballetdelaspalabras.blogspot.com/2012/01/los-juglares-y-la-labor-de.html>
- Picquer, D. V. (1996). *Éxito de ventas y calidad literaria*. Madrid, España: Editorial Verbum.
- Plascencia, A. (2017). *'Booktubers', de la pantalla a los libros*. Obtenido de El País: https://elpais.com/cultura/2017/12/02/actualidad/1512237138_977398.html
- Polo, N. (2017). *Lector in vínculo. El best-seller como práctica y apropiación de lectura juvenil*. Obtenido de Pontificia Universidad Javeriana. [Trabajo de grado para optar por el título de Magíster en Comunicación]: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/36280>
- Poulain, M. (2004). Las encuestas sociológicas sobre la lectura. En B. Lahire, *Sociología de la Lectura* (págs. 17-49). Barcelona: Gedisa.
- Ramírez, E. (2005). Reseña. *Investigación Bibliotecológica*, 19(39).
- Reguillo, R. (2003). Las culturas juveniles: Un campo de estudio; breve agenda para la discusión. *Revista Brasileira de Educacao*, 103-118.
- Revista Dinero. (1999). *Internet en Colombia*. Obtenido de <https://www.dinero.com/columnistas/edicion-impres/a/articulo/internet-colombia/14243>
- Rey, G. (2018). *¿Cómo ha cambiado la forma de leer de los colombianos?* Obtenido de Periódico El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/cultura/musica-y-libros/analisis-de-la-encuesta-nacional-de-lectura-2017-que-revela-que-los-colombianos-leen-mas-206774>
- Rey, G., Melo, J., Vanegas, M., Uribe, R., & Jaramillo, B. (2001). *Hábitos de lectura y consumo de libros en Colombia*. Colombia: Fundalectura. Ministerio de Cultura. Ministerio de Educación. DANE, Cerlalc. Cámara Colombiana del Libro.
- Roig, I. (2016). Reseña de *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales. Virtualidad, educación y ciencia*, 7(13).
- Rojas, O. (2012). *¿Qué es un influencer?* Obtenido de Merca 2.0: <http://www.merca20.com/que-es-un-influencer/>
- Ruiz, R. (2014). *Booktubers, ¿Los nuevos críticos?* Obtenido de El País: https://elpais.com/cultura/2014/09/17/babelia/1410951299_715299.html

- Sánchez, C. (2014). *Prácticas de lectura en el aula: Orientaciones didácticas para docentes*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Educación Nacional.
- Silva, R., Bourdieu, P., & Chartier, R. (2011). La lectura: una práctica cultural. Debate entre Pierre Bourdieu y Roger Chartier. *Sociedad y economía*(4), 161-175.
- Soto, L. (2015). *Breve diccionario de nuevos términos para lectores despistados*. Obtenido de Revista Babar: <http://revistababar.com/wp/breve-diccionario-nuevos-terminos-lectores-despistados/>
- Tecnología e Informática. (2016). *Qué es un meme y cómo hacerlos*. Obtenido de <https://tecnologia-informatica.com/que-es-un-meme-como-hacerlos/>
- Tomasena, J. (2017). *Los videoblogueros literarios (booktubers): entre la cultura participativa y la cultura de la conectividad*. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad; Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Wiki Tribune. (s.f.). *Booktubers: «Influencers literarios»*. Obtenido de <https://es.wikitribune.com/wt/news/article/5749/>
- Wikipedia. (2018). *Goodreads*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Goodreads>
- Williams, R. (1997). Literatura, cultura. En *Marxismo y literatura* (págs. 59-70). Barcelona, Español: Editorial Península.
- Winocur, R. (2015). Prácticas tradicionales y emergentes de lectoescritura en jóvenes universitarios. En N. García, *Hacia una antropología de los lectores* (págs. 74-100). México: Fundación Telefónica.
- X3 Media. (s.f.). *¿Cuáles son las redes sociales más populares en Colombia?* Obtenido de <https://inbound-marketing.xtresmedia.com/blog/cuales-son-las-redes-sociales-mas-populares-en-colombia>

Anexos

Anexo 1. Glosario de términos

- Alternative Universe (AU)

“Universo alternativo: Consiste en recrear o modificar una historia con sus personajes originales trasladando la acción a un espacio/tiempo diferente al verdadero” (Soto, 2015, párr.10).

- *Angst*

“Relatos escritos por fans que indagan en el sufrimiento emocional de los protagonistas de sus obras preferidas”

- *Book haul*

“Repaso a todas las nuevas lecturas que han llegado a las manos del booktuber, ya sean compradas o regaladas” (Soto, 2015, párr.12).

- *Bookshelf tour*

“Repaso por las estanterías del autor del video. Suelen ser barridos de cámara en los que comenta en off algunos de los títulos preferidos de su biblioteca” (Soto, 2015, párr.13).

- *Book tag*

“Preguntas, juegos, pruebas, memes o retos literarios relacionados con los libros pensados para conocer con mayor profundidad determinados títulos” (Soto, 2015, párr.14).

- *Booktrailer*

Videos compuestos por secuencias (grabadas con o sin actores), ambientaciones musicales, imágenes fijas y todo tipo de efectos, parecidos a los que se realizan para promocionar las películas antes de su estreno. Con ellos se quiere llamar la atención del lector para que sienta interés por los aspectos más atractivos de las próximas novedades. También llamados bookmovies, suelen estar realizados por las editoriales responsables del libro o eBook. Podemos encontrar algunos de calidad consagrada en webs como bookmovies.tv. (Soto, 2015, párr.15)

- *Booknerd*

“Fan apasionado de los libros o friki literario. Suele ser aficionado a resolver tests sobre lecturas y test sobre estos” (Soto, 2015, párr.18).

- *Cosplay y cosplayers*

Contracción de Costume Play. Grupos de fans que usan elementos representativos, generalmente disfraces, de sus personajes preferidos de la literatura o el cómic (la mayor parte de las veces el

manga japonés). Es normal encontrar cosplayers en salones del cómic o festivales de literatura fantástica de cualquier ciudad. (Soto, 2015, párr.20)

- *Creepy*

“Historias oscuras y siniestras. Es un término muy vinculado a las Creepypastas, historias cortas o leyendas urbanas de terror que circulan por internet, escritas con todo tipo de recursos para impresionar o sorprender al lector” (Soto, 2015, párr.21).

- *Drabble*

“Obra literaria de ficción corta, en teoría de no más de 100 palabras, aunque se llama así a todas las de menos de 500 palabras” (Soto, 2015, párr.24).

- *Distopía*

Describen mundos imaginarios en los que las contradicciones de los discursos ideológicos son llevadas a sus consecuencias más extremas. Se inspiran en nuestra realidad actual y con las posibles consecuencias de los diferentes estilos sociales existentes (casi siempre sistemas injustos, desiguales y traumáticos). Es lo opuesto a la utopía. Actualmente es uno de los subgéneros más trabajados en la Literatura Juvenil. Tras el éxito que supusieron títulos como Los juegos del hambre, Divergente o, tiempo atrás, V de Vendetta, Bradbury Orwell y Huxley. (Soto, 2015, párr.25)

- *Document your life*

Videos sobre el día a día del booktuber³¹ en el que aparecen las lecturas del protagonista, pero también reflexiones sobre otras aficiones. Suelen ser clips editados en formato video musical, en donde las melodías de acompañamiento cobran especial protagonismo. (Soto, 2015, párr.26)

- *Fan*

“Relacionados con la palabra existen fanboy y fangirl. Seguidores de un determinado escritor/a o protagonista de novela, cómic, cuento... Casi siempre están vinculados con el coleccionismo e incluso rozan la obsesión” (Soto, 2015, párr.27).

- *Fandom*

La palabra está derivada de Fanatic Kingdom (Reino Fan). Webs o textos creados por grupos de aficionados a algún escritor o personaje, especialmente vinculado a la literatura fantástica. Cuando

³¹ En realidad, este término comenzó en la comunidad de YouTube.

desarrolla una serie de contenidos que mantienen un nexo con la obra original, y que pueden funcionar como mensaje publicitario, se habla de fanadvertising. (Soto, 2015, párr.28)

- *Fanfiction*

También llamados Fanfic o Fic, son relatos escritos por lectores fans, en los que se utilizan personajes, situaciones y ambientes descritos en la historia original, combinados con otros ideados por ellos, o se desarrollan nuevos papeles para los que aparecían en la obra inicial. (Soto, 2015, párr.29)

- *Freak*

Traducido al español como “friki”, es aquella persona extravagante, rara o seguidora incondicional de algún autor, género, título o personaje. El término ha evolucionado de su concepto inicial, se puede decir que incluso despectivo, convirtiéndose en un apelativo cariñoso. (Soto, 2015, párr.31)

- Farmaliteratura

“Creo interesante sumar este término, aunque no sea anglosajón, mediante el que se recogen todos aquellos títulos concebidos para explotar un tema “de actualidad” o que sondee en aspectos que tradicionalmente interesan a los adolescentes [...]” (Soto, 2015, párr.32).

- Goodreads

“Es una red social para lectores muy utilizada por los jóvenes, que permite reflexionar y realizar votaciones sobre todos los libros que se han leído, escribir reseñas o encontrar recomendaciones del resto de usuarios acordes a nuestros gustos personales” (Soto, 2015, párr.35)

- *Hangout*

Conexiones por video, en streaming y entre dos usuarios, a través de Google+. Son videollamadas como las que se realizan con otras herramientas como Skype. Son muy útiles para establecer conexiones entre un grupo de lectores y autores que viven en otro punto geográfico. El club de lectura juvenil Contenedor de Océanos, de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, fue uno de los primeros en utilizar esta modalidad, contactando con escritores e ilustradores como Verónica Murguía, Óscar T. Pérez o Ana Juan. También entre los booktubers se han celebrado conexiones en directo, simultaneando varios protagonistas, a ambos lados del océano. (Soto, 2015, párr.36)

- *Longseller*

Libro que se vende mucho, parece no pasar de moda y se mantiene en las librerías durante un periodo de tiempo más largo de lo habitual. Suelen ser de larga duración que sobreviven al tiempo y a las modas. Ejemplos notables son Noche de viernes, de Jordi Sierra i Fabra; Memorias de Idhún, de

Laura Gallego; El nombre de la rosa, de Umberto Eco o El Señor de los Anillos, de Tolkien. (Soto, 2015, párr.38)

- Meme literario

“Bromas virales sobre escritores, dibujantes, personajes ficticios u obras literarias que son difundidas por internet a través de redes sociales, blogs, emails... Pueden ser videos, imágenes retocadas, hashtags, frases [...]” (Soto, 2015, párr.39).

- *One-shot*

Obras literarias autoconclusivas (una palabra muy utilizada en el mundo del cómic y Manga que, sin embargo, no existe en la RAE), concebidas para ser consumidas una sola vez, sin posibilidad de continuación. Un fenómeno especialmente habitual en el comic book norteamericano y en el manga japonés. (Soto, 2015, párr.40)

- OTP

“Acrónimo de One True Pairing, podría traducirse como la pareja real. Se usa para describir esas combinaciones de protagonistas “destinadas a estar juntas”, los dúos favoritos de los fans y escritores. Este término está muy vinculado al shipping” (Soto, 2015, párr.41).

- Page-turner

“Con ella hacemos referencia a aquellas obras que producen adicción, textos que enganchan al lector de forma que no puede parar de leer hasta llegar a su capítulo final” (Soto, 2015, párr.42).

- *Potterhead*

O Potterico, es el fan total de la saga Harry Potter. Suelen tener todos los materiales editados sobre este personaje (películas, libros, pósters e incluso varitas...); en comunidades virtuales como Pottermore encontramos seguidores que además guían su vida a partir de algunos de los valores que se esbozan en la historia del pequeño mago. (Soto, 2015, párr.44)

- Point of View (POV)

Una clara influencia del mundo del videojuego. Literalmente significa Punto de vista. Obras en las que se explica una determinada situación a través de los ojos de uno de los personajes y puede combinarse con los de los otros. Una obra vampírica llamada crepúsculo y muy popular en la comunidad, que lo utiliza en su epílogo a la tercera parte. (Soto, 2015, párr.45)

- Precuela

Otro neologismo procedente del inglés, en este caso *prequel*, es una obra cuya historia se centra en los acontecimientos que se producen antes del relato inicial. Al igual que las secuelas, estas pueden o no basarse en la misma trama que la obra principal y explican los antecedentes que llevaron a los sucesos de la obra principal. (Soto, 2015, párr.46)

- *Retelling*

“Contar una novela, cómic o parte de una historia que nos ha impresionado, con nuestras propias palabras, en tono muy coloquial” (Soto, 2015, párr.48).

- *Ship o Shipping*

Implicación emocional o intelectual de los fans en un romance entre dos de los personajes que forman parte de una obra de ficción. Se trata de reflexiones grupales adscritas, generalmente, a las redes sociales. Dentro de las fantasiosas e hipotéticas parejas que los seguidores imaginan, encontramos algunas incluso sugeridas por el propio escritor, otras imposibles pero deseadas por los fans, y muchas a veces con finalidad humorística. Los lectores shippers suelen ser aficionados a la literatura romántica y fantasía. (Soto, 2015, párr.49)

- Side-Story (historia paralela)

Pueden ser o no Fanfics creados a partir de personajes originales de un autor. En ellos cuentan su propia historia y aspectos sobre las relaciones con el resto de protagonistas. Su función generalmente es explicar detalles que no quedan aclarados en la novela o cómic. (Soto, 2015, párr.50)

- *Spin off*

“Fenómeno muy popular entre las series de televisión. Consiste en la iniciación de una nueva ficción protagonizada por personajes ya conocidos por participar en otra anterior” (Soto, 2015, párr.51).

- *Spoiler*

“Se puede traducirse como “echar a perder”, “estropear” o “destripar” y se utiliza para dar un dato no deseado de la obra” (Soto, 2015, párr.52).

- *Tags*

Palabras que se asigna para favorecer la localización de contenidos relacionados a través del navegador. Por ejemplo, si realizamos un comentario sobre *La isla misteriosa*, podemos asignar

como tags “Stevenson”, “Isla misteriosa”, “Clásicos” o “Jim Hawkins” (el protagonista). No es necesario acentuar las palabras que utilicemos. (Soto, 2015, párr.53).

- TBR (To Be Read) o Wishlist

Son todas aquellas lecturas que componen nuestra lista de deseos o wishlist, las que tenemos pendientes de leer y acumulamos en la estantería. De esta forma motivamos a otros lectores a curiosear e interesarse por los mismos títulos que hemos seleccionado como “próximas novelas”. (Soto, 2015, párr.54)

- *Twist ending*

“Giros argumentales inesperados en libros o películas. Habitualmente se insertan en la parte final de la obra. Sinónimo de este término es plotwist” (Soto, 2015, párr.55).

- *Unboxing*

Otra actividad de los booktubers que consiste en abrir una caja repleta de novedades frente a la cámara. Sobre cada libro se realiza una breve presentación o reflexión, ya que casi siempre son títulos que el lector ha solicitado o esperaba ansiosamente. (Soto, 2015, párr.53).

- Vlog y vlogger (con v)

“A diferencia del vlog y de los bloggers (con b), estos términos hacen referencia a las bitácoras virtuales compuestas exclusivamente de vídeos, con escasa información escrita, y las personas que escriben, graban y protagonizan esos clips” (Soto, 2015, párr.54).

- Wattpad

“Una de la aplicación por la que la comunidad de lectores adolescentes pueden descargar novelas de autores inéditos, historias Fanfic e incluso compartir sus primeras obras con otra gente de su misma edad, si son aficionados a la escritura” (Soto, 2015, párr.55).

- *Wrap Up*

“Se utiliza para denominar aquellos libros leídos en un mes por el gestor de los vídeos. Habitualmente se realiza una enumeración de los mismos junto con una breve reseña mientras aparecen en pantalla” (Soto, 2015, párr.57).

Anexo 2. Perfiles de *booktubers* analizados

Nombre	Edad	Educación	Canal	Número de suscriptores	Género que recomiendan	que Estilo de videos	de País
Raiza Revelles	26	Graduada de negocios internacionales.	raizarevelles99	1 302 664	Literatura juvenil	Reseñas, book tags, book hauls y wrap up.	México
Fátima Orozco	24	Estudiante de literatura.	Las Palabras de Fa	342 572	Clásicos, literatura juvenil.	Reseñas, book tags	México
Claudia Ramírez	27	Magíster en comunicación.	ClauReadsBooks	262 057	Literatura juvenil, literatura de fantasía.	Reseñas, book tags, book hauls y wrap up.	México
Lucia Beltrán	24	Profesional comunicación social y periodismo.	La mona soy yo	179 809	Literatura infantil, novelas gráficas, cuentos.	Reseñas, book tags, book hauls y wrap up.	Colombia
Juliana Zapata	30	Profesional en ingeniería informática especialista en seguridad informática.	Juliana Zapata	65 890	Literatura juvenil, novela gráfica.	Reseñas, book tags, book hauls y wrap up.	Colombia

Isabella Cantos	25	Profesional comunicación social y periodismo.	Crónicas de una merodeadora	56 130	Literatura juvenil, cuentos, novelas de misterio, policial	Reseñas, book tags, book hauls y wrap up.	Colombia
Diana Santamaría	29	Profesional artes plásticas y lenguas modernas.	Kyoko Swords	17 000	Literatura infantil, novelas gráficas, cuentos.	Reseñas, book tags, book hauls y wrap up.	Colombia