



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA METROPOLITANA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA

**USO DE LAS REDES SOCIALES YOUTUBE, INSTAGRAM Y TIKTOK COMO
ESTRATEGIA DE FOMENTO LECTOR EN CHILE**

TRABAJO DE TITULACIÓN PARA OPTAR AL
TÍTULO DE BIBLIOTECARIO DOCUMENTALISTA

AUTORES:
GUTIÉRREZ NAVARRETE, ANDREA
REYES VIDELA, IRENE

PROFESORA GUÍA:
FLORES FERNANDEZ, CHERIE

PROFESOR INFORMANTE:
OYARZÚN SARDI, GONZALO

SANTIAGO - CHILE
2022

DERECHO DE AUTOR

Autorización para la Reproducción del Trabajo de Titulación

1. Identificación del trabajo de titulación

Nombre del alumno: Andrea Damari Gutiérrez Navarrete

Título de la tesis: Uso de redes sociales Youtube, Instagram y Tiktok como estrategia de fomento lector en Chile

Escuela: Escuela de Bibliotecología

Carrera o programa: Bibliotecología y Documentación

Título al que opta: Bibliotecario Documentalista

2. Autorización de Reproducción (seleccione una opción)

a) Este trabajo de titulación no puede reproducirse o transmitirse bajo ninguna forma o por ningún medio o procedimiento, sin permiso escrito del(os) autor(es), exceptuando la cita bibliográfica, resumen y metadatos que acreditan al trabajo y a su(s) autor(es).

Fecha: _____ Firma: _____

b) Se autoriza la reproducción total o parcial de este trabajo de titulación, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica que acredita al trabajo y a su autor. En consideración a lo anterior, se autoriza su reproducción de forma (marque con una X):

<input checked="" type="checkbox"/>	Inmediata
<input type="checkbox"/>	A partir de la siguiente fecha: _____ (mes/año)

Fecha: 07-03-2023 Firma: Andrea h.

Esta autorización se otorga en el marco de la ley N°17.336 sobre Propiedad Intelectual, con carácter gratuito y no exclusivo para la Institución.

DERECHO DE AUTOR

Autorización para la Reproducción del Trabajo de Titulación

1. Identificación del trabajo de titulación

Nombre del alumno: Irene Francisca de los Ángeles Reyes Videla

Título de la tesis: Uso de redes sociales: e, Instagram y Tiktok como estrategia de fomento lector en Chile

Escuela: Escuela de Bibliotecología

Carrera o programa: Bibliotecología y Documentación

Título al que opta: Bibliotecario Documentalista

2. Autorización de Reproducción (seleccione una opción)

a) Este trabajo de titulación no puede reproducirse o transmitirse bajo ninguna forma o por ningún medio o procedimiento, sin permiso escrito del(os) autor(es), exceptuando la cita bibliográfica, resumen y metadatos que acreditan al trabajo y a su(s) autor(es).

Fecha: _____ Firma: _____

b) Se autoriza la reproducción total o parcial de este trabajo de titulación, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica que acredita al trabajo y a su autor. En consideración a lo anterior, se autoriza su reproducción de forma (marque con una X):

<input checked="" type="checkbox"/>	Inmediata
<input type="checkbox"/>	A partir de la siguiente fecha: _____ (mes/año)

Fecha: 08/03/2023 _____ Firma: 

Esta autorización se otorga en el marco de la ley N°17.336 sobre Propiedad Intelectual, con carácter gratuito y no exclusivo para la Institución.

NOTA OBTENIDA: 6.6

Firma y timbre autoridad
responsable

DEDICATORIAS

“Agradezco, en primer lugar, a mi mamá, que siempre me animó a estudiar lo que yo quisiera sin miedo de encontrar la felicidad, gracias por tu cariño y tu amor incondicional. Agradezco a mi papá, que ya no se encuentra conmigo, gracias por enseñarme a esforzarme y no sentir vergüenza por cosas pequeñas. Agradezco a mi hermano Joaquín, gracias por tu cariño y confianza.

Agradezco a mi pareja, Eduardo, que me ha apoyado incondicionalmente cada vez que los estudios me han hecho sentir ansiosa o estresada.

Y finalmente agradezco a mi compañera Irene, con la cual estoy cerrando este ciclo importante para convertirme en profesional, gracias por aguantarme”

Andrea Gutiérrez

“Agradezco el apoyo incondicional de mi familia, el inculcarme la necesidad del conocimiento e impulsarme a lograr mis objetivos.

Agradezco a las profesoras y profesores que me han entregado sus saberes y agradezco a Andrea que ha sido una excelente compañera en este proceso final de la carrera”

Irene Reyes

AGRADECIMIENTOS

“Agradecemos a todos los profesores que nos guiaron en nuestro camino de formación profesional, en especial a nuestra profesora guía Cherie Flores, que tuvo la disposición de ayudarnos a que esta investigación fuese entregada en las mejores condiciones.”

Andrea Gutiérrez

Irene Reyes

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
1. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.1 Problema de investigación	4
1.2 Preguntas de investigación	5
1.3 Justificación	5
1.4 Objetivos	8
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1 Fomento Lector	9
2.1.1 Estrategias de fomento lector	11
2.1.2 Fomento lector en Chile	13
2.1.2.1 Políticas públicas de fomento lector	15
2.2 Lectura en la adolescencia	17
2.2.1 La importancia de leer en la adolescencia	18
2.2.2 Hábitos de lectura en jóvenes	20
2.2.2.1 Literatura juvenil	21
2.2.2.2 Sagas juveniles	23
2.2.3 Nuevas formas de leer y escribir: Fanfiction	25
2.3 Fomento lector en redes sociales	26
2.3.1 Booktube	27
2.3.1.1 Booktube en Chile	35
2.3.2 Bookstagram	45
2.3.2.1 Bookstagram en Chile	46
2.3.3 Booktook	49
2.3.3.1 Booktook en Chile	51
3. MARCO METODOLÓGICO	53
3.1 Enfoque metodológico	53
3.2 Tipo de estudio	53
3.3 Universo y muestra	54
3.3.1 Criterios muestrales	55
3.4 Instrumento de recolección de datos	55
3.5 Aspectos éticos	56
3.6 Fases de la investigación	56
4. ANÁLISIS Y RESULTADOS	58
4.1 Contenido	58

4.2	Fomento lector en redes sociales	60
4.3	Caracterización de creadores de contenido	62
4.4	Creadores de contenido/influencers en redes sociales	63
4.5	Creadores de contenido literario y colaboraciones con bibliotecas públicas	65
4.5.1	Lectura mediada en los colegios	68
4.5.2	Librerías/editoriales y colaboraciones	70
4.5.3	Poco acceso a las bibliotecas	71
	CONCLUSIONES	73
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76
	ANEXOS	85

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 – Booktuber Christine Riccio	36
Ilustración 2- Booktuber Jesse George	36
Ilustración 3- Booktuber Sasha Alsberg	37
Ilustración 4 - Booktuber Hannah	37
Ilustración 5 - Booktuber Fa Orozco	38
Ilustración 6 - Booktuber Claudia Ramírez	38
Ilustración 7 - Booktuber Sebastián García	39
Ilustración 8 - A Clockwork Reader	40
Ilustración 9- Comunidad en Booktube	41
Ilustración 10 - Booktube en el aprendizaje	43
Ilustración 11 - Concurso Nacional de Booktubers y Bookstagrammers	44
Ilustración 12- Booktube Ricardo Carrión	44
Ilustración 13 - Booktube Pía Andrea	45
Ilustración 14 - Bulldog de papel	46
Ilustración 15 - Booktube Valentina Gutiérrez	47
Ilustración 16 - Booktuber Angie	48
Ilustración 17 - Booktuber Francisca Urriola	49
Ilustración 18 - Booktuber Jonatan Araya	50
Ilustración 19 - Booktuber Natu Figueroa	51
Ilustración 20 - Bookstagram	52
Ilustración 21 - Bookstagram en Chile	54
Ilustración 22 - Bookstagrammers chilenas	55
Ilustración 23 - Tik Tok	57
Ilustración 24 - Booktok en Chile	58
Ilustración 25 - Booktoker @lectores_constantes	59

RESUMEN

La presente investigación sobre uso de redes sociales como estrategia de fomento lector en Chile (Youtube, Instagram y Tiktok); analiza y caracteriza el contenido sobre fomento lector que existe en estas, a los creadores de contenido, y también identifica colaboraciones con bibliotecas públicas. Para un óptimo desarrollo del hábito lector, es necesario sacar provecho de las redes sociales, las cuales son parte importante de la vida diaria de la juventud chilena y presentan plataformas interactivas entre creadores de contenido y seguidores. En el proceso se revisó la literatura sobre el tema y se entrevistó a seis creadores de contenido, el análisis determinó el impacto del fomento lector en redes sociales. Se recomienda que las bibliotecas públicas chilenas trabajen con creadores de contenido en este tipo de prácticas para promocionar la lectura.

Palabras clave: Fomento lector, Fomento lector en jóvenes, Booktube, Booktook, Bookstagram, Chile.

ABSTRACT

The current investigation on the use of social networks as a reading promotion strategy in Chile (Youtube, Instagram and Tiktok); analyzes and characterizes the content on reading promotion that exists in the media, the content creators, and also identifies collaborations with public libraries. For an optimal development of the reading habit, it is necessary to take advantage of the social media, which are an important part of the daily life of Chilean young people and show interactive platforms between content creators and followers. In the process, the literature on the subject was reviewed and six content creators were interviewed, the analysis determined the impact of reading promotion on social media. It is recommended that Chilean public libraries work with content creators in this type of practice to promote reading.

Keywords: reading promotion, reading promotion in young people, Booktube, Booktook, Bookstagram, Chile.

INTRODUCCIÓN

El fomento lector es la promoción de lectura a través de estrategias enfocadas a un grupo de personas específico. Las redes sociales como Instagram, Tiktok y Youtube son utilizadas por diferentes creadores de contenido, entre ellos, están los que se dedican a la creación de material dedicado a la literatura, estos canales de comunicación son utilizados como una herramienta que les permite promocionar la lectura. Estas tres redes sociales a analizar prestan servicios audiovisuales diferentes, “Youtube es una plataforma digital que ha sido diseñada para alojar vídeos que los usuarios puedan consumir cuando les apetezca. Además, a través de ella también puedes emitir vídeos en directo y grabarlos para compartirlos posteriormente” (Facchin, 2022). Esta plataforma permite monetizar a creadores de contenido sus videos a través de la cantidad de visualizaciones y seguidores que alcanzan, el contenido literario de esta red social a analizar se caracteriza por ser de una duración sobre los 10 minutos.

Para definir Instagram se puede dividir su nombre, Insta hace referencia a instantes y Gram por telegramas “Los principales usos de Instagram son compartir fotografías y vídeos con amigos, familiares o seguidores en general. Esta red es puramente visual, por lo que se da mucha importancia a la calidad del contenido que subas” (Márquez, 2021). el contenido lector que habita en esta red social se caracteriza por seguir paletas de colores, la aplicación de celular contiene filtros, los videos en formato de reels que pueden ser de un máximo de 90 segundos y las historias que duran 24 horas pueden alcanzar los 60 segundos, también se puede alojar fotografías, este espacio permite reseñar o mostrar breves fragmentos de opiniones sobre libros.

Tiktok es la plataforma con menos tiempo de vida de estas tres “Creada por la firma china de tecnología ByteDance, es una app de redes sociales que permite grabar, editar y compartir videos cortos (desde un segundo y hasta diez minutos) en loop y con la posibilidad de añadir fondos musicales, efectos de sonido y filtros o efectos visuales” (Santos, 2021). El mencionado loop mediante algoritmos muestra contenido llamado por la plataforma *Para ti* lo que genera que a las personas que visualizan contenido sobre lectura les sugiera en un futuro más de este tipo.

Estas plataformas son un servicio integrado por diferentes edades, un segmento fiel a pertenecer en ellas son las personas jóvenes.

Los jóvenes son los agentes activos de las redes sociales, los cuales crean y consumen contenido en diferentes plataformas, dando espacio a canales de comunicación para el debate, el aprendizaje, el ocio, e incluso la formación de la identidad de una persona. Por lo tanto, en una era digital donde los jóvenes consumen contenido en redes sociales durante horas, es importante e interesante plantear estas plataformas como un medio de ayuda para fomentar la lectura. Petrel y otros autores (2018) afirman que el fomento lector en redes sociales es altamente relevante como objeto de análisis, esto debido a que el fomento lector es imprescindible en la formación de generaciones futuras, y así mismo, en la educación e instituciones públicas.

Esta investigación tuvo como objetivo analizar el contenido dedicado al fomento lector en las redes sociales Youtube, Instagram y Tik Tok en Chile, con el fin de caracterizar el contenido y a los creadores de éstos, así como también, identificar colaboración entre creadores de contenido de fomento lector en redes sociales y bibliotecas.

El trabajo de investigación está organizado en cinco capítulos, los cuales fueron desarrollados de la siguiente manera: En el capítulo uno se aborda la contextualización de la investigación, que incluye el problema de investigación, las preguntas de investigación que se buscan responder, la justificación del estudio, el objetivo general y los objetivos de éste.

En el capítulo dos se presenta el marco teórico, el cual cuenta con tres subcapítulos: el primero trata fomento lector, estrategias y fomento lector en Chile; el segundo aborda la lectura en la adolescencia, su importancia y los hábitos y conductas de lectura en los jóvenes; el tercero presenta el fomento lector en redes sociales Youtube, Instagram y Tik Tok. El capítulo cuatro presenta los resultados obtenidos a partir de las entrevistas realizadas a los creadores de contenido de las plataformas señaladas anteriormente, mientras que el capítulo cinco muestra las conclusiones del trabajo realizado.

1. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Problema de investigación

El fomento lector a través de redes sociales es un fenómeno que ha surgido con la popularización de las tecnologías de la información y web 2.0, se caracteriza principalmente por la recomendación de obras literarias a través de diferentes redes sociales como Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, entre otros. “El empleo de las redes sociales para la creación de clubs de lectura es considerado como una vía para mejorar la lectura, la escritura, el uso de la tecnología y las habilidades de pensamiento crítico” (James, 2003).

Lo característico del fomento lector en redes sociales es la interacción que existe en la comunidad lectora y el alcance que tienen las redes sociales, donde el contenido se disemina con rapidez y de forma deliberada, por lo tanto, las redes sociales son vistas como espacios de libre acceso en donde cualquier persona puede consumir contenido referente a la literatura. Hammoudi (2018) afirma que vivimos en una era digital donde un número sustancial de personas aprovecha las redes sociales para expresar y explorar su interés en los libros y diferentes autores. Dentro de la misma línea, “la inclusión de la lectura en el mapa de la red social permite un acercamiento a autores conocidos y otros que se encuentran en una situación marginal o por fuera de los carriles de la industria cultural” (Secul y Viñas, 2015, p. 35).

Muchas bibliotecas, instituciones o personas que se dedican al fomento lector no saben cómo utilizar las redes sociales para dicha tarea, ni tampoco como evaluar la eficiencia de las redes y su contenido. Esta investigación pretende ser de ayuda para la comprensión de la utilidad de este tipo de contenido, tanto a través de la revisión de literatura, como del análisis del fomento lector en redes sociales en Chile.

1.2 Preguntas de investigación

¿Cómo se realiza fomento lector a través de las redes sociales Youtube, Instagram y Tiktok en Chile?

1.3 Justificación

Desde el año 2001 aproximadamente, la sociedad ha reemplazado el uso de aparatos de escritorio tradicionales por aplicaciones que funcionan a través de la web y están enfocadas en el usuario, a este fenómeno se le llama web 2.0 y es un efecto de la burbuja tecnológica en la que vivimos.

En la actualidad cuando se habla de web 2.0 se está haciendo referencia al uso de determinadas tecnologías (ajax, mashups, software social, RSS) y a la aplicación de una determinada actitud en el diseño de servicios web basada en los principios citados. (Margaix, 2007)

Por lo tanto, cuando se habla de web 2.0 principalmente se habla sobre bases de datos y redes sociales.

Las redes sociales tienen un papel protagónico en el diario vivir de las personas, esto debido a que actualmente vivimos en la era de la información. “Justamente se entiende como sociedad de la información aquella en la cual las tecnologías que facilitan la creación, distribución y manipulación de la información juegan un papel esencial en las actividades sociales, culturales y económicas” (Monteblanco, 2015). Las redes sociales son el medio de interacción en la sociedad de la información, las cuales funcionan como conexión de todos los medios digitales interactivos y la morfología social actual que representa la web 2.0.

Según un estudio del Target Group Index de Kantar Ibope Media, Instagram y Tiktok son dos de las redes sociales más utilizadas actualmente por los chilenos junto con Facebook y Twitter, así mismo, según Statista, Youtube acumuló alrededor del 28,6% de todas las visitas a redes sociales desde computadoras de escritorio en Chile, mientras que Facebook representó aproximadamente el 27,3% de las mismas en el país sudamericano.

Las redes sociales no solo se utilizan para el ocio, puesto que como se mencionó anteriormente, son parte inevitable del progreso social, cultural y económico, y si a esto se le suma el choque generacional, es inevitable que se formen comunidades y espacios seguros y/o de afinidad en el internet. En Chile existe una pequeña comunidad de lectores en la web, sin embargo, no se ha analizado de forma detenida el contenido que existe sobre fomento lector en estas plataformas, a pesar de que existe una evidente importancia y conexión entre el fomento lector, el influencer y el lector.

Los libros son parte importante del núcleo cultural en la sociedad, puesto que en ellos está escrita la historia, los pensamientos y la imaginación de miles de autores, pero también, son herramientas para la instrucción y objetos de consumo. En plena sociedad de la información y aun con los constantes cambios, el libro y la lectura siguen siendo vehículos esenciales de conocimiento, desarrollo social e individual.

Debido a los cambios generacionales se tiende a pensar que la gente joven no lee o que las nuevas tecnologías empobrecen el lenguaje, pero estas afirmaciones están alejadas de la realidad. “El chat y servicios similares le dan a la escritura una dimensión espacio-temporal marcada por la inmediatez en la transmisión de los textos que impele a reproducir, al escribir, el ritmo de una

conversación” (Levis, 2009). Por lo tanto, el lenguaje se adapta a las redes sociales y de esta misma forma, el libro.

A pesar de la expansión sin precedentes de la cultura audiovisual, la lectura y la escritura continúan siendo el eje de medios masivos como la radio, la televisión, el cine y la Internet, y el libro sigue siendo el principal medio de transferencia del conocimiento. (Salas, 2010, p.3)

Por lo tanto, en la actual sociedad de la información, las redes sociales representan una oportunidad importante para todo aquel que se quiera dedicar al fomento lector, ya que observar y analizar cómo funciona y se mueve su contenido puede servir como instructivo o guía para futuros planes de fomento lector en redes sociales. Los contenidos editoriales promocionados por booktubers se incorporan al fomento de la lectura, al generar que las y los lectores juveniles intercambien opiniones de sus lecturas con sus pares, esto demuestra que la juventud actual lee mucho más (Rovira, J. 2016). La lectura recomendada en estas comunidades es social, segura, con fines recreativos y hay reseñas sobre diferentes géneros y para todos los gustos.

“Se prevé que la homofilia o afinidad espacial, propuesta por diversos autores, es uno de los motivos prioritarios que invitan a examinar atentamente esta relación de afinidad lectora existente entre booktuber y seguidor” (Verdú, Pulido, y Franco, 2019). La existencia de espacios de afinidad literaria se da principalmente porque el creador de contenido funciona como un mediador entre el libro y la comunidad lectora, en donde los jóvenes tienen abierta la puerta para descubrir y expresarse libremente sobre literatura.

Esta investigación busca generar un análisis de contenido sobre uso de redes sociales como estrategia de fomento lector en Chile, el propósito es captar su nivel de efectividad en las comunidades, además del impacto que trae a lectores, editoriales, influencers y autores. Se torna necesario sacar de la informalidad estos mecanismos que en los últimos años han ganado terreno, que suman a más adeptos y quitar el prejuicio de que cada vez se lee menos.

1.4 Objetivos

Objetivo General: Analizar el contenido dedicado al fomento lector en redes sociales en Chile: Youtube, Instagram y Tiktok.

Objetivo específico 1: Caracterizar el contenido sobre fomento lector en redes sociales (Youtube, Instagram, Tiktok)

Objetivo específico 2: Caracterizar a los creadores de contenido de Youtube, Instagram y Tiktok.

Objetivo específico 3: Identificar colaboración entre creadores de contenido de fomento lector en redes sociales y bibliotecas.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Fomento Lector

Se entiende por fomento lector, la promoción y creación de circunstancias que incentiven la lectura de múltiples formas y con diferentes propósitos, en circunstancias que no necesariamente esta sea una obligación para dar solución a una tarea, sino también como una práctica recreativa y estimuladora.

La promoción a la lectura se le denomina como aquellas actividades/acciones o conjunto de acciones que promueven la lectura en lugares o momentos en que no es habitual, y fundamentalmente, consiste en todas las acciones tendientes a la formación de lectores de calidad (Viñas, 2015, p.69).

La lectura es una herramienta indispensable para iniciar y acompañar todos los procesos educativos y de entendimiento a lo largo de la vida de las personas, el cual está incorporado en las políticas públicas a nivel mundial, cada país presenta diferentes desafíos dependiendo del nivel educacional de su población y del nivel de interés en la lectura que estos alcanzan. Petit (2015) afirma que la lectura es una actividad irremplazable y es mucho más que un simple goce y/o actividad pedagógica, sino que trae ideas, sugiere acercamientos insólitos, inspira y despierta.

La lectura es un aprendizaje que abre las puertas al conocimiento, a la entretención, a la conexión con los sentimientos y cómo interpretarlos, a descubrir nuevas situaciones y opiniones, a tener un contexto bajo los criterios deseados de la historia mundial y del país que se habita. Permite interpretar la información que se adquiere y tomar una postura ante esta. “El lector es un mago que se saca de la manga escritural: mundos, sentimientos, pensamientos, territorios densos que entregan –y doblegan- el silencio” (Wong, 2005, p.2).

La lectura permite la abstracción en aquel momento del presente y entrar al mundo relatado por el texto, otorgando a la persona instantes de nuevas vivencias. Es una práctica la cual logra aportar a la construcción de identidades individuales y también colectivas, capaz de estimular la capacidad crítica de las personas ante factores de la vida como lo son las vivencias personales, resolución de problemas, posturas ante situaciones sociopolíticas, entre otras.

No cabe duda de que la lectura constituye el camino de acceso a la información, al conocimiento y a la libertad de la persona, configurándose como la herramienta más sustancial para el desarrollo de la personalidad y el éxito en la educación. Por ello, el dominio de esta destreza es esencial tanto para afrontar las diversas etapas educativas como para la socialización y desenvolvimiento en la vida cotidiana (Ezquerro, 2016, p.6)

Consiguiente a lo mencionado, se podría afirmar que el fomento lector tiene como objetivo a corto plazo crear interés y un hábito lector, el cual convertirá a la persona en un/a lector/a competente a largo plazo. Cuando se habla de hábito lector se hace referencia a la costumbre o práctica de leer frecuentemente, de manera permanente y eficiente.

Un lector competente es aquel sujeto capaz de leer con precisión y rapidez, alguien que ha desarrollado un conjunto de habilidades y destrezas que le permiten interpretar los textos que lee y, por consiguiente, interactuar con ellos, manipularlos y transformarlos en función de una situación o contexto personal. La responsabilidad de las escuelas e institutos es, precisamente, ésa. No la de hacer lectores a secas, sino la de hacer lectores competentes. (Moreno, 2011, p.33).

Es imperante que exista el compromiso de entregar estas competencias de parte de educadores y espacios dedicados a la lectura, estimulando los diversos intereses que poseen las personas, para que a posterioridad se pueda utilizar como una herramienta para lograr metas propuestas.

Según (Laličić y Dubravac) el hábito lector inicia al principio de la etapa escolar pero permanece a lo largo de toda la vida de las personas, es la herramienta básica del aprendizaje y es reconocida como la capacidad más estable y duradera después del idioma. Por lo tanto, el fomento de la lectura es propicio y necesario para crear un hábito lector apropiado que brinde autonomía al lector y lo convierta en un lector competente y que logre dar el paso a lecturas que le aporten a sus intereses personales y/o a integrarse a comunidades lectoras en donde la absorción de conocimiento es con un fin colectivo para la posterior discusión del tema en común.

Por lo tanto, el fomento lector es la clave para una sociedad con lectores competentes y autónomos, para entender más a fondo cómo se logran inculcar estas habilidades es menester indagar en las estrategias de fomento lector.

2.1.1 Estrategias de fomento lector

Al hacer referencia del fomento lector se le da especial importancia al goce de la lectura, Según Clark y Rumbold (2006) leer por placer proporciona beneficios que inculcan afecto hacia esta actividad siendo un hábito que permanecerá durante toda la vida.

El goce es atribuido al aprendizaje y el descubrimiento que el lector experimenta en la lectura, por lo tanto, las estrategias de fomento lector buscan establecer goce como una estrategia o recurso para crear un camino lector.

Las actividades de animación a la lectura mayoritariamente están dedicadas a niños y niñas, lo más común es la realización de talleres, los cuales pueden ser estructurados de diferentes formas y dependen de la creatividad de un mediador y/o animador, el cual deberá llevar el taller de forma entretenida, lúdica y no impuesta, según Chávez (2015) la magia del acto de leer debe ser llevada a cabo de una manera voluntaria, con un sentimiento de fascinación y de gozo.

La lectura implica diferentes facetas y una relación progresiva con el texto, y al ser una actividad que se espera que se ejecute desde el goce, una de las estrategias que fomentan la lectura es el leer y consumir contenido que incita a adquirir el conocimiento que entregan los libros que está presente en redes sociales.

En cuanto a los receptores de las creaciones dedicadas al fomento lector son personas de todas las edades, con diferentes gustos y necesidades, estas son parte de las políticas de gobierno de la mayoría de los países, ya sea a través de su incorporación a los programas educacionales o en bibliotecas, esta inversión existe debido a que la lectura es un camino para construir sociedades más educadas, pacíficas y desarrolladas. A quienes estos esfuerzos van más dirigidos son a niños, niñas y adolescentes, ya que es el mejor momento para inculcar la costumbre de leer, para esto hay que adaptarse a quienes se quiere llegar, incorporando las TIC que son muy utilizadas por las generaciones nacidas en la era digital, las cuales están incorporadas en la Agenda 2030 de Naciones Unidas como un conocimiento necesario para el desarrollo sostenible presente en el objetivo cuatro destinado a proponer acciones para una educación de calidad pretendiendo que exista una “Proporción de jóvenes y adultos con competencias en tecnología de la información y las comunicaciones (TIC)”. La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, 2018, p. 28). [Naciones Unidas].

Según Palacios (2015), las estrategias relacionadas a la lectura se dan: previo a esta que es el aspecto visual, título y palabras descriptoras del texto; durante, en donde se toman anotaciones, se selecciona lo relevante y se vuelve a leer; por último, está la etapa posterior en donde se jerarquiza seleccionando lo relevante de la información, resumir, resolver preguntas y respuestas, y organizar el contenido.

2.1.2 Fomento lector en Chile

Existe un plan nacional de fomento a la lectura *Lee Chile Lee* el cual se inició en el año 2011, en este, se muestra énfasis en el fomento lector desde temprana edad y especial importancia a las bibliotecas públicas y escolares como agentes encargados de la tarea de fomentar la lectura, se indica en este:

La biblioteca es un componente fundamental dentro de la escuela. Consiste en una colección organizada de diversos materiales, administrada por personal calificado, para que preste un servicio de apoyo y respaldo al proceso de enseñanza y aprendizaje que se lleva a cabo en el establecimiento. (Ministerio de Educación, 2011, p.33)

En el mismo año 2011, por una iniciativa impulsada por el Consejo de la Cultura a través del plan de fomento a la lectura “Lee Chile Lee”, se realizó un estudio de comportamiento lector que indicó que el 84% de los chilenos no comprende adecuadamente lo que lee. La investigación también arrojó como resultado que las personas entre 15 y 34 años tienen mejor comprensión lectora que los de 35 a 65 años. Un dato importante es que un 41% de las personas declara leer el diario en formato impreso de manera frecuente, un 36% de manera ocasional,

mientras un 24% se autodefine como no lector de diarios. Es decir, la mayoría de los lectores en Chile, son gente joven que lee por gusto y/u ocio.

El Programa para la evaluación internacional de competencias de adultos (PIAAC por sus siglas en inglés) (2016) comparó a Chile con otros países de la OCDE y los resultados arrojaron que las habilidades cognitivas hacia la comprensión lectora y el razonamiento matemático están bajo el promedio. Evidentemente, las cifras sobre comprensión lectora son preocupantes, puesto que no se está cumpliendo el objetivo principal del fomento lector, que es crear lectores competentes y asiduos.

El Ministerio de educación y la División Educación General (DEG) publicó un documento en el año 2020 sobre fomento lector llamado *Formando Comunidades Lectoras*, en el cual se entregan lineamientos teóricos y prácticos para llevar adelante el plan lector de una organización educacional. En este se indica que:

La práctica de lectura para que se sostenga más allá de la institución educativa, esto es, tanto fuera de las aulas y paredes escolares, como una vez terminada la Educación Media, tiene muchas más probabilidades de lograrse si se concibe como una práctica social de la comunidad educativa completa en la que participan todos los actores que la componen: estudiantes, padres, madres y apoderados, docentes, directivos, responsables de biblioteca, entre otros. (Ministerio de Educación. 2020, p.124)

Este documento hace referencia a la Encuesta de Percepción de la Lectura en Educación Media realizada por el MINEDUC en agosto de 2019, en donde señala que los jóvenes piden que los profesores tomen en consideración sus gustos y

preferencias a la hora escoger lecturas, es decir, que escojan literatura que pueda formar un hábito lector desde el goce y no solo por obligación.

2.1.2.1 Políticas públicas de fomento lector

Según la Ley del Libro 19.227 del año 1993, el Sistema Nacional de Evaluación (SIMCE) es el que refleja los resultados en cuanto el aprendizaje en habilidades de lectura y otras, de estudiantes de diferentes ciclos escolares. Debido a la pandemia por COVID-19, los años 2020 y 2021 se cambiaron por el Diagnóstico Integral de Aprendizajes. En sus resultados del año 2021, este revela que los/as estudiantes del ciclo 2° a 4° básico presentan la mejor evaluación a nivel nacional en el área de aprendizaje de lectura que fluctúan entre el 80% y 86% de logro esperado, mientras que, desde 6° básico los resultados comienzan a descender, presentando un 59% de los logros esperados. En el caso de la estadística en 3° medio, el porcentaje de logros esperados obtenidos es de 48%. La efectividad desciende en los niveles posteriores a los ciclos con mejores resultados. En los primeros años de la enseñanza formal, la literatura infantil es bien recibida por el segmento al que se dedica, pero no se logra conquistar a estudiantes de educación media, dejando ver que es necesario incorporar otras estrategias y contenido que despierte el interés por la lectura.

Bajo el alero de la Ley del Libro ya mencionada se designa a la ex DIBAM, actualmente Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio a recibir presupuesto y destinarlo a través del Fondo Nacional de Fomento del Libro, que actúa en el financiamiento de creación e implementación de bibliotecas públicas, fondos concursables enfocados en actividades e instrumentos lectores, etc, esto con el propósito de alcanzar las metas propuestas en el Plan Nacional de

Fomento de la Lectura y cubrir las necesidades que presenta la población en esta área.

Para conseguir el propósito anterior en Chile, se pueden encontrar 5 estrategias de fomento lector en el plan nacional de fomento a la lectura:

- Lectura diaria de cuentos y otros textos: Esta estrategia se refiere a leer al grupo de niños/as en forma sistemática distintos tipos de textos literarios o no literarios, con el fin de potenciar su interés por los textos escritos y el placer por la lectura. Promueve la imaginación de los niños y niñas y los familiariza con variados tipos de textos, ampliando su campo de experiencias relacionadas con el lenguaje escrito.
- Lectura pública: Esta estrategia es similar a la lectura diaria de cuentos u otros textos, pero en este caso, es la niña o el niño quién lee o juega a leer un texto en voz alta a sus compañeros/as, mostrando las ilustraciones a medida que avanza la lectura, tal como la hace la educadora.
- Narración de cuentos y otros textos: Es una estrategia que consiste en que la educadora, la técnica u otro adulto lector, narra en voz alta un cuento u otro tipo de texto literario, como poemas, leyendas, fábulas, entre otros. Esta estrategia se diferencia de la lectura diaria de cuentos u otros textos principalmente, en que en este caso la educadora no utiliza el libro para la narración, es decir, no lee en voz alta el texto, sino que realiza un relato del cuento a partir del recuerdo de lo leído. Esto permite que se establezca una mejor interacción visual entre ella y el grupo de niños/as.
- Lectura compartida: Es una estrategia metodológica que se caracteriza por ofrecer a los niños/as la oportunidad de vivir una experiencia gratificante de lectura en voz alta, a través de un lector competente, que

puede ser la educadora, la técnica o algún familiar voluntario. Esta estrategia puede ser abordada desde diferentes perspectivas dependiendo del nivel educativo en que se implemente, del énfasis que se le imprima, y de las características y procedimientos que se consideren para implementarla.

- Interrogación de textos: Es una estrategia metodológica que se basa en el interés del niño/a por extraer el significado de un texto. Los niños/as que tienen contacto con el lenguaje impreso, aun los más pequeños, poseen diversas informaciones previas acerca del lenguaje escrito, que les permiten percibir distintas claves relacionadas con la situación que rodea al texto, sus características físicas, tipo de diagramación, ilustraciones, tipos de letra y otras claves lingüísticas.

2.2 Lectura en la adolescencia

La lectura tiene diversos géneros y algunas obras enfocan la creación a cierto público. Este es el caso de la literatura juvenil o para adolescentes que está dedicada a un segmento etario específico: los adolescentes. Según la OMS “la adolescencia se sitúa entre los 10 y 19 años de vida de las personas”, y es a quién está dirigido este tipo de lecturas.

Según Cerrillo y Ortiz (2016) la literatura juvenil actualmente se caracteriza por tratar temas como el realismo y la fantasía, a la vez que incluye aspectos románticos e históricos. Dicha lectura se produce a través de la elección que hace cada persona según sus gustos y necesidades, ya que estos textos en su mayoría son parte de la elección del adolescente, para ser leídas de forma recreativa. La literatura puede ser útil para la formación en diversos aspectos, siempre y cuando se tenga en cuenta que el placer debe estar presente.

Se cree firmemente que la lectura por placer es un medio vital para adquirir información entre los lectores, especialmente los jóvenes. Les permite mejorar sus habilidades y los apoya con el conocimiento que necesitan para comprenderse a sí mismos, a los demás, a sus relaciones y valores, lo que, a su vez, los ayudará durante su transición a la edad adulta. La lectura no es simplemente una sola habilidad, sino una mezcla de muchas otras habilidades y procedimientos, como escritura, gramática, elementos de vocabulario, ortografía, habla y otras habilidades secundarias que se pueden enseñar a través de la lectura, donde los lectores están expuestos voluntariamente a textos impresos en aras del contenido y el placer. (Attiyat, 2019).

De esta forma se entiende que el placer debiese ser la principal motivación para leer y no la obligación o adquisición de conocimientos, si bien es la finalidad de enseñar habilidades lecto escritoras durante la formación primaria y secundaria, no es efectivo guiar por ese camino su fomento, lecturas más profundas y complejas son necesarias para el desarrollo de esta herramienta, pero puede desmotivar si se aborda desde esa perspectiva.

2.2.1 La importancia de leer en la adolescencia

Según Rodríguez (2017), la lectura en la adolescencia provoca un cambio en los módulos cerebrales aportando la capacidad de tener una estructura de cómo procesar esta función, al ser una tarea que conlleva elevados rangos de tiempo dedicados a concentrarse en un acto intelectual y una pausa corporal, lo que genera habilidades visuales, de memoria, de expresión verbal, la atención que se es capaz de tener y el área emocional que está en el diario vivir.

La mente estaría constituida por un conjunto de módulos especializados, sistemas funcionales, memorias diversas, inteligencias múltiples. Cada módulo es específico y especializado en un tipo de proceso o actividad. Así serían diferentes los módulos o sistemas responsables de las percepciones, la orientación en el espacio, el lenguaje, la interacción con otras personas en las relaciones sociales. (García, 2005, p.3)

Se recomienda que la lectura sea inculcada desde temprana edad a las niñas y niños, como primer acercamiento a esta, están los padres o tutores a través del incentivo temprano por los libros, el oír historias y la entrega de la percepción de que en los libros hay un mundo por explorar, posteriormente a este camino se integra la formación académica en donde se sigue entregando esta habilidad que se perfecciona mediante la enseñanza y práctica de esta, la cual forma parte de una de las formas de comunicación que tiene el ser humano, es de vital utilidad para el desenvolvimiento de las personas en sus sociedades y la contribución que hacen a ellas.

La lectura es considerada desde la antigüedad como fuente de información y comprensión, esta práctica ha conducido al desarrollo de las culturas permitiendo evolucionar de manera circunstancial hacia un futuro mejor tanto en lo económico, político y social. (Figueroa, 2015, p.4)

El aprendizaje continúa en la adolescencia que es una etapa de cambios tanto físicos como psicológicos, una ineludible transición entre la niñez y la adultez, durante este proceso, la vida y la educación les presenta nuevos desafíos, el hábito lector no escapa de estos avances, los textos a comprender aumentan su dificultad y también les ofrecen un mundo de posibilidades a elegir para

entretenerse y obtener información que deseen. Simpson y Cremin (2022) afirman que:

La literatura permite construir la identidad de los jóvenes, los ayuda a hacer conexiones personales y comprenderse a sí mismos. Leer permite desarrollar la capacidad de pensamiento crítico y resolución de problemas, comunicación y colaboración, imaginación aplicada, empatía, e invención.

Cobra relevancia que la lectura sea un hábito en los jóvenes, que sea utilizado como un medio de comunicación y autoconocimiento que mejorará la calidad los procesos educativos y consiguiendo ser una forma de buscar el ocio muy enriquecedora para el intelecto y los sentimientos.

2.2.2 Hábitos de lectura en jóvenes

Para que el lector joven pueda experimentar una lectura placentera, tiene que construir un hábito lector basado en el goce.

Según Estudiantes de Secundaria no tienen problema de lectura; no leen o son lectores reacios en parte porque la lectura no es parte de sus hábitos o algo que valoren.

Según Namujuzy (2018) el que se ausenten estrategias que fomenten la lectura en los procesos escolares permite que disminuya el desarrollo de hábitos lectores en los estudiantes. Lo que deriva en la creencia de que a la gente joven no le gusta leer, ya que se le percibe como un proceso obligatorio, en donde la información adquirida no es de su elección, ni interés.

¿Se lee poco? ¿Se lee mucho? ¿Se debería leer más? Las respuestas son variadas. En el caso de los adolescentes, van desde la negativa unánime de un grupo de adolescentes cuando se les pregunta si creen que deberían leer más, a la respuesta completamente contraria del segundo grupo, pasando por la división de opiniones al 50% en un tercero. Individualmente, las respuestas recogen diversos matices. (Contreras, 2008, p.158)

Según Rivera y Romero (2020), quienes leen con frecuencia y tienen hábitos de lectura, tienen claro cuáles son sus gustos literarios, uno de los hábitos comunes en este segmento es el consumo de textos que no forman parte de la lectura de formación escolar, los que tienen más adeptos son libros de consumo masivo en la industria editorial.

Según investigaciones que entregan la percepción de adolescentes, se puede percibir que no hay un rechazo rotundo hacia la lectura, sino más bien un punto medio que se puede intervenir en los grupos que presentan desinterés ante esta e ir escalando en la dificultad en los grupos que ya tienen el hábito formado.

2.2.2.1 Literatura juvenil

Según Burgul y Ayaz (2020) aunque la literatura juvenil tiene diferentes clasificaciones, incluye géneros literarios que se centran en los intereses, problemas y experiencias de vida de los adolescentes.

Este *subgénero* bastante popular y premiado es tema de estudio y discusión para profesores, bibliotecarios, editores y escritores.

Sospechada por sus condiciones de producción y publicada por un mundo editorial que muchas veces privilegia los intereses de mercado por sobre los del sistema literario, la literatura juvenil se mueve por los bordes, por las fronteras de los estudios literarios. Básicamente anclado en la educación y su mandato de formar lectores, este recorte presenta muchos de los vicios de la pedagogización de la literatura... Sin embargo, ofrece también un terreno fértil para estudios, experimentaciones y rupturas que traccionan tanto al sistema literario como al educativo. (Catallejos, 2022, p. 7)

La literatura juvenil muchas veces es descrita como *literatura basura*; según Bombini (2021), esta es una visión radicalizada contra un modo de producir ficción que aborda temas de interés de los adolescentes y que aboga por el uso de lenguaje sencillo que no dificultará la lectura.

Existe mucho sesgo generalizado sobre que a *los jóvenes no les gusta leer*, especialmente cuando se trata sobre literatura mediada en los colegios. “Tras analizar la situación actual podemos concluir que la gente joven todavía está interesada en leer; una de las razones de la baja actividad lectora de los estudiantes son los planes de lecturas muy amplios en las escuelas.” (Качина, 2020, p. 96)

Se piensa que la literatura juvenil no tiene el potencial suficiente para transmitir generacionalmente un conocimiento canónico y/o tradicional, a diferencia del clásico literario, que es lo más recurrente encontrar en las literaturas obligatorias de las escuelas.

Al fin y al cabo, esta discusión parece tener como idea de fondo la necesidad de sostener, de un modo ostensiblemente conservador, el interés pedagógico de conservar, de reproducir, de poner a disposición, de transmitir generacionalmente un conocimiento canónico y una práctica de lectura acerca de la literatura, heredados de su propia tradición de enseñanza y sustentados en una prolífica producción teórica y crítica. (Catallejos, 2022, p. 47)

Sin embargo, es innegable que muchos libros y sagas juveniles han convertido generaciones completas de jóvenes en lectores.

2.2.2.2 Sagas juveniles

Las sagas literarias forman parte importante de la lectura juvenil en adolescentes, ya que han convertido generaciones completas en lectores asiduos. Una de las sagas más relevantes del género es Crepúsculo. Agusti (2015) señala que “la publicación del primer volumen de la famosa saga de Stephenie Meyer, Crepúsculo (Twilight), produjo una verdadera revolución literaria en el mundo de las lecturas adolescentes femeninas, así como en el mercado editorial” Meyer logró construir un universo vampírico en el que los adolescentes pueden conectar con su juventud y sus inquietudes a través de una historia que ocurre dentro de la fantasía, sin embargo, la fantasía no es lo más importante en la saga, el romance, las emociones y pasiones más comunes entre los jóvenes son la problemática principal que vive la protagonista, Bella Swan, la cual se enamora de un vampiro de 121 años.

En Crepúsculo, el vampiro se representa de forma muy diferente a como se conoce en los clásicos literarios, se le agrega características y sentimientos humanos, como la bondad, lealtad, amor, compasión y empatía, se le quita el

individualismo característico de los clásicos de terror, y así también su monstruosidad. El vampiro de Stephanie Meyer es un ser *perfecto*, atractivo y misterioso; los Cullen personifican la castidad, la moralidad y la restricción (Buttsworth, 2010), que combinado con el amor romántico y misterio vampírico hacen de la obra un producto llamativo y óptimo para ser consumido principalmente por las adolescentes.

Según Agustí (2015) son tres los factores principales que influenciaron a otras sagas juveniles del mismo estilo en su escritura; Una protagonista de género femenino, historia de amor adolescentes entre los protagonistas, y un universo fantástico. Obras como Cazadores de sombras y Divergente presentan los mismos elementos mencionados anteriormente y también fueron obras extremadamente populares que iniciaron el camino lector de muchos adolescentes.

La literatura para adolescentes y jóvenes ha desatado un verdadero boom editorial en el que se combinan estrategias de marketing, versiones cinematográficas, historias de amor entre humanos y seres sobrenaturales, aventuras épicas y la identificación del lector con las historias que le cuentan. (La República, 2009).

Otras obras de gran reconocimiento en el género son Harry Potter, Los juegos del hambre y Percy Jackson, todas estas sagas comparten la fantasía, la lucha, el romance y un protagonista de temprana edad que se convierte en héroe, pero que a su vez, se muestra vulnerable y humano en el camino.

Harry Potter no es un «superniño». Puede ser valeroso y hábil jugando al quidditch, pero dista mucho de ser omnipotente.

Tampoco reconocemos en Harry a un chico repelente. Lo más importante de Harry no son tanto sus poderes como su humanidad básica. Hay en él un realismo fundamental y una vulnerabilidad que asume en cada momento de su vida con ayuda de los demás. (Gallardo, 2005, p. 10)

Esta vulnerabilidad es la que hace que el lector cree empatía con el protagonista, y si a esto le sumamos la sencillez de la narración en este tipo de obras, es normal que los adolescentes respondan de manera positiva a la lectura de estas obras. “En muchas obras juveniles, la historia transcurre en la actualidad y el lector o la lectora puede imaginarse fácilmente los escenarios, concibiendo una sensación de cotidianidad” (Machin y Eguren, 2019, p.141).

Tanto es el goce y fanatismo de los adolescentes por estas obras, que no es difícil encontrar comunidades en internet analizando y recreando las metáforas de estas sagas, o proponiendo finales alternativos y teorías conspirativas, esta actividad reactiva de los lectores se le conoce como fanfiction.

2.2.3 Nuevas formas de leer y escribir: Fanfiction

“El fanfiction consiste en la escritura no profesional de escritos ficcionales producida por fanáticos o *fans*, esto es, seguidores y seguidoras de una obra literaria, autor, género (literario, musical, cinematográfico), cantante o grupo musical, serie televisiva, etc” (López Corral, 2020, p.4).

El fanfiction es una actividad reactiva de los fanáticos hacia la literatura, puesto que existe total libertad de los lectores para escribir y reconstruir los acontecimientos de una saga literaria a gusto del que hace el fanfiction y sus lectores, que normalmente tiene comunicación directa con el escritor. Según

Martos García (2013), los mecanismos de imitación son muy libres, sólo hay que respetar, por un convenio tácito, un mismo punto de partida, lo que se conoce como la versión canónica de la saga o historia de origen, luego todo lo demás es susceptible de ser variado y completado, con precuelas, secuelas, variaciones, de todo tipo.

El fanfiction se puede encontrar en diferentes plataformas como Wattpad o Facebook y se propaga de boca en boca, o en este caso diríamos de mensaje en mensaje, por circuitos donde generalmente no circula el docente, lo cual conecta directamente con la literatura juvenil, que se difunde mayoritariamente también por redes sociales. Los jóvenes al estar inmersos en una cultura mediáticamente digital, sus canales para acceder a la literatura son mayoritariamente las redes sociales.

2.3 Fomento lector en redes sociales

Debido a la implementación de la web 2.0, las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación indispensable en la vida de la mayoría de gente joven, especialmente para los Millennials y la Generación Z. En consecuencia, las formas de distribuir y recomendar obras literarias han ido cambiando y adaptándose a los medios de comunicación digitales.

Junto a estos cambios aparecen nuevas dinámicas en el acceso a la lectura y la difusión de esta, como los blogs y otras publicaciones periódicas digitales, los repositorios de obras y las bibliotecas digitales y los espacios de intercambio de archivos, o nuevos espacios de discusión como los foros o las redes sociales de lectura. (Rovira, 2016b, p. 38)

Las redes sociales crean espacios de afinidad en donde el influencer funciona como un mediador entre los libros y los lectores. “La voz influencer es un anglicismo usado en referencia a una persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales” (Real Academia Española, 2022). El influencer reseña y recomienda literatura por diferentes medios, en donde los espectadores y/o seguidores confían en la recomendación del influencer porque ha creado una relación de confianza con sus seguidores. Esto ha contribuido a una participación activa de los usuarios y lectores en la cultura digital, los cuales, según De La Torre (2019) han pasado a ocupar una posición central en el sistema literario. Las redes sociales funcionan como una plataforma interactiva de relación humana en donde se crean clubes de lectura virtuales y un encariñamiento directo con la persona que está creando el fomento lector, ya sea un blogger, booktuber, bookstagramer, booktoker, etc.

Para Burger (2021), la lectura tiene dos facetas: por un lado, es una experiencia privada y personal, pero por el otro es una herramienta para conectar a las personas, esparcir las ideas y formar lazos entre millones de individuos. Las redes sociales permiten que la producción de contenido llegue a más personas, facilitando su difusión y así también interacción directa del creador de contenido con el espectador.

2.3.1 Booktube

Youtube es una plataforma para compartir videos y contenido audiovisual que existe desde el año 2005, creada por Steve Chen, Jawed Karim, y Chad Hurley, quienes eran ex empleados de PayPal. En sus inicios, Youtube se usaba para

compartir contenido casero que podía o no convertirse en un vídeo viral. Se denomina vídeo viral a aquellos que logran una gran cantidad de reproducciones y que son compartidos en masa por los usuarios. El crecimiento y popularidad de la plataforma creó la necesidad de invertir más recursos en ella llevando a sus creadores a vender el sitio a Google en el año 2006, lo que permitió monetizar el contenido y agregar publicidad. Según las cifras de alcance de la audiencia publicitaria global, Youtube tiene al menos 2.562 millones de usuarios en todo el mundo para enero del 2022 (DataReportal, 2022).

Youtube tiene diferentes formas de interacción entre usuarios, permitiendo crear un canal para subir vídeos, comentar vídeos, calificar vídeos, suscribirse a otros canales y crear listas de reproducciones. A los creadores de contenido de Youtube se les denomina *youtubers*, entre los más famosos se encuentran HolaSoyGerman, El Rubius, PewDePie, Shaw Dawson, NikkieTutorials, Zoella, Michelle Pan.

El contenido de Youtube varía entre vídeos de comedia, video juegos, belleza, ASMR, música, entre otras, dentro de todas estas categorías de contenido se crean comunidades donde los usuarios comparten una conexión con el youtuber y sus suscriptores, generando así espacios de afinidad. Una de las categorías de Youtube tiene relación con libros, la cual es denominada Booktube, término que nace al combinar la palabra Book y Youtube. BookTube es el nombre que se usa para una parte segmentada de la gran comunidad de Youtube que está formada por creadores cuyo contenido se centra en los libros (Berndsen, 2021).

La popularidad de Booktube empieza en el año 2010 aproximadamente, siendo Christine Riccio (polandbananasBOOKS), la booktuber con más antigüedad, una chica estadounidense que actualmente cuenta con 425.000 suscriptores.



Ilustración 1 – Booktuber Christine Riccio

Fuente: polandbananasBOOKS: Miniatura del vídeo “CHRISTINE'S CHATTY AF BOOK HAUL OF 2022” (<https://www.Youtube.com/watch?v=8kmZTV4he1g&t=78s>)

Otros booktubers importantes de idioma anglosajón son Jesse George (jessethereader), Sasha Alsberg (abookutopia) y Hannah (A Clockwork Read).



Ilustración 2- Booktuber Jesse George

Fuente: jessethereader: Miniatura del vídeo popular books i'll NEVER read! (https://www.Youtube.com/watch?v=cNu6_FniQjI&t=36s)



Ilustración 3- Booktuber Sasha Alsberg

abookutopia: Miniatura del vídeo 5 Books That Changed My Life!

(<https://www.Youtube.com/watch?v=hAY-rHGmfs4&t=70s>)



Ilustración 4 - Booktuber Hannah

A Clockwork Reader: Miniatura del vídeo the best and worst books i've read so far this year

(<https://www.Youtube.com/watch?v=Mo39XG7enVo>)

En el mundo hispanohablante destacan booktubers como Fa Orozco (laspalabrasdefa / Fa Orozco), Claudia Ramírez (clau reads books) y Sebastián García Mouret (El coleccionista de libros):



Ilustración 5 - Booktuber Fa Orozco

laspalabrasdefa: Miniatura del vídeo Metáforas de "Bajo la Misma Estrella (TFIOS Metaphors) -- John Green | LasPalabrasDeFa" (<https://www.Youtube.com/watch?v=NnovJMlbzmo&t=27s>)



Ilustración 6 - Booktuber Claudia Ramírez

Clau Reads Books: Miniatura del vídeo ¡TODOS LOS LIBROS A LOS QUE HE PUESTO 1 ESTRELLA! (<https://www.Youtube.com/watch?v=n0ldbYweg0>)



Ilustración 7 - Booktuber Sebastián García

*El coleccionista de mundos: Miniatura del vídeo Mi (loco) método de clasificación !!
(<https://www.Youtube.com/watch?v=hvgl6gLwRBQ&t=14s>)*

El contenido en Booktube es muy variado, se pueden encontrar reseñas de libros, comparaciones de libro a película, *wrap ups* que consisten en vídeos donde el booktuber realiza reseñas cortas sobre los libros que leyó en un periodo de tiempo, (normalmente los *wrap ups* son mensuales), también existen los *booktag* que suelen ser vídeos con preguntas sobre libros pero relacionados a una temática específica, por ejemplo, el *booktag* de los siete pecados capitales (uno de los más populares según las vistas) consiste en una pregunta diferente por cada pecado, en donde el booktuber debe responder cada pregunta con un libro presentando una mini reseña. Uno de los videos más populares son los *bookshelf tour*, en donde el booktuber enseña su estantería y colección de libros completa, normalmente hacen mención al sistema de organización que usan, a sus libros favoritos y además a aquellos que guardan un valor especial para el booktuber.



Ilustración 8 - A Clockwork Reader

*A Clockwork Reader: Miniatura del vídeo recorrido por la estantería | 2021
(<https://www.Youtube.com/watch?v=aPW1CdUP98k>)*

La mayoría de booktubers realizan colaboraciones con editoriales, las cuales les envían libros para hacer reseñas y/o sorteos, lo cual es una ventaja tanto para la editorial como para el booktuber, ya que este tiene acceso gratis a libros con los que puede crear más contenido y la editorial se beneficia de la audiencia del booktuber aumentando así sus ventas. En este aspecto, las editoriales tienen que ser cautelosas a la hora de realizar estas colaboraciones, puesto que cada influencer aboca a un tipo de audiencia y seguidores diferentes, y así mismo, a diferentes géneros literarios y diferente tipo de contenido.

Existen diferentes tipos de seguidores y creadores de contenido en Booktube, si bien no existen reglas limitantes de quien puede o no ser parte de la comunidad, según Berndsen (2021) cualquier persona puede disfrutar de Booktube simplemente mirando uno o dos vídeos, pero eso no los hace parte inmediata de la comunidad. Él divide a los miembros en cuatro roles y/o categorías, la primera de espectadores *accidentales* refiriéndose a los ya mencionados, que podrían pasar a la segunda categoría de espectadores pasivos, la diferencia entre este y un espectador casual es que este último carece de conocimientos sobre

booktubers populares, el espectador pasivo consume Booktube y se suscribe a los canales, pero no participa ni interactúa de otra forma con la comunidad. Por su parte, la tercera categoría corresponde a los espectadores activos que consumen Booktube de forma regular, comentan, comparten y dan like a los vídeos, además, apoyan a los booktubers en eventos, compra de libros, u otra actividad que estos realicen con relación a la comunidad. La cuarta y última categoría son los booktubers, los cuales Berndsen describe como el núcleo de la comunidad, estos crean contenido constante para los espectadores.

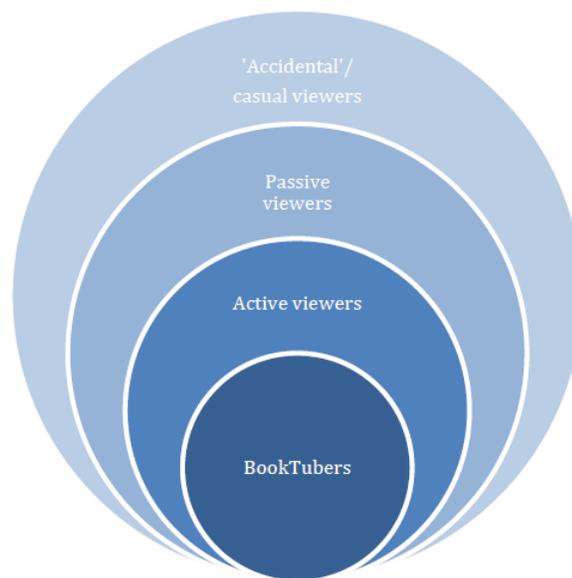


Ilustración 9- Comunidad en Booktube

Fuente: Berndsen, Juliette. (2021) *“Reading isn’t lonely at all” An analysis of BookTube’s community features and cultures.* [Tesis de grado]. School of Humanities and Digital Sciences.

En cuanto a los gustos literarios de los seguidores, este varía dependiendo de sus propios gustos personales y que tipo de contenido es el que más consume, sin embargo, entre los libros más populares de Booktube podemos encontrar principalmente sagas y literatura juvenil.

Las sagas suelen ser las preferidas a la hora de leer. Los títulos que han predominado en el espacio virtual durante los últimos años: la saga completa de Harry Potter, Divergente, la saga de vampiros Crepúsculo, y las más recientes Los juegos del hambre y Cazadores de sombras. En cuanto a los libros auto-conclusivos, John Green es el escritor preferido entre los jóvenes. (Ravettino, 2015, p.5)

2.3.1.1 Booktube en Chile

En Chile, el movimiento de Booktube surge en el año 2013 aproximadamente y aún se encuentra en crecimiento. Existe una página de Facebook llamada Comunidad Booktubers Chile, en donde los booktubers de Chile comparten sus videos y dan difusión a su contenido.

El crecimiento de la comunidad ha llevado a las editoriales a protocolizar acuerdos con los creadores de contenido, por ejemplo, En Penguin Random House el requisito para colaborar es tener un mínimo de 400 suscriptores y que los videos aporten contenido: *También nos importa que sus comentarios tengan valor y que no sea algo meramente superficial*, comenta Lorena Palavecino, periodista del grupo editorial. (González, 2015)

El desarrollo de Booktube en Chile ha impactado de forma positiva en las escuelas, en donde lo utilizan como una herramienta de aprendizaje para los alumnos en los colegios:

Actividad 4: Crear un *booktube*

PROPÓSITO

Se espera que los estudiantes produzcan un comentario literario de un texto seleccionado por ellos y lo compartan en redes sociales. Para ello, seleccionarán una obra literaria clásica o *best seller* y crearán un *booktube* en el que plasmarán interpretación y valoración de la obra.

OBJETIVO DE APRENDIZAJE

OA 5

Construir trayectorias de lectura que surjan de sus propios intereses, gustos literarios e inquietudes, explicitando criterios de selección de obras y compartiendo dichas trayectorias con sus pares.

ACTITUDES

Valorar las TIC como una oportunidad para informarse, investigar, socializar, comunicarse y participar como ciudadano.

DURACIÓN

8 horas

Ilustración 10 - Booktube en el aprendizaje

Fuente: Aprendo en Línea Estudiante. Captura del 24/06/2022.

Según la investigación de Suarez y Alcaez (2020) es favorable incorporar en los planes docentes acciones didácticas que promuevan la curiosidad por la lectura entre los alumnos y que ellos mismos sean capaces de crear este interés en sus vídeos booktuber.

Por su parte, el Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas tiene su Concurso Nacional de booktubers y bookstagrammers, lo que demuestra que las bibliotecas públicas presentan interés en estas nuevas formas de promover la lectura. Este concurso consta de ocho categorías disponibles en las que participan personas desde los 5 a los 61 años, quienes se animan a subir y compartir sus reseñas literarias en formato audiovisual, tanto en las plataformas Youtube como Instagram.



Fuente: Página web del servicio Nacional del patrimonio cultural. <https://www.patrimoniocultural.gob.cl/noticias/ministerio-de-las-culturas-abre-convocatoria-8deg-concurso-nacional-de-booktubers-y>

A continuación, con el fin de contextualizar este análisis, se revisarán los ocho canales de Booktube con mayor cantidad de suscriptores en Chile (Datos recuperados el 21/06/2022):

Ilustración 12- Booktube Ricardo Carrión

Ricardo Carrión Libros

Nombre: Ricardo Carrión

Suscriptores: 33.500

Visitas max: 51.903

Actividad: 2 vídeos por semana

Promedio visitas: 8.499

Promedio de likes: 1.080

Promedio comentarios: 153

Género literario más recurrente: Literatura clásica y contemporánea

Iluminación: 6/10

Edición: 5/10

Vocabulario dinámico: 10/10

Enlace al canal: <https://www.Youtube.com/c/RicardoCarri%C3%B3n>

LIFESTYLE, BOOKS, DISNEY & EVERYTHING IN BETWEEN
PÍA ANDREA VLOGS
Nuevo video cada domingo 18PM
@piandrea | @piandreabooks

Pía Andrea
9,670 suscriptores

SUSCRIBIRSE

PÁGINA PRINCIPAL VIDEOS LISTAS DE REPRODUCCIÓN COMUNIDAD CANALES MÁS INFORMACIÓN >

Videos subidos ▾ ORDENAR POR

Video Title	Duration	Views	Time
MAGIC KINGDOM ¿LO GUSTÓ? Primera vez de mi mamá!	7:44	74 vistas	hace 21 horas
BOOKHAUL MITAD DE AÑO 2022 ¡Traje libros de EEUU!	15:54	273 vistas	hace 7 días
Vlog VIRTUAL QUEUE ASÍ LOGRAMOS SUBIR A... ¡Logramos ir virtual y disfrutar de Cosmic Rewind!	6:18	94 vistas	hace 2 semanas
¡Lo que debes saber! Copuchamos sobre Disney...	1:05:05	199 vistas	
QUIERO VIAJAR A DISNEY Y NO SÉ NADA la GUÍA sobr...	15:04	212 vistas	hace 1 mes

Ilustración 13 - Booktube Pía Andrea

Pia Andrea

Nombre: Pía Andrea

Suscriptores: 9.670

Visitas max: 71.995

Actividad: 2-3 vídeos por mes

Promedio visitas: 17.869

Promedio de likes: 319

Promedio comentarios: 68

Género literario más recurrente: Variado

Iluminación: 10/10

Edición: 8/10

Vocabulario dinámico: 10/10

Enlace al canal: <https://www.Youtube.com/c/DeLibrosyotrasadicciones>

The image shows a screenshot of the YouTube channel 'Bulldog de Papel'. The banner features a bulldog wearing sunglasses and holding a book titled 'NOW IS THE TIME'. The channel name 'BULLDOG de PAPEL' is displayed in a stylized font. Below the banner, the channel's profile picture shows a woman, and the name 'Bulldog de Papel' is followed by '3,530 suscriptores'. A red 'SUSCRIBIRSE' button is visible. The navigation menu includes 'PÁGINA PRINCIPAL', 'VIDEOS', 'LISTAS DE REPRODUCCIÓN', 'COMUNIDAD', 'CANALES', and 'MÁS INFORMACIÓN'. The 'RECOMENDACIONES' section displays five video thumbnails with titles such as 'CIENCIA FICCIÓN SÁFICA: NOVELAS CON...', 'LIBROS PARA SANAR EL CORAZONCITO EN TIEMPO...', 'FANS DE JANE AUSTEN, LES TENGO EL ROMANCE DE L...', '5 LIBROS PARA LEER COMPULSIVAMENTE', and 'RECOMENDACIONES DE LIBROS PERSONALIZADAS...'. Each thumbnail includes a duration and a view count.

Ilustración 14 - Bulldog de papel

Bulldog de papel

Nombre: Laura

Suscriptores: 3530

Visitas max: 42137

Actividad: 1 video cada 2-3 meses

Promedio visitas: 5967

Promedio de likes: 598

Promedio comentarios: 122

Género literario más recurrente: Variado

Iluminación: 8/10

Edición: 8/10

Vocabulario dinámico: 9/10

Enlace al canal: <https://www.Youtube.com/c/BulldogdePapel>

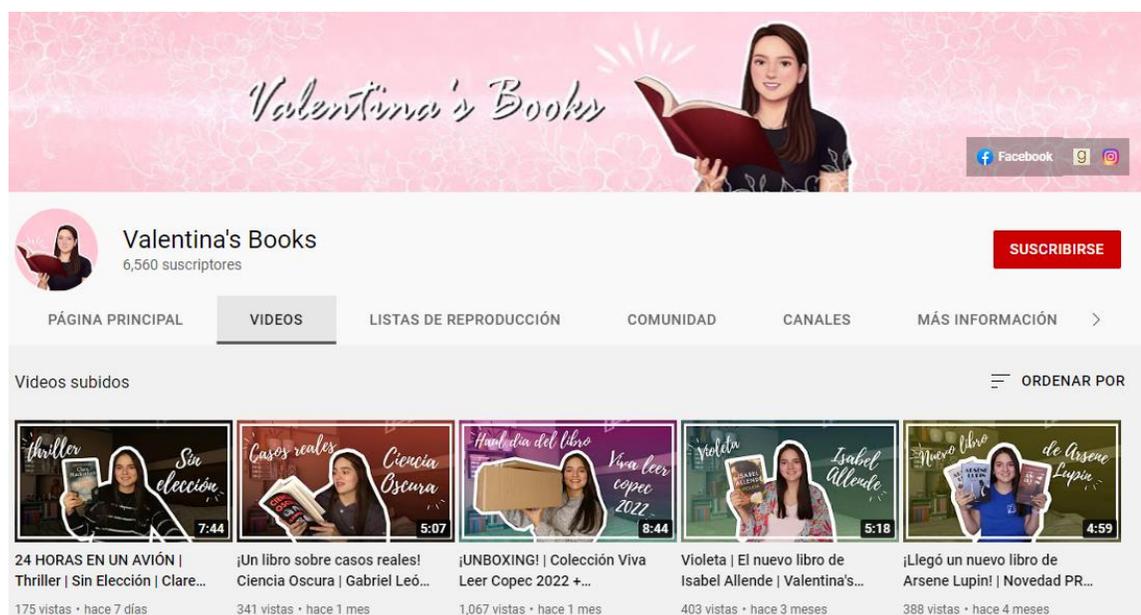


Ilustración 15 - Booktube Valentina Gutiérrez

Valentina's Books

Nombre: Valentina Gutiérrez

Suscriptores: 6560

Visitas max: 181803

Actividad: 1-2 videos por mes

Promedio visitas: 26060

Promedio de likes: 565

Promedio comentarios: 565

Género literario más recurrente: Terror

Iluminación: 9/10

Edición: 6/10

Vocabulario dinámico: 8/10

Enlace al canal: <https://www.Youtube.com/c/ValentinasBooks>



Ilustración 16 - Booktuber Angie

Navegando entre libros

Nombre: Angie

Suscriptores: 11.400

Visitas max: 42235

Actividad: 3 videos por mes

Promedio visitas: 11493

Promedio de likes: 216

Promedio comentarios: 37

Género literario más recurrente: Literatura clásica/terror

Iluminación: 10/10

Edición: 8/10

Vocabulario dinámico: 10/10

Enlace al canal: <https://www.Youtube.com/c/navegandoentrelibros>

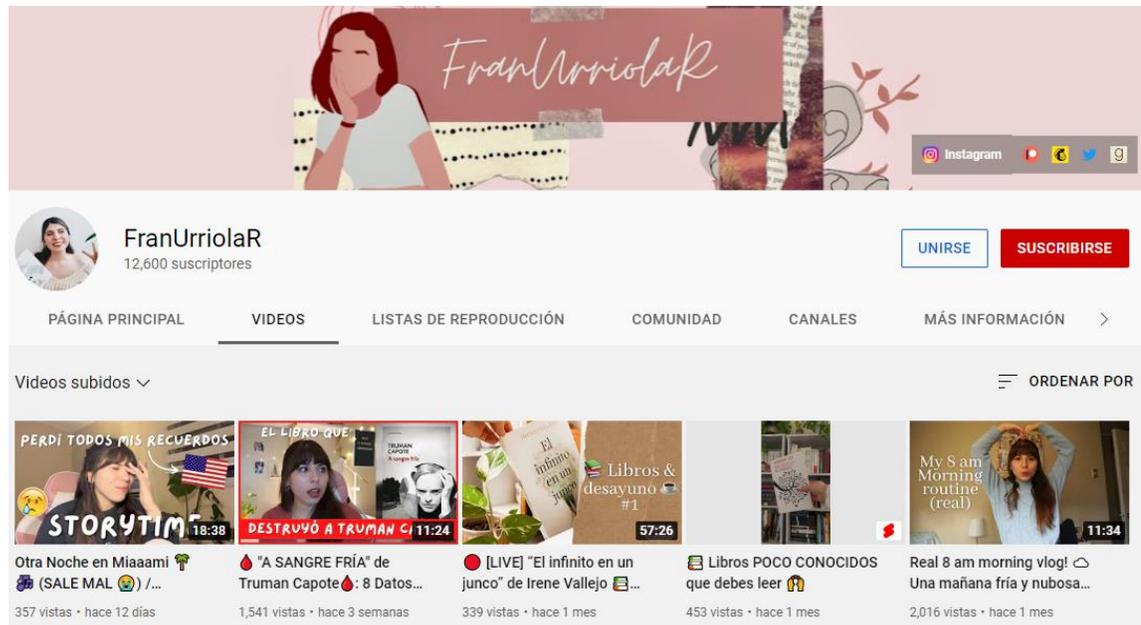


Ilustración 17 - Booktuber Francisca Urriola

FranUrriolaR

Nombre: Francisca Urriola

Suscriptores: 12.600

Visitas max: 67626

Actividad: 3-5 videos por mes

Promedio visitas: 15245

Promedio de likes: 283

Promedio comentarios: 54

Género literario más recurrente: Variado

Iluminación: 10/10

Edición: 10/10

Vocabulario dinámico: 10/10

Enlace al canal: <https://www.Youtube.com/c/FranUrriolaR>

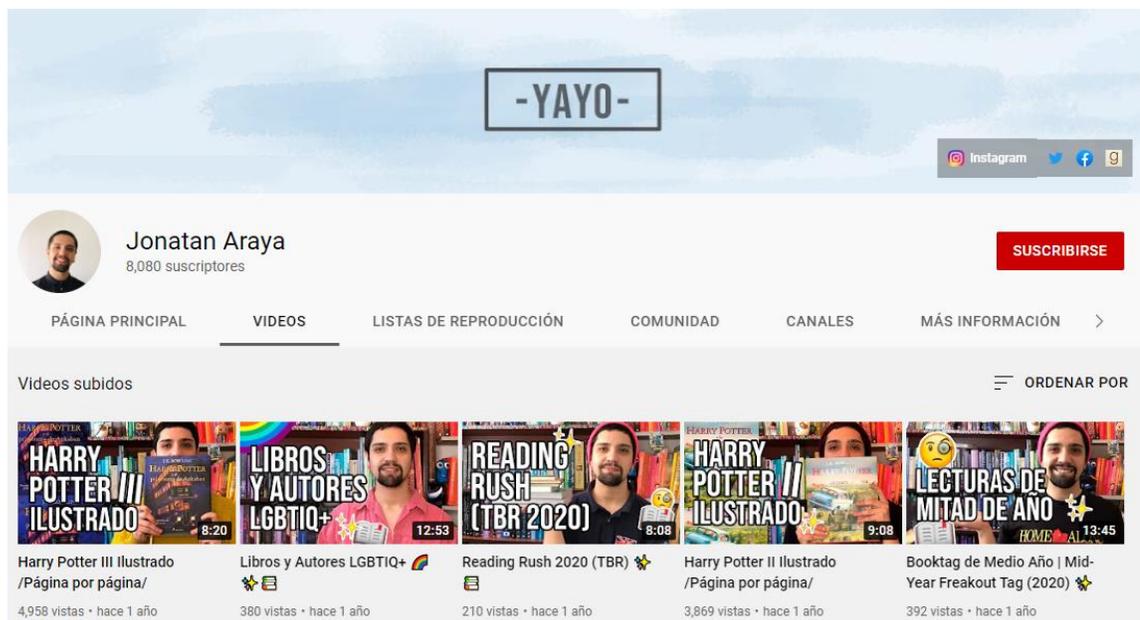


Ilustración 18 - Booktuber Jonatan Araya

Jonatan Araya

Nombre: Jonatan Araya

Suscriptores: 8.080

Visitas max: 54851

Actividad: Dejó de publicar hace un año

Promedio visitas: 5678

Promedio de likes: 119

Promedio comentarios: 23

Género literario más recurrente: Fantasía

Iluminación: 7/10

Edición: 7/10

Vocabulario dinámico: 9/10

Enlace al canal: <https://www.Youtube.com/c/LecturaconLentes>



Ilustración 19 - Booktuber Natu Figueroa

Algo qué contar

Nombre: Natu Figueroa

Suscriptores: 4.830

Visitas max: 69385

Actividad: 2-3 videos por mes

Promedio visitas: 5204

Promedio de likes: 106

Promedio comentarios: 29

Género literario más recurrente: Fantasía

Iluminación: 8/10

Edición: 6/10

Vocabulario dinámico: 9/10

Enlace al canal: <https://www.Youtube.com/c/AlgoQueContar-Natu>

2.3.2 Bookstagram

Instagram es una red social creada en el 2010 creada por Kevin Systrom y Mike Krieger, en donde sus usuarios comparten, publican y comentan fotografías y videos en un feed o en el formato de historias. La plataforma durante el 2022 tiene 2000 millones de perfiles activos y variedad de contenido, dentro de la cual se incluyen perfiles de editoriales, influencers y comunidades lectoras que se encuentran en la plataforma. Lo anterior ha dado paso al término Bookstagram que es una unión de los términos libros e Instagram, al cual se puede acceder en el buscador de la plataforma mediante el hashtag #bookstagram, el cual posee 77,8 millones de publicaciones.

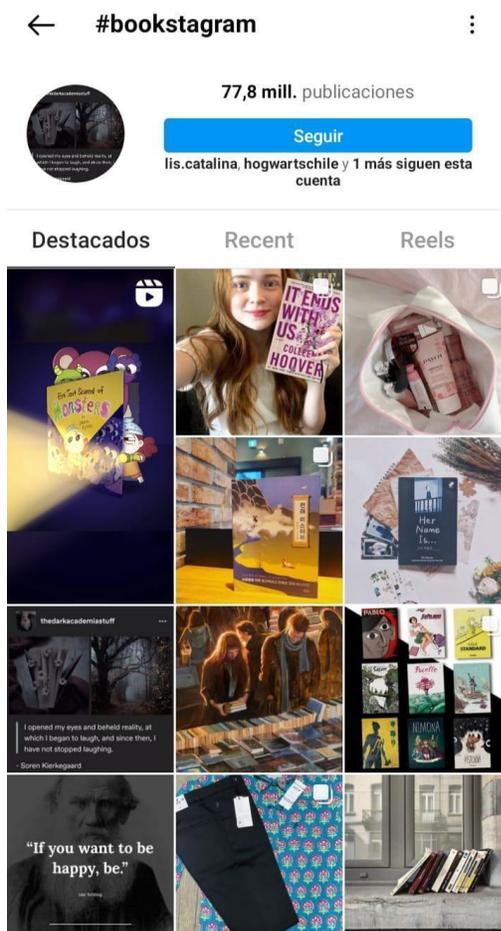


Ilustración 20 - Bookstagram

El hashtag #bookstagram se aplica a contenido como imágenes de libros (diseños planos, colecciones de libros, pilas de libros, pantallas a color, revelaciones de portadas y montones de TBR). #Bookstagram también se aplica a publicaciones que presentan objetos y escenas asociadas con la lectura, siendo las más reconocibles imágenes de estanterías, estanterías y personas sosteniendo y leyendo libros. Este contenido visual va acompañado de texto diseñado para iniciar una conversación con otros lectores, incluidas reseñas de libros y preguntas de debate. (Reddan, 2022).

Esta comunidad rápidamente cautivó a usuarios interesados en la lectura causando un fomento de la misma, por lo general las reseñas o imágenes se realizan a través de la muestra de libros nuevos y en formato físico, en donde visualmente la apariencia del libro es muy relevante dentro de este contenido, esta popularidad es muy atractiva para editoriales que quieren impulsar sus ventas.

A diferencia de Booktube, el contenido que se publica es menos variado y meramente visual, normalmente se publican fotos de libros acompañado de una reseña corta en la descripción de las fotografías.

2.3.2.1 Bookstagram en Chile

Chile también se incorpora a el fenómeno de Bookstagram, para una búsqueda que precise el país está el hashtag #bookstagramchile que muestra las publicaciones que lo incorporaron, el formato de la plataforma permite ver primero el contenido destacado, el que contiene más likes, visitas y comentarios.

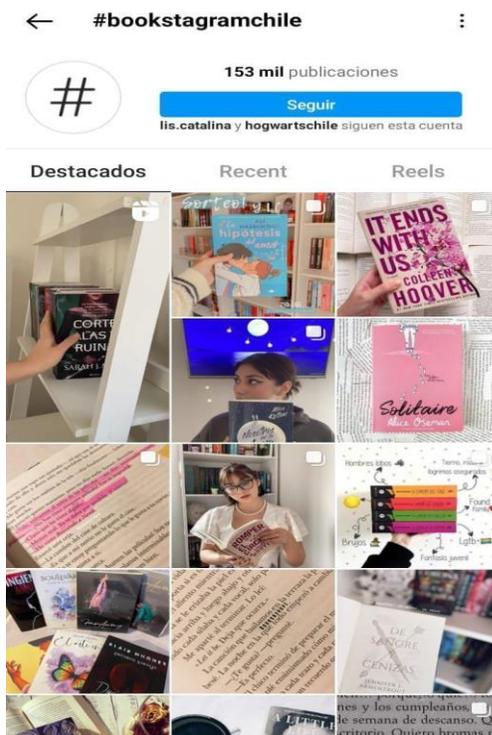


Ilustración 21 - Bookstagram en Chile

Las cuentas con mayor alcance en Chile son fernisbooks (22.100), libros_atenea (14.600), viajentrelibros (16.200), librosymia (15.700) booksdebarb (4255), cafeconjoy (2829), librosdevale (1826), javibookschile (9911), loslibrosdekarime (20.800), sofi.bookshelf (11.400). A pesar de que el contenido es menos variado, es mucho más popular y las cuentas de Bookstagram suelen tener mayor número de seguidores en promedio que las de Booktube, los géneros literarios de mayor consumo son fantasía y romance.

Perfiles de Instagram de bookstagrammers chilenas:

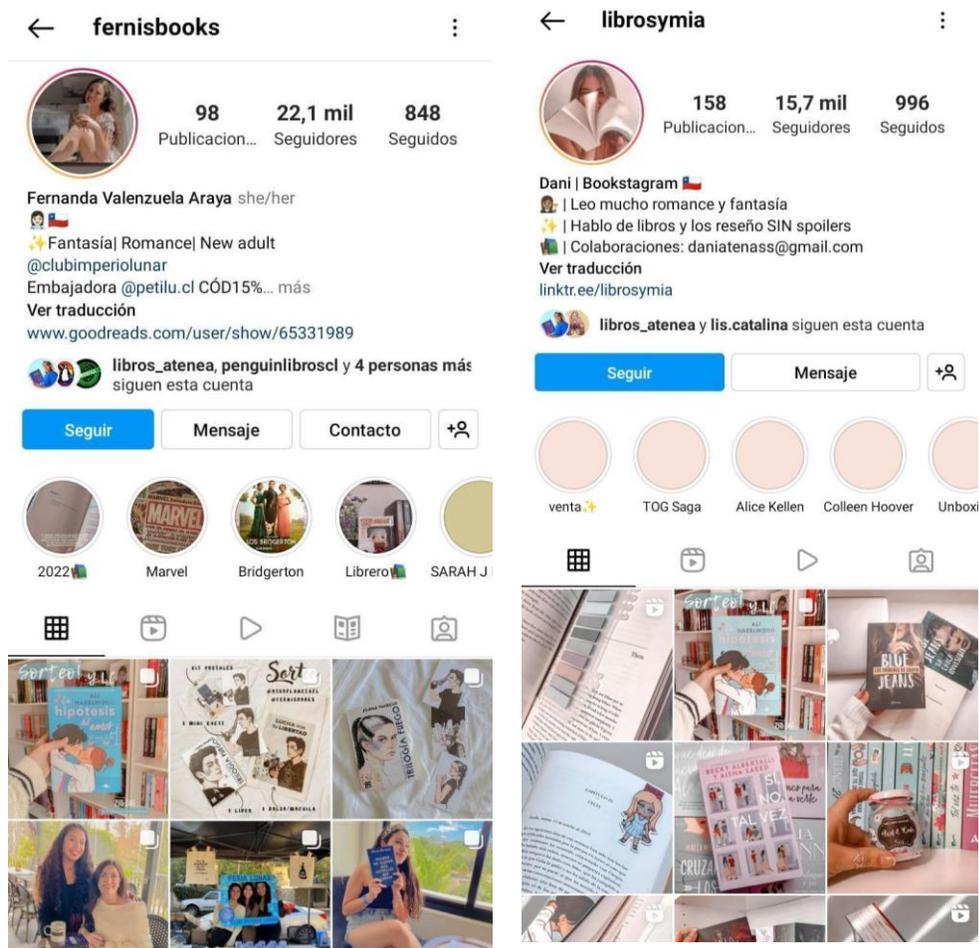


Ilustración 22 - Bookstagrammers chilenas

En las influencers con más seguidores se destaca el contenido de vídeos e imágenes que destacan la belleza del libro, acompañándolo con objetos atractivos visualmente y con paletas de colores que combinan.

Los bookstagrammers frecuentemente realizan colaboraciones con editoriales. Un ejemplo es @libros_atenea que realizó un concurso junto a Penguin Random House Grupo Editorial Chile y Doctor Nico Soto autor del libro Alto en Salud, en donde se sorteaba un ejemplar de este libro entre quienes siguen las tres cuentas

de Instagram, comentan la publicación, la guardan y la comparten en sus historias. Este proceso de interacción con los seguidores genera difusión de las cuentas, tanto del bookstagrammer, el autor y la editorial, con lo que se atrae a más personas interesadas en la lectura.

2.3.3 Booktok

Tiktok es una red social creada en el año 2016 por ByteDance, una compañía china fundada por Zhang Yiming en 2012, donde los usuarios suben vídeos cortos, de 15, 30 o 60 segundos de duración. Estos videos pueden basarse en combinaciones de sonido, video e imágenes estáticas, así como también incluir texto, hashtags, emojis y animaciones para su generación. Tiktok “potencia la capacidad creativa de los usuarios al darle las herramientas para que se conviertan en realizadores de vídeos cortos, a través de los cuales puedan contar, narrar con música e imágenes”. (Rigo, 2020, p. 1). En este espacio hay una gran variedad de contenidos, uno de ellos es literario.

Entre las comunidades de Tiktok, se encuentra Booktok, comunidad sobre libros, donde las personas pueden publicar videos recomendando libros, hacer bromas sobre la lectura y compartir su amor por la literatura (Caitsbooks, 2021).

La comunidad de Booktok ha tenido un enorme crecimiento dentro de los últimos dos años y según los mismos creadores de contenido aumentó durante la pandemia. De acuerdo con Wiederhold (2022), La sección BookTok de Tiktok creció de 3.400 millones de visitas en febrero de 2021 a 10.300 millones en junio de 2021,2 y su popularidad no parece decaer, incluso ahora que las librerías y bibliotecas han reabierto. Las comunidades lectoras ya están consolidadas en la plataforma, van en aumento y se puede considerar como un espacio que se suma al fomento lector.

En Booktok el contenido es muy variado, siendo el más representado las reseñas cortas de libros, pero también existen vídeos con “tips” para mejorar los hábitos de lectura, datos de compra y venta de libros, y videos en donde se romantiza el acto de leer.

Tiktok posee un buscador en donde a través del hashtag #booktok se puede encontrar este contenido aparte del que les saldrá en el “para ti” a los usuarios.

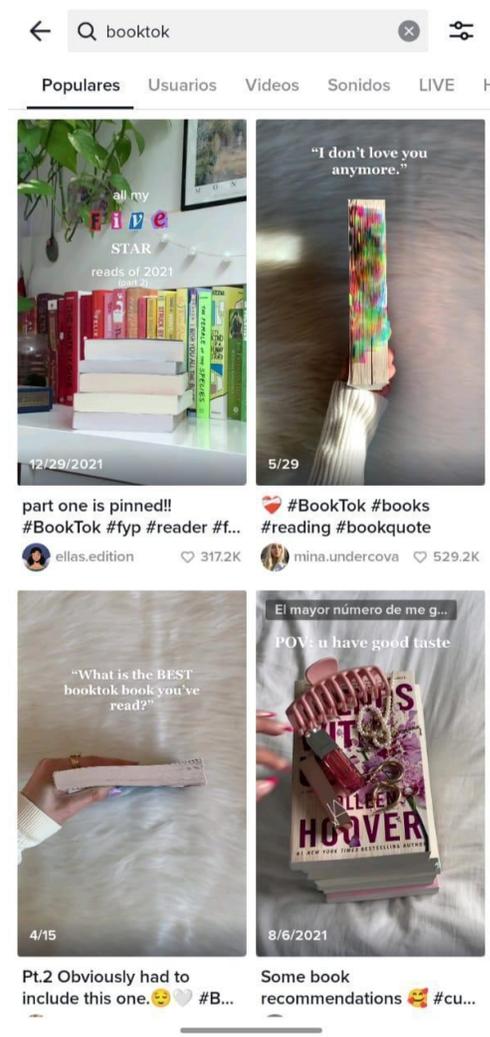


Ilustración 23 - Tik Tok

2.3.3.1 Booktok en Chile

En Chile la comunidad de influencer y seguidores de Booktok va en crecimiento, siendo los canales chilenos con más alcance: connbooks (15.500), lectores_constantes (96.000), laslecturasdenao (9421), cjontheroad (33.600), bookswithvalee (108.900), anyreads (140.800), coolllddd (53.300), xelsoi (160.300).

De forma similar a en Instagram, a través del hashtag #booktokchile se puede encontrar el material creado por usuarios del país.



Ilustración 24 - Booktok en Chile

En esta red social también existen las colaboraciones con editoriales, actividades innovadoras de interacción casi directa con posibles lectores como lo hace el booktoker lectores_constantes que deja introducir en bolsas herméticas libros que ya ha leído y los esconde en diferentes partes de la calle, parques, etc, a través del video fomenta a que sus seguidores o personas que transiten por el lugar los encuentren, dentro de los comentarios al video se ve el interés por replicar la acción que hace el influencer, también nuevos usuarios encuentran su canal y se interesan en la lectura.



Ilustración 25 - Booktoker @lectores_constantes

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque metodológico

La presente investigación presenta un enfoque metodológico cualitativo, el cual “usa la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación” (Sampieri, 2003, p. 11). Debido a que se quiere recuperar datos no cuantificables, se utilizó el método de investigación cuantitativo, para así describir las diferentes problemáticas que presenta la investigación.

3.2 Tipo de estudio

El tipo de estudio utilizado en esta investigación es descriptivo. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Dankhe, 1986).

Miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así, y valga la redundancia describir lo que se investiga. (Sampieri, 1997, p.14)

La problemática de esta investigación abarca diferentes aspectos a examinar, por lo tanto, es necesario utilizar un estudio de carácter descriptivo en donde se puede analizar los diferentes aspectos de este fenómeno de forma ordenada y desde la experiencia de los sujetos que trabajan directamente con las redes sociales como estrategia de fomento lector.

3.3 Universo y muestra

Se utilizó una muestra de casos en las distintas redes sociales, donde se escogieron diferentes creadores de contenido que cumplieran con los criterios indicados en el punto 3.4. El universo de esta investigación corresponde a booktubers, booktokers y bookstagrammers chilenos, que tengan cuentas vigentes al momento del estudio (01/03/2022). Estos se buscaron en Youtube, Instagram y Tiktok con los hashtag: Booktube Chile, Booktook Chile, Bookstagram Chile y con las búsquedas en Google: “Booktubers AND Chile” “Bookstagram AND Chile” y “Booktook AND Chile”.

Creador de Contenido	Youtube / Tiktok / instagram
Ricardo Carrión	https://www.Youtube.com/c/RicardoCarri%C3%B3n
Jonathan Olea	https://www.Tiktok.com/@lectores_constantes?lang=es
Marion Cardenas	https://www.Tiktok.com/@coollddd
Valentina Nuñez	https://www.instagram.com/bookstina https://www.Tiktok.com/@bookstina
Daniela Lillo	https://www.instagram.com/danibooks/ https://www.Tiktok.com/@daniela.lillos
Valentina Gutiérrez	https://www.Youtube.com/c/ValentinasBooks/videos

3.3.1 Criterios muestrales

Se consideró como criterio de inclusión a las dos cuentas con más seguidores de cada red social (Youtube, Tiktok, Instagram), sin embargo, se excluyeron aquellas que, aunque tienen muchos seguidores no han subido contenido recientemente, es decir, cuentas que no hayan subido nada desde marzo del 2022. Se decidió también incluir dos creadores de contenido con un número más pequeño de seguidores para darle visibilización a cuentas que están creciendo y surgiendo en el fomento lector de las redes sociales, además, las cuentas con más seguidores de Tiktok son las mismas que con más seguidores en Instagram, debido a que van directamente “de la mano” con la creación de contenido o el “repost” de Tiktoks en los reels de instagram.

Se contactó a los creadores a través de correo electrónico, los cuales accedieron voluntariamente a realizar la entrevista y utilizar la información para fines investigativos.

3.4 Instrumento de recolección de datos

El instrumento utilizado para la obtención de datos fue la entrevista estructurada,

La entrevista estructurada o dirigida se realiza con un cuestionario y con una cédula que se debe llenar a medida que se desarrolla. Las respuestas se transcriben tal y como las proporciona el entrevistado, por lo tanto, las preguntas siempre se plantean con el mismo orden. (Sampieri, 1997, p.61)

La entrevista incluyó 12 preguntas relacionadas con el fomento lector en redes sociales, y 3 para caracterizar a los creadores de contenido (nombre, edad, ocupación y género).

Para la recolección de datos se investigó sobre el fomento lector en redes sociales, se creó una batería de preguntas y se utilizó la plataforma de videoconferencias Zoom, a través de ella se realizaron las entrevistas al grupo objetivo, las que posteriormente se transcribieron para utilizar los datos entregados.

3.5 Aspectos éticos

Para resguardar los aspectos éticos de la investigación, se solicitó a los informantes un consentimiento informado, autorizando que la entrevista fuera grabada y que la información obtenida pueda ser usada con fines de investigación.

3.6 Fases de la investigación

La investigación fue estructurada en cuatro fases. La primera corresponde a una revisión documental sobre el fomento lector en redes sociales, y posteriormente, una revisión documental de la misma temática enfocada en Chile. Se consultaron artículos de revistas científicas y tesis universitarias, así como también sitios web de instituciones importantes en el fomento lector, como la red de bibliotecas públicas y las bibliotecas CRA.

En la segunda fase fue seleccionado el grupo de estudio y fue elaborado el instrumento de recolección de datos. El grupo de estudio son los creadores de contenido y el instrumento de recolección de datos seleccionado fue la entrevista estructural individual.

La tercera fase consistió en la aplicación del instrumento de recolección de datos, es decir, realizar las entrevistas individuales, las cuales se realizaron entre el 01 y 23 de agosto del año 2022 a través de zoom.

Finalmente, se codificó y analizó la información obtenida. Se transcribieron las entrevistas y se crearon 5 categorías relacionadas con los objetivos de la investigación: contenido, fomento lector en redes sociales, caracterización de creadores de contenido, creadores de contenido/influencers en redes sociales, y creadores de contenido literario y colaboraciones con bibliotecas públicas. De esta última categoría surgieron tres nuevas sub categorías; lectura mediada en los colegios, librerías/editoriales y colaboraciones, y poco acceso a las bibliotecas

A cada categoría se le asignó un color para destacar la información relacionada en las entrevistas, y a su vez, se fue traspasando a un Excel la información de cada categoría por entrevistado, para facilitar el análisis

4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

4.1 Contenido

Para analizar el contenido dedicado al fomento lector en redes sociales en Chile: Youtube, Instagram y Facebook, se les preguntó a los creadores de contenido sobre los géneros literarios más mencionados y/o recomendados en sus publicaciones.

“Principalmente literatura que tenga algo filosófico. Me gusta mucho la literatura que me hace cuestionarme cosas, que me hace pensar, que no es solamente una novela de aventura; también leo esa literatura y la reseño, pero casi siempre es lectura con un contenido filosófico, no son libros de filosofía, sino que son novelas con contenido filosófico”. (Entrevistado 1)

“Yo leo, terror o literatura de suspenso, misterios y ese tipo de cosas. Entonces es de lo que suelo hablar, lo cual es diferente, en el contexto general de lo que hace la mayoría, porque la mayoría de las personas no suelen hablar de ese tipo de libros”. (Entrevistado 2)

“Generalmente hablo de fantasía [y] romance; me encanta el romance. Fantasía romántica, también un poquito, muy poquito de thriller, que es como de misterio y trato también de abarcar otros géneros como el terror...pero en lo que más me enfoco es en romance y la fantasía que es lo que más me gusta”. (Entrevistada 3)

“Yo partí hablando sobre libros de romance, pero ahora...por vídeos que me aparecen o por recomendaciones de gente que lee, cercana a mí, empecé a meterme en el mundo de la fantasía y de la distopía. Es algo súper entretenido, porque no tiene nada que ver a lo que es el mundo real, o sea, prácticamente tú empiezas a leer y te desconectas. Aparte de estar pasando un buen rato leyendo, también te sirve para despejarte de cosas que te están consumiendo la mente en la vida real”. (Entrevistada 4)

“Romance, romance new adult y comedias es lo que más hago de contenido; básicamente porque es lo que me encanta. Es lo que siempre me ha gustado y eso es lo que me mueve. De hecho trato de darle oportunidades a otros género y me cuesta mucho”. (Entrevistada 5)

“Partí hablando del canal de libros de suspensos y thriller policiales, porque estaba muy metida en ese tiempo con Agatha Christie [y] Stephen King...pero a pesar de que sigo leyendo esos libros, he logrado meter...ensayos, textos históricos de la Segunda Guerra Mundial o historias en primera persona de la segunda de la Segunda Guerra Mundial, como testigos del proceso histórico. Entonces, son diferentes géneros, porque la premisa, la propuesta de valor de mi canal es libros para todos; recomendarle a la mayoría de las personas, o sea de todo en general”. (Entrevistada 6)

El contenido creado por los influencers para redes sociales es en base a sus gustos lectores y recomendaciones de sus seguidores, la forma de ver el libro y reseñarlo es lo que cautiva a quienes consumen el contenido. Los géneros literarios más nombrados son romance, thriller y fantasía.

4.2 Fomento lector en redes sociales

Incluye aspectos sobre el contenido de fomento lector que se puede encontrar en redes sociales, relacionados a su alcance y su comunidad. La primera entrevistada cuenta que inició a crear contenido porque le llamaban la atención las redes sociales, y Booktube/Bookstagram/Booktok era un espacio seguro para compartir sus lecturas.

“Desde muy pequeña, siempre he tenido interés por las redes sociales, siempre me han gustado...Me empecé a dar cuenta de a poco que había mucha gente que creaba contenido en redes sociales de lectura y así es como empecé a conocer este mundo. Entonces dije, voy a empezar con Tiktok; empecé a ganar seguidores, a recibir comentarios súper bonitos y eso me daba ánimo para seguir. Conocí mucha gente que también estaba en esto y así fue como llegué a Bookstagram y estoy subiendo reseñas, publicando recomendaciones”.
(Entrevistado 5)

Crear más contenido en español fue la iniciativa principal de una booktuber para crear contenido en redes sociales:

“Me gustaba mucho poder contar a través de los vídeos lo que me habían parecido los libros que estaba leyendo, y a su vez también fomentar la lectura en el ambiente en el que me encontraba. En Santiago de Chile había muy pocos booktubers... en español también había pocos. Entonces, la idea era poder fomentar más eso, porque la mayoría del contenido que había respecto al libro eran en inglés y no todos hablan inglés”. (Entrevistado 6)

Sobre el alcance y el acceso del fomento lector en redes sociales, es importante destacar que no solo se promueve la lectura de libros físicos, sino también el uso

de plataformas digitales y libros electrónicos, según los entrevistados, estos son más accesibles y asequibles para el lector:

“El fomento de la lectura por redes sociales es una buena idea, por último si no les gusta leer un libro físico porque tienen el teléfono al lado y se distraen, pueden leerlo digital, ya que ahora también está esa opción ya sea por PDF, por un Kindle. Cuando partí leyendo, fue en Wattpad que es una aplicación que obviamente veo el teléfono”. (Entrevistado 4)

Contraponiendo lo anterior, uno de los contenidos más populares es el de la compra y venta de libros, así como también las reseñas de libros, las cuales generan controversia por las diferentes opiniones que pueden existir de una obra:

“A la gente le gusta mucho ver cómo te llegó el libro: si llegó con fallas, cómo son las ediciones... eso le gusta mucho a la gente. También mis videos, los que más virales se han hecho, son en donde muestro mi cuaderno: les explique que yo vendo un cuaderno literario...yo creo que eso lo que más alcance tiene. También cuesta un poco, porque hay gente que se enoja, “¡como pueden darle una estrella a ese libro si es muy bueno!” y eso, expresar las opiniones en redes sociales, porque no todos lo hacen, yo creo que es lo que tiene más alcance”. (Entrevistado 3)

Finalmente, otro tipo de contenido popular, es el relacionado con la enseñanza, lo que se conoce como tutoriales, específicamente para principiantes.

“Querían saber cómo leer Rayuela... ese tipo de contenido que no apunta a mí si no que apunta a ayudar al lector. Cuando uno empieza a leer algún libro de algún autor, siempre uno se pregunta por qué libro empezar, qué libro me servirá, cuál será menos complicado para entrar al universo de este escritor. Ese tipo de

tutoriales siempre [se]necesita, como ese amigo lector que te diga ¡me leí tres libros de este autor y este es el más fácil!” (Entrevistado 1)

4.3 Caracterización de creadores de contenido

Esta categoría hace referencia a las características personales de los entrevistados (edad, género y ocupación).

“39 años / Género masculino / Mira yo me gano la vida como almacenero, tengo un almacén de barrio, ese es mi trabajo. Pero estudié agronomía, soy ingeniero agrónomo y también tengo una maestría...magíster en liderazgo, dirección y comunicación estratégica, las dos de la Universidad de La Serena”. (Entrevistado 1)

“Tengo 25 / Género masculino / Arquitecto, pero no estoy trabajando de arquitecto”. (Entrevistado 2)

“Tengo 20 / Género femenino / Estudio derecho y también trabajo en mi emprendimiento”. (Entrevistada 3)

“Tengo 19 años. / Género femenino / Estoy estudiando música y composición”. (Entrevistada 4)

“23 años / Género femenino / Estudiante de ingeniería comercial, último año”. (Entrevistada 5)

“Tengo 24 años / Género femenino / Estudiante de Ingeniería Civil Industrial”. (Entrevistada 6)

La edad de los entrevistados varía entre los 19 y 39 años, dos son profesionales y cuatro se encuentran estudiando carreras profesionales, las cuales por el momento no están ejerciendo, todos son parte de diversas áreas. Dos de los entrevistados se identifican con el género masculino y cuatro con el femenino.

4.4 Creadores de contenido/influencers en redes sociales

Esta categoría hace referencia a la comunidad literaria chilena desde el punto de vista de los influencers y las redes sociales; cuanto tiempo le dedican a la creación de contenido, que tipo de contenido les gusta hacer y cual contenido es el más popular entre sus seguidores.

“Cuando inicié haciendo vídeos en Tiktok, no conocía a nadie. Después tuve la necesidad de empezar a conocer otras personas, entonces me creé Instagram. Allí descubrí que había una comunidad gigante de personas que habla de libros en Internet...y fui conociendo gente. Siento que la comunidad del libro en Instagram es súper positiva, la gente se ayuda entre ellos / Es súper buena la comunidad, es muy poco tóxica. Hay algunos problemas, pero en general todos ayudan a todos, y nos apoyamos entre nosotros. Por eso yo conozco a la persona que habla de romance aquí en Chile, a la persona que habla de ciencia ficción y tenemos nuestras áreas y todos nos complementamos”. (entrevistado 2)

Existe contenido en estas plataformas para todos los gustos, las comunidades que se forman son muy constructivas para el desarrollo de quienes las conforman, llegando a traspasar el espacio virtual, este es el canal de encuentro el que posibilita actividades literarias, de amistad y de conversación mediante gustos en común; también se encuentra la presencia de lectores más solitarios

que les es útil ver una guía de como leer cierto libro o es un rato de ocio agradable el escuchar sobre literatura.

“Ya he conocido a varios por ferias del libro...Nos mandamos un mensaje: hola, estoy aquí, tú también...y así prácticamente empieza todo. Lo más cercano, colaboración, que yo tenía con booktokers o creadores de contenidos ha sido a una amiga con la que estábamos como haciendo un sorteo de un libro que determinan la próxima semana, pero es más que eso. Yo creo que no solo interactuar”. (Entrevistada 4)

Hay una conexión entre quienes crean contenido, se consideran parte de un mismo círculo, se siguen, colaboran entre sí, se inspiran de la pasión común por la lectura, las redes sociales y por compartir lo que les provoca.

“A veces tengo una hora libre en el día y trato de subir cosas a Instagram. Me cuesta un poquito subir estos tags de preguntas (para que la gente me haga preguntas y yo poder contestar), también me cuesta mucho responder mensajes privados, porque me llegan muchos...pero trato de responder todo lo que me preguntan y cuando tengo tiempo libre, cuando no quiero estudiar, lo destino a hacer contenido, porque me entretiene. Además que es un trabajo también para mí, me entretiene muchísimo hacer videos”. (Entrevistada 3)

Existe una variación en la cantidad de tiempo que le dedican a las redes sociales, pero todos tienen una regularidad en la actualización de contenidos el cual no supera las dos semanas, es un trabajo constante ya que mantienen seguidores y visualizaciones mediante los algoritmos que tienen estas plataformas, las cuales dejan de mostrarlos si abandonan de forma prolongada su labor.

“Tengo una manía, cuando hay un libro que está de moda no lo leo hasta que se

olvidan de él. Cuando se habla mucho de un tema yo me aparto, como todo el mundo los está haciendo, los encuentro muy repetitivos. Si bien es un esquema dinámico que genera mucha recomendación de libros, no me gusta; me gusta hacer top de libros sobre alguna temática, sobre todo top de libros para que la gente empiece a leer. A esos videos les va súper bien y a mí me gusta hacerlos...Si ustedes buscan en Youtube y ven en el buscador lo que la gente pone, buscan libros para leer, porque no saben buscar y se van a los eslóganes más grandilocuentes. Por eso yo hago videos con títulos grandilocuentes como "libros que deberías leer antes de morir" o "libros que debes leer alguna vez en tu vida" o "libros imprescindibles"'. (Entrevistado 1)

Existen diferentes estrategias de organización y formas de trabajar en la creación de contenido, así mismo, variedad en el contenido y los géneros literarios, algunos prefieren libros contemporáneos, otros los clásicos, otros las novedades, etc.

4.5 Creadores de contenido literario y colaboraciones con bibliotecas públicas

Respecto a las relaciones entre bibliotecas públicas y creadores de contenido literario en redes sociales, si han colaborado o no y que les ha parecido el resultado de esta interacción.

De las seis personas entrevistadas, existe una colaboración con la Biblioteca Pública de Santiago, una con Bibliometro, una con una biblioteca escolar, y tres influencers que no han interactuado con bibliotecas.

Como se mencionó en el capítulo 2, La Biblioteca Pública de Santiago tiene un concurso nacional de booktubers y bookstagrammers literarios, solicitando a

quienes postulan un mínimo de seguidores, dentro del jurado hay creadores de contenido exitosos en redes sociales.

“Me invitaron a ser jurado. Les dije no tengo ningún problema. La reunión era por Zoom, por lo menos pude participar y ayudar en eso. Me di cuenta un poco como funcionaba, como elegían y me acordaba de mis videos, que nunca iban a ser elegido bajo las perspectivas del jurado. Me llamó la atención lo que comentaban entre ellos y cómo estaban moderando la elección. Ganan el concurso, tienen lugares, pero por qué no siguen. Entonces empecé a recordar, yo pensaba que el concurso era una cosa para celebrar a los booktubers, para celebrar el libro, como evento, que es muy bonito, porque, que yo sepa, no hace en otro lugar de Latinoamérica o en otro lugar del mundo que se haga un concurso de booktokers. Me parece una idea súper innovadora, para celebrar, como evento, porque la lectura no es solo aislarse a leer: puedes compartir por redes sociales, puedes ir a la biblioteca, puedes participar en lecturas conjuntas, puede ser una experiencia social más amplia. Ir a la biblioteca es como un paseo, es una experiencia distinta, no ir al mall, ir a la biblioteca y el concurso es una parte de esa experiencia. Tú puedes incluso participar en concursos si tú hablas de tu libro en Internet, en distintas redes y eso lo encontraba súper bien. Pero después vino ese comentario de por qué no siguen y ¿realmente el concurso tiene el fin de generar booktokers? Yo pensé que solo era que participaran y que la gente viviera la experiencia, pero parece que tienen la inquietud de que se creen booktokers, de que existan booktuber chilenos y funcionen durante el año. Pero a través de un concurso no creo que se logre, es súper difícil porque Youtube es una plataforma despiadada, rompe el corazón, porque tú haces un video con todo tu esfuerzo, pero si tu audiencia no ve ese video, Youtube no lo va a compartir. Te dice tu video ha tenido poca participación desde la gente y por eso tiene un 40% menos de visualizaciones, no repitas este contenido, entonces es muy despiadado”. (Entrevistado 1)

La dedicación a las redes sociales requiere tiempo y estrategias pensadas en los intereses de quienes consumen este contenido, las cuentas de bibliotecas públicas del país no cuentan con material que pueda competir con los influencers nacionales con mayor y mediana interacción, en consecuencia, si desde estos espacios se busca fomentar la conversa literaria en las nuevas plataformas y que surjan nuevos creadores, no se tiene la acción de guiarlos y tampoco se realizan trabajos a largo plazo con quienes sí están acertando en esta forma en el fomento a la lectura.

La inclusión de estas plataformas desde las bibliotecas entregaría grandes beneficios al fomento lector, es una de las formas que se suman para la creación de comunidades literarias, captar a nuevos usuarios que leen y no tienen el conocimiento de cómo funciona una biblioteca, si tienen lo que están buscando o que necesitan una publicación que los motive a asistir.

“Me han contactado algunas en ocasiones como para hacer un vídeo en específico...por ejemplo, hace unos meses, me contactó Bibliometro para que les ayudará a hacer un vídeo y subirlo a las redes, bibliotecas en sí, así como espacio público. / Sí, siento que las redes sociales tienen mucha importancia, llegan a mucha gente. De repente un vídeo le llega [a] más de un millón de personas y la gracia es que es gente como uno. Por ejemplo, en Tiktok el algoritmo es súper bueno, entonces le llega a gente que le interesa, no a cualquier persona. Entonces les serviría mucho. Yo creo que están desperdiciando una oportunidad, al no tener este tipo de instancias”. (entrevistado 2).

La percepción de los entrevistados es que la interacción es necesaria para motivar a nuevas personas a ser parte de la lectura, ellos ya hacen su trabajo en este ámbito y creen que el juntar la disponibilidad de libros que se prestan en las

bibliotecas con el contenido ya probado por ellos en sus redes sociales podría ser beneficioso para estos recintos.

“No, no tengo el vínculo, pero me gustaría bastante...al colaborar o participar con algunas booktokers, aparte de fomentar la lectura hacen que a la gente le den ganas de leer, porque el contenido de las booktokers no es solamente sobre un libro, o sea, son muchos y muchas de sus libros se pueden conseguir en estas bibliotecas. Entonces yo creo que sería bueno para ambos lados, tanto para las bibliotecas como para las personas que crean contenido, ya que a ellos obviamente les favorece en visitas, en visualizaciones, en seguidores y a las bibliotecas también, yo creo que para que sean visitadas”. (Entrevistada 4)

De parte de quienes no se han relacionado con bibliotecas hay una disposición positiva a realizarlo en el futuro con el objetivo de que más gente lea y el recinto gane usuarios en redes sociales y de forma presencial.

4.5.1 Lectura mediada en los colegios

Sobre la lectura mediada en los colegios, hay un claro disgusto por parte de los entrevistados sobre las lecturas obligatorias que aquí se realizan, puesto que crean un disgusto por la lectura al tratar qué los niños y adolescentes lean por obligación y no por gusto.

“Si le ponen un niño de 15 años a leer el Quijote, ojalá que sea intercalando con libros que sean de interés en esa edad, para que la lectura no sea una obligación, sino que algo que hagan por gusto”. (Entrevistado 6)

Existe también una presión debido al tiempo y la evaluación que representan estas lecturas, a diferencia de una lectura propia basada en los gustos personales.

“Leer algo que te obligan en el colegio, escuela o liceo a uno no le gusta, porque se siente presionado. Entonces yo creo que una de las mejores cosas que se podrían hacer sería... leer desde tu propio ser... prácticamente incentivarte solo o ya sea por estas personas que crean contenido de libros en redes sociales”.
(Entrevistado 4)

Los entrevistados cuentan que la experiencia vivida en los colegios genera un rechazo por parte de los jóvenes al leer sagas y/o libros juveniles que, aunque pueden ser de su agrado, tiene un número de páginas importante.

“Los colegios y las escuelas, tanto privadas como estatales juegan un rol importante. Se genera un rechazo a la lectura con el tipo de lectura que dan; yo puedo contar con los dedos de una mano los libros que me gustaron en el colegio. Entonces, por eso los jóvenes te van a decir que fome leer, es horrible, un libro de 600 páginas es demasiado para mí”. (Entrevistado 3)

El fomento lector en redes sociales ha ayudado incluso a mejorar la comprensión lectora de algunos entrevistados, a diferencia de lo que recuerdan en el colegio, en donde no entendían realmente lo que leían porque era *mucho trabajo*.

“Yo de verdad decía odio los libros del colegio, porque no sé leer. Me generaba un problema tener que leer un libro del colegio, era mucho trabajo, y no sé si será una capacidad una habilidad adquirida, pero ahora leer es súper fácil, en comparación a lo que lo encontraba antes”. (Entrevistado 2)

4.5.2 Librerías/editoriales y colaboraciones

Esta subcategoría resaltó al preguntar por colaboraciones con bibliotecas, lo que dio paso a comentar que es más alta la interacción con editoriales y librerías, las cuales generan tratos con influencers que ayudan a aumentar sus ventas, cantidad de seguidores, visualizaciones, asistencia a lanzamientos y visitas a los espacios comerciales de estas.

“Colaboro con la Antártica, la librería Antártica. / Ellos no me piden hacer mucho, pero lo que a ellos les interesa es que re-suba sus publicaciones. Por ejemplo, novedades, concursos y a cambio ellos me regalan un libro mensual elegido por mí”. (Entrevistada 6)

De parte de los creadores de contenido la labor es mencionar a la entidad con la que se está haciendo el trato a través de publicaciones, compartir el material que estas tienen en sus redes, promocionar eventos, realizar concursos en donde la librería o editorial es la que entrega los premios, el crédito que obtienen es por lo general un pago en libros.

“Cuándo quieres publicar un libro y quieres destinarlo a cierto público, es necesario que interactúes con ese público y que recibas reseñas. Además es una estrategia de marketing, para que los booktokers o bookstagramers puedan promocionar, dar sus opiniones, reseñar también. Entonces las editoriales, las librerías para poder ser exitosos, sin los clientes no son nadie, es que necesitan ese vínculo con los clientes”. (Entrevistada 3)

La interacción proporciona ganancias a ambas partes, les otorga a los influencers el material literario para poder seguir creando contenido y a las librerías y

editoriales más ventas, por lo cual estos tratos siguen proliferando en esta comunidad.

4.5.3 Poco acceso a las bibliotecas

Esta subcategoría surge mediante la pregunta de si se han relacionado con bibliotecas, siendo mencionada por la mitad de los entrevistados coinciden en que existe poco acceso y conocimiento de la existencia de las bibliotecas y sus servicios de préstamo (tanto digital como en físico).

“Mucha gente que lee no tiene idea de la Biblioteca Pública Digital, tampoco conoce los Bibliómetros. Como que las han visto solamente, pero no saben que son gratis los préstamos de libros...Se pierde harto de marketing en las redes sociales.” (Entrevistado 6)

Se destaca también que algunas bibliotecas dejaron de funcionar de forma regular después de la pandemia.

“En Viña y en Rancagua nadie va a la biblioteca. En Viña la biblioteca está cerrada; es grande pero tienen solo un espacio para utilizar y cómo que de la pandemia quedó así y nunca se han preocupado de restaurarla”. (Entrevistado 5)

La falta de tiempo para acceder a la biblioteca también es un factor negativo para las bibliotecas públicas.

“Nunca he ido a la biblioteca de aquí, de la de la zona, porque no tengo tiempo. Estoy todo el día en el negocio y está súper lejos de mi casa, incluso cuando voy

a hacer trámites o cuando estaba estudiando el magíster no alcanzaba a pasarme a la biblioteca, porque tampoco estaba de camino. Está súper alejado de todo, muy aislada y entonces no alcanzo". (Entrevistado 1)

Como se observó en la primera categoría "Fomento lector en redes sociales" los entrevistados creen que mejorar el contenido en las redes sociales de las bibliotecas públicas sería una solución a esta problemática.

También se cree que las bibliotecas públicas no están aprovechando el fomento lector en redes sociales al máximo, lo cual podría ser una solución para esta problemática.

"Las bibliotecas grandes, como la Biblioteca de Santiago, por ejemplo, no sé si tengan un Tiktok de partida...quizás están un poco desactualizadas de las redes sociales. Quizá yo también no he llegado hasta sus oídos, no estoy seguro, pero tampoco he escuchado de nadie - de la gente que hace contenido - que tenga alguna colaboración con bibliotecas, por lo menos de mi circuito no, no conozco a nadie. Siento que las redes sociales tienen mucha importancia, llegan a mucha gente. Un vídeo le llega a más de un millón de personas. (Entrevistado 2)

"[Las bibliotecas] no tienen esa estrategia de negocio, que tienen las editoriales o las librerías, que ocupan mucho las redes sociales. Ellos te encuentran con respecto al contenido que tú haces, por los reels, fotos, hashtags, todas esas cosas. En cambio, las bibliotecas no están metidas mucho en ese mundo. Lo último que vi fue un concurso que hubo, no me acuerdo de que biblioteca era, así como del lector...ellos no buscan gente, tampoco a los a bookstagrammers, a ellos les atrae colaborar con bibliotecas." (Entrevistado 5)

CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las conclusiones del trabajo de investigación.

En relación con el primer objetivo específico, cuyo fin era caracterizar el contenido sobre fomento lector en las redes sociales Youtube, Instagram, Tiktok, se puede establecer que el contenido en Chile está mayoritariamente dedicado a jóvenes y enfocado en el gusto y goce de la lectura, esto está correlacionado con el impacto de estas plataformas a nivel mundial, las cuales son mayormente usadas por jóvenes, fenómeno que podemos apreciar se repite en Chile. El contenido en Tiktok y en Instagram suele ser corto y entretenido, donde prevalecen las mini reseñas, la compra de libros y videos de humor literario, los cuales serían los más populares entre la audiencia chilena, esto debido a lo instantáneo de la plataforma y lo rápido y fácil que es aparecer en el *para ti* de una persona. Booktube en cambio, suele tener contenido más largo en donde prevalecen los videos tutoriales para principiantes y reseñas más extensas, ya que Youtube permite subir videos más largos y para una audiencia, según los booktubers, más adulta. Los influencers crean contenido basándose en sus gustos literarios personales y en el formato que sea mejor recibido por sus seguidores. Según los creadores de contenido y las estadísticas que ellos pueden ver en sus cuentas, existe una correlación con las etapas de vida que experimentan sus seguidores y el contenido que es más popular, romance es el género literario más popular en Instagram y Tiktok, el cual es preferido por mujeres preadolescentes, mientras que en Booktube los géneros más populares son el thriller y la fantasía, los cuales son preferidos por adultos jóvenes.

Sobre el segundo objetivo específico relacionado con caracterizar a los creadores de contenido de Youtube, Instagram y Tiktok en Chile, es posible advertir que los creadores de contenido comparten un vínculo importante con sus seguidores y

con la red social en la que crean contenido. Esto puesto que para ellos ha significado conocer nuevas amistades, e incluso oportunidades laborales, todo esto debido al buen recibimiento de su contenido por parte de sus seguidores, los cuales tienen una referencia constante para escoger sus lecturas, y un espacio virtual donde pueden comentar y comparar las diferentes opiniones que existen de una obra, cosa que tal vez no podrían hacer fuera del mundo del internet. Se crean amistades como también debates debido a la diferencia de opiniones, pero en general, la comunidad literaria chilena en redes sociales es bastante tranquila, puesto que no existe algún tipo de drama o escándalo que se puede dar en otro tipo de comunidades, como creadores de contenidos peleando, o gente enviando comentarios de odio y/o ofensivos.

Los creadores de contenido sobre fomento lector varían entre adultos, adultos jóvenes y adolescentes, dentro del universo entrevistado, se destaca que la mayoría de en Chile son mujeres. En nuestra búsqueda pudimos analizar que en Youtube, solo dos de los 10 creadores de contenido más populares son hombres, lo mismo pasa en Tiktok e Instagram en donde también, solo dos de los 10 creadores de contenido más populares son hombres. Según la mayoría de los entrevistados, es más normal y/o común que les guste leer a las mujeres, Miranda (2022) afirma que “Según datos de la librería online Buscalibre.com, las mujeres lideran el consumo de libros por internet en un 42% más que los hombres”. Las ocupaciones de los influencers son totalmente variadas y no se logra detectar un punto de referencia o actividad en común fuera de la creación de contenido literario.

Finalmente en relación al tercer objetivo específico, identificar colaboración entre creadores de contenido de fomento lector en redes sociales y bibliotecas, es posible evidenciar que la relación de las bibliotecas públicas con el fomento lector en redes sociales puede mejorar en varios aspectos, si bien se identificaron

algunas conexiones como el Concurso anual de booktubers y bookstagramers, este es un tanto superficial y no genera una relación constante con los lectores/usuarios que están interesados en el contenido de booktube y/o bookstagram. Debido a esto, no existen colaboraciones realmente constantes con los creadores de contenido, lo cual es una desventaja, ya que la constancia es importante a la hora de crear contenido debido al algoritmo de las plataformas Youtube, Instagram y Tiktok. Según Da Silva (2019) una estrategia de interacción entre bibliotecas y booktubers son códigos QR presentes en las bibliotecas los cuales lleven a los canales de estos en la plataforma conectando a lectores con contenido literario que les puede ser de interés.

Los creadores de contenido literario en redes sociales mantienen interacción con otros espacios a través de colaboraciones con editoriales y librerías, las cuales aprovechan el alcance de los creadores de contenido para ganar más compradores. Este tipo de contenido sería beneficioso para las bibliotecas públicas, la mayoría de creadores de contenido tienen toda la disposición para crear este material (sin un acuerdo monetario de por medio), el cual atraería a más personas a conocer la biblioteca pública y sus servicios. Las limitaciones de este análisis de contenido no abarca las retribuciones económicas o de bienes que adquieren los creadores de contenido, se sugiere abordar en próximas investigaciones.

Para terminar, se sugiere que las bibliotecas públicas en Chile desarrollen estrategias de marketing que incluyan colaboraciones y trabajos con influencers. Según Zou (2019) tener redes sociales y canales abiertos para el uso regular de los usuarios, ayuda a las bibliotecas a evaluar y refinar constantemente sus programas, productos y servicios, y así garantizar satisfacer las necesidades de los usuarios a través de la comunicación participativa. Con esto no solo podrían atraer a más usuarios, si no crear una comunidad interactiva y un canal donde

promocionar el material de la biblioteca, además de tener un intermediario que les ayude a filtrar la opinión de los usuarios y posibles usuarios de una biblioteca, y con esto, lograr uno de los objetivos principales de las bibliotecas públicas, que es promover la lectura.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agustí, M.. (2015). Nuevas generaciones, nuevas lecturas. La influencia de Crepúsculo en la literatura juvenil de sagas. Espéculo. *Revista de Estudios Literarios* (55), 29-42. <https://riucv.ucv.es/handle/20.500.12466/1428>
- Agustí, M. (2011). *La saga crepúsculo: la transmisión de valores tradicionales a la juventud del siglo XXI*. En XII Congreso internacional de literatura española contemporánea (p. 9). https://www.academia.edu/13505520/La_saga_Crep%C3%BAsculo_La_transmisi%C3%B3n_de_valores_tradicionales_a_la_juventud_del_siglo_XXI
- Alonso, F. (2004). Sobre la literatura en la adolescencia. *Zona próxima*, 6. <https://www.redalyc.org/pdf/853/85300609.pdf>
- Arroyo, C. y Valenzuela, A. (2018). PIAAC: Competencias de la población adulta en Chile, un análisis al sistema educativo y mercado laboral. Comisión Nacional de productividad. <https://cnep.cl/wp-content/uploads/2018/06/Nota-T%C3%A9cnica-5-PIACC.pdf>
- Arroyo, C., Puente, A., Cerrillo, P., Yubero, S., Gómez-Villalba, E., Arellano, Janer, G., Gutiérrez, D., Rodríguez, M., García, J. (1996). *Hábitos lectores y animación a la lectura*. https://books.google.cl/books/about/H%C3%A1bitos_lectores_y_animaci%C3%B3n_a_la_lect.html?hl=es&id=09ynT7Pv7-qC&redir_esc=y
- Attiyat, N. M. A. (2019). The Impact of Pleasure Reading on Enhancing Writing Achievement and Reading Comprehension. *Arab World English Journal*, 10 (1),155-165. <https://dx.doi.org/10.24093/awej/vol10no1.14>
- Barriga, E. y Suárez, S. (2022). *Nuevas perspectivas y temáticas de la lectura en el siglo XXI*. https://www.researchgate.net/profile/Lenin-Paladines/publication/360575423_Booktubers_como_mediadores_en_el_proceso_lector/links/627e88c537329433d9adf76b/Booktubers-como-mediadores-en-el-proceso-lector.pdf
- Berndsen, J. (2021). “Reading isn’t lonely at all” An analysis of BookTube’s community features and cultures (Tesis de Pregrado). Tilburg University. <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=155769>

- Bombini, G. (2021). Literatura 'juvenil', otra vez. *Catalejos. Revista sobre lectura, formación de lectores y literatura para niños*, 13 (7), 43-54. <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/catalejos/article/download/5730/5858>
- Burger, T. (2021). El fomento de la lectura en las comunidades literarias de Instagram <http://hdl.handle.net/10609/128229>
- Burgul, Ferah; Ayaz, Perihan. (2020). Values in Youth Literature: The Case of Bridge Books. *African Educational Research Journal*, 8(3), 551-559. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1274365.pdf>
- Bustamante, P. y Bayerque, M. (2021). Literatura juvenil/literatura para jóvenes: bordes, fronteras y arrabales de la literatura. *Catalejos. Revista sobre lectura, formación de lectores y literatura para niños*, 13 (7), 5–19. <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/catalejos/article/download/5729/5856>
- Cabrera, M. (2020). Textos poéticos y jóvenes lectores en la era de internet: de "Booktubers", "bookstagrammers" y "followers". *Contextos educativos: Revista de educación*, (25), 9-24. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7308201>
- Cabrera, N. y Mansilla, K. (2022). Booktokers: Generar y compartir contenidos sobre libros a través de Tiktok. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (71), 119-130. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8357265>
- Caitsbooks. (2021). The Truth behind BookTok – Common Questions and Misconceptions <https://caitsbooks.com/category/miscellaneous/booktok/>
- Celaya, J. (2007). *Fomento de la lectura en Red*. <https://goo.gl/XUyDDz>
- Chavez, N. (2015). Aplicación para eReading como herramienta para fomentar el hábito de leer. <http://erecursos.uacj.mx/handle/20.500.11961/2971>
- Clark, Christina; Rumbold, Kate. (2006). Reading for Pleasure: A Research Overview. National Literacy Trust. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED496343.pdf>
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2011). Plan nacional de fomento de la lectura lee Chile lee. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2011/10/planfomentolectura1.pdf>
- Contreras, J. (2002). *La lectura y sus circunstancias*. En *La lectura en España. Informe 2002* (pp. 165-209). Federación de Gremios de Editores de España.
- Contreras, J. (2008). *Leer en tiempos modernos: adolescentes y jóvenes profesionales frente a la lectura*. *La lectura en España: informe*, 153-187. <https://www.fge.es/lalectura/docs/contreras.pdf>
- Da Silva, Carlos. (2019). Biblioteca híbrida: o QR Code e o movimento booktuber como recursos de promoção da literatura. *Ciência da Informação em Revista*, 6(1), 126-139. <https://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/6299/5874>

- DataReportal. (2022). Digital 2022: global overview report. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
- De la Torre, M. (2020). El fenómeno Booktube: entre el fandom y la crítica literaria. *Álabe: Revista de Investigación sobre Lectura y Escritura*, (21), 7. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539160>
- Donoso, C., Lecaros, C. y Ow, M. (2020). *Formando comunidades lectoras*. <https://bibliotecadigital.mineduc.cl/bitstream/handle/20.500.12365/17523/Formando-Comunidades-Lectoras.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Eguren, C., Machín, L. (2019). El legado de Hogwarts: la escuela de magia como recurso de identificación en la literatura y el cine juvenil. *En Catalejos. Revista sobre lectura, formación de lectores y literatura para niños*, 8 (4), 136-159. <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/catalejos/article/download/3200/3347>
- Etxaniz, X. (2017). Cerrillo, P. y Sánchez Ortiz, C.(ed.) (2016) Prohibido leer. La censura en la literatura infantil y juvenil... <https://addi.ehu.es/handle/10810/47579>
- Ezquerro, A. (2016). *El fomento de la lectura en la educación primaria*. (Tesis de pregrado). Universidad de La Rioja. <https://educaprimaria.com/wp-content/uploads/2019/01/TFE001161.pdf>
- Facchin, J. (2022). ¿Qué es Youtube, para qué sirve y cómo funciona esta red social de vídeos? <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:D4NYGpuDDZUJ:https://jofefacchin.com/que-es-Youtube-como-funciona/&cd=14&hl=es&ct=clnk&gl=cl>
- Flores, M. (2017). Fomento del goce lector a través de una estrategia que integra el gusto personal de los alumnos y que estimula la comprensión lectora (Tesis doctoral). Universidad Andrés Bello. https://repositorio.unab.cl/xmlui/bitstream/handle/ria/6087/a122143_Flores_M_Fomento_del_goce_lector_a_2017_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Galindo, M. (2015). Lectura crítica hipertextual en la web 2.0. *Actualidades investigativas en educación*, 15(1), 365-394. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-47032015000100016
- Gallardo, I. (2006). La lectura de textos literarios en el colegio ¿Por qué no leen los estudiantes?. *Revista Educación*, 30(1), 157-172. <https://www.redalyc.org/pdf/440/44030110.pdf>
- Gallardo, M. y Romero, I. (2005). *Crear el hábito de leer: el relato heroico en la literatura juvenil*. Narcea Ediciones.
- Gano, A. y Valverde, C. (2003). *Canon, literatura infantil y juvenil y otras literaturas* (Vol. 90). Universidad de Castilla La Mancha. <https://latam.casadellibro.com/libro-canon-literatura-infantil-y-juvenil-y-otras-literaturas/9788484272571/934936>

- García, A. (2021). Nuevos mediadores de la LIJ: análisis de los BookTubers más importantes de habla hispana. *Cuadernos. info*, (48), 94-114. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2021000100106&script=sci_arttext&lng=pt
- García, E. (2005). Teoría de la mente y desarrollo de las inteligencias. *Educación, desarrollo y diversidad*, 8 (1), 5-54. https://eprints.ucm.es/id/eprint/5553/1/REVISTA_DEA%C3%91O.pdf
- Gilardoni, C. (2018). Protegido: Trastornos psicológicos y literatura: la delgada línea entre la realidad y la fantasía. <https://www.leamosmas.com/category/sin-categoria/>
- González, V. (2015). El fenómeno Booktuber en Chile: Compartiendo Libros. <https://www.leamosmas.com/2015/06/23/el-fenomeno-booktuber-en-chile-compartiendo-libros/>
- Hammoudi, R. (2018). The Bookstagram Effect: Adolescents' Voluntary Literacy Engagement on Instagram (Tesis doctoral) Concordia University. https://spectrum.library.concordia.ca/id/eprint/983966/1/Hammoudi_MA_F2018.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. <https://josetavarez.net/Compendio-Methodologia-de-la-Investigacion.pdf>
- James, J. (2003). Changing students' attitudes about reading through book clubs. *Library media connection*, 21, 30-33.
- Jiménez, M. (2019). El influencer literario a través de Youtube: análisis de la estrategia comunicativa. *Obra digital: revista de comunicación*, (17), 9-18. <https://www.raco.cat/index.php/ObraDigital/article/download/363781/458050>
- Качина, К. (2020). Why do young people read less today? *ББК* 81(2), 94. https://www.brsu.by/sites/default/files/flk/sbornik_inostran_vaz_i_sovrem_mir_2020_0.pdf#page=94
- Kantar IBOPE Media. (2021). Consumo de medios en época de pandemia por generación. <https://www.marketinginsiderreview.com/target-group-index-medios-consume-generacion/>
- Labeur, P. (2021). Crítica literaria juvenil. Catalejos. Revista sobre lectura, formación de lectores y literatura para niños 13 (7), 20 – 42. <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/catalejos/article/download/5355/5865>
- Laličić, A. Dubravac, V (2021). The Role of Reading in english language ClassRooms.MAP Social Sciences, 1(1), 23–36. <https://doi.org/10.53880/2744-2454.2021.1.1.23>
- Levis, D. (2006). " Hablar" con el Teclado. El habla escrita del chat (y de otros mensajes escritos con computadoras y celulares). *Razón y palabra*, (54). <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520736009.pdf>

- Lopez, M. (2020). Enseñanza de la literatura y fanfiction: Continuidades entre saberes escolares y consumos culturales juveniles. (Tesis de grado). Universidad Nacional de La Plata. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1828/te.1828.pdf>
- Machin, L. Eguren, C. (2019) El legado de Hogwarts: la escuela de magia como recurso de identificación en la literatura y el cine juvenil. *Revista sobre lectura, formación de lectores y literatura para niños*, 8 (4), pp. 136- 159. <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/catalejos/article/view/3200>
- Macho-Cobo, N. (2019). La Literatura Juvenil y los Estudios Culturales en el Aula de Primaria. https://tauja.uaen.es/bitstream/10953.1/10300/1/Macho_Cobo_NoemU00ed_TFG_EducaciU00f3nPrimaria.pdf
- Manso, R. (2012). Bibliotecas, fomento de la lectura y redes sociales: convirtamos amigos en lectores. *El profesional de la información*, 21(4), 401-405. <http://eprints.rclis.org/17310/1/401-405.pdf>
- Margaix, D. (2007). Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. *El profesional de la información*, 16(2), 95-106. https://www.researchgate.net/publication/28806667_Conceptos_de_web_20_y_biblioteca_20_Origen_definiciones_y_retos_para_las_bibliotecas_actuales
- Márquez, M. (2021). Qué es Instagram, para qué sirve y cómo funciona paso a paso. <https://escuela.marketingandweb.es/que-es-instagram-para-que-sirve/>
- Martos, A. (2009). Introducción al mundo de las sagas. *Puertas a la lectura*, (6), 1-243. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6043388>
- Merlo Vega, J. A. (2006). La biblioteca pública como promotora de la lectura: planes de lectura y experiencias de fomento lector en España. https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/18023/DBD_Btca%20promotora%20lectura.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Miranda, M. (2022). En Chile las mujeres leen un 42% más que los hombres: romance y empoderamiento son los favoritos <https://lahora.cl/mujeres/2022/07/19/en-chile-las-mujeres-leen-un-42-mas-que-los-hombres-romance-y-empoderamiento-son-los-favoritos/>
- Monteblanco, L (2015). Comunidades en red en la sociedad de la información: informan, comunican, conectan. El fenómeno Booktube. *Information*, 20(1), 49-63. <https://informatio.fic.edu.uy/index.php/informatio/article/view/168/161>
- Moreno, V. (2011). Cómo hacer lectores competentes
- Naciones Unidas. (2015). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf

Namujuzy, Joyce. (2020). Assessment of the management of reading skills in lower primary classes: a case study of malangala sub-county, mityana district (doctoral dissertation, kyambogo university). <https://asbatlibrary.s3.eu-central-1.amazonaws.com/154c6777-0b76-4acc-9326-1ba41c209a30-Joyce%20Final.pdf>

Palacios, M. (2015). Fomento del hábito lector mediante la aplicación de estrategias de animación a la lectura en primero de secundaria. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2301/MAE_EDUC_161.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Palacios, M. (2016). Fomento del hábito lector mediante la aplicación de estrategias de animación a la lectura en primero de secundaria. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2301/MAE_EDUC_161.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Paladines, L. y Aliagas, C. (2021). Videoreseñas de booktubers como espacios de mediación literaria. <https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/30416/videorese%C3%B1as.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Paladines, L. y Margallo, A. (2020). Los canales booktuber como espacio de socialización de prácticas lectoras juveniles. *Ocnos: revista de estudios sobre lectura*. https://revista.uclm.es/index.php/ocnos/article/view/ocnos_2020.19.1.1975/pdf

Petit, M. (2015). Leer el mundo: Experiencias actuales de transmisión cultural

Piña, Z. (2019). Los booktubers, las bibliotecas y las nuevas vías de fomento de la lectura. *Desiderata*, (12), 86-89. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7140105>

Ramos, E., Alejaldre, L. y Valle, L. (2019). La tecnología digital y el fomento de la lectura en Educación Superior. En *Edunovatic 2018. Conference Proceedings: 3rd Virtual International Conference on Education, Innovation and ICT*. 17-19 December, 2018 (pp. 366-370). Adaya Press. https://www.academia.edu/40429827/La_tecnolog%C3%ADa_digital_y_el_fomento_de_la_lectura_en_Educaci%C3%B3n_Superior

Ravettino, A. (2015). Booktubers y performances virtuales: modos contemporáneos de difundir y compartir literatura juvenil en la Red. VIII Jornadas de jóvenes investigadores http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/3343/Ravettino%20Destefanis_%20Booktubers.pdf?sequence=1

Reddan, B. (2022). Social reading cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok. *Sinergy*, 20(1). <http://slav.vic.edu.au/index.php/Synergy/article/view/597>

- Rigo, M. (2020). Ficciones en los tiempos de TIK TOK: la nueva normalidad en tiempos de pandemia. *Actas de Periodismo y Comunicación Social*, 6. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/123837>
- Rivera, H. y Malaver M. (2011). ¿Qué estudia la estrategia?. Editorial Universidad del Rosario. <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3339/Fasciculo99.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivera, P. y Romero, M. (2020). El adolescente como lector accidental de textos literarios: hábitos de lectura literaria en Educación Secundaria. *Ocnos: revista de estudios sobre lectura*. <https://revista.uclm.es/index.php/ocnos/article/download/2313/1936/11591>
- Rodríguez, A. (2017). ¿Qué hace la lectura al cerebro adolescente?. *Papeles*, 9(17), 11-22. <https://revistas.uan.edu.co/index.php/papeles/article/view/464/397>
- Rovira, J. (2016a). Redes sociales en la universidad: profesionales, académicas y de lectura. *Álabe. Revista de la Red de Universidades Lectoras*, 13. <http://revistaalabe.com/index/alabe/article/view/344/230>.
- Rovira, J. (2016b). Del blog de LIJ 2.0 al booktuber en la promoción del hábito lector. *Revista de Estudios Socioeducativos*, 4 https://rodin.uca.es/bitstream/handle/10498/18939/37-51_S.1.3%20RESED%20n4%20LECTURA%20Y%20SOCIEDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rovira, J. e Ivanova, M. (2019). Educación literaria y LIJ 2.0 ante la internet de la imagen: bookstagramers, booktubers y otras redes de lectura. *e-SEDLL*, 1. <https://cvc.cervantes.es/literatura/esedll/pdf/01/07.pdf>
- Sáez, V. (2018). *Nuevas prácticas de lectura y escritura de los jóvenes en el siglo XXI*. En X Jornadas de Sociología de la UNLP 5 al 7 de diciembre de 2018 Ensenada, Argentina. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.11729/ev.11729.pdf
- Salas, C. (2010). El rol del Estado en el fomento del libro y la lectura: estudio de la situación en Chile. *Serie Bibliotecología y Gestión de Información*. 58, 07-18. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3714594>
- Salazar, S. Ponce, D. (1999). Hábitos de lectura. Lima: Instituto del libro y la lectura
- Sánchez, P., Hernández, J. y Rovira, J. (2021). Leyendo al lector social: evolución de la literatura infantil y juvenil española en Goodreads. https://www.researchgate.net/publication/349521166_Leyendo_al_lector_social_evolucion_de_la_literatura_infantil_y_juvenil_espanola_en_Goodreads
- Santos, D. (2021). Qué es Tiktok: cómo usarlo y por qué unirte en 2022. <https://blog.hubspot.es/marketing/Tiktok>

- Secul, C.y Viñas, M. (2015). Fomento de la lectura a través de las redes sociales. *Letras*. <https://perio.unlp.edu.ar/letras/historico/letras2/arts/art5/mobile/index.html#p=7>
- Servicio Nacional del Patrimonio Cultural. (2022). 8° Concurso Nacional de Booktubers y Bookstagrammers de Bibliotecas Públicas. <https://www.patrimoniocultural.gob.cl/noticias/ministerio-de-las-culturas-abre-convocatoria-8deg-concurso-nacional-de-booktubers-y>
- Simpson, A. Cremin, T. (2022). Responsible Reading: Children’s Literature and Social Justice. *Education Sciences*, 12(4), 264. <https://doi.org/10.3390/educsci12040264>
- Suárez, M. Alcaez, C. (2020). “BookTubers”: un proyecto, dos aplicaciones. *Redes de Investigación e Innovación en Docencia Universitaria*. 973-986. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7643373>
- Tallarico, G. y Berti, H. (2017) Redes sociales y bibliotecas, vínculos que crecen. https://inta.gob.ar/sites/default/files/tallarico-berti_redes_sociales_y_bibliotecas_vinculos_que_crecen_2017.pdf
- Tomasena, J. (2021). ¿Quiénes son los bookTubers?: características de los video-blogueros literarios en lengua española. *Ocnos. Revista de estudios sobre lectura*, 20(2), 43-55. <https://revista.uclm.es/index.php/ocnos/article/view/2466/2086>
- Torralba, G. (2018). Los futuros maestros se convierten en booktubers. Una práctica de fomento lector en el Grado en Maestro de Educación Primaria. *Lenguaje y Textos*, (47), 13–24. <https://doi.org/10.4995/lyt.2018.7986>
- Torti Frugone, Y. (2016). Los nuevos productos culturales digitales en Argentina. Fanfics, fanart y fan videos en la cultura del fandom de Buenos Aires (2001-2012). (Tesis de magíster). Universidad Nacional de Quilmes. https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/792/TM_2016_tortifrugone_015.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Valls, W. y Zambrano, P. (2015). Análisis de la importancia de la lectura en la sociedad actual. *Sociedad del Siglo XXI*, 1(21), 96-109. <https://www.gestiopolis.com/analisis-la-importancia-la-lectura-la-sociedad-actual/>
- Vargas, G. (2019). La biblioteca virtual en los nuevos entornos del conocimiento y el aprendizaje en línea. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/ecsah-unad/20201111044402/La-biblioteca-virtual.pdf>
- Verdú, A. Conteras, P. Guzman, M (2019). Lectura y aprendizaje informal en YouTube: El booktuber. *Comunicar*, 59, 95-104. <https://doi.org/10.3916/C59-2019-09>
- Viñas, M. (2015). Hábito lector y promoción de la lectura en bibliotecas. *Letras*, 1(1), 67-71. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.8495/pr.8495.pdf

- Vizcaíno, A., Contreras, P. y Guzmán, M. (2019). Lectura y aprendizaje informal en Youtube: El booktuber. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (59), 95-104. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6868308>
- Wong, O. (2005). Importancia de la lectura en la vida cotidiana. Universidad Autónoma del Carmen. <https://www.unacar.mx/contenido/difusion/acalan36pdf/contenido.pdf>
- Wiederhold, K. (2022). BookTok Made Me Do It: The Evolution of Reading. 25(3), 157-158. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.29240.editorial>
- Zou, H. (2019). Understanding the role of social media in enhancing participatory services in public libraries <https://doi.org/10.5204/thesis.eprints.134413>

ANEXOS

Anexo N°1. Preguntas de entrevista

Preguntas para caracterizar a los entrevistados:

Edad:

Género:

Profesión

Dedicación completa o parcial a la *red social*:

Preguntas de fondo:

- ¿Nos puedes contar “la historia” de cómo partiste creando contenido literario en (booktube /booktok / bookstagram)?
- ¿Qué edad tenías y qué te motivó a crear tu primera publicación?
- ¿Fue o no intencional convertirte en influencer?
- ¿Tienes algún vínculo y/o colaboración con las bibliotecas?
- Si la respuesta anterior es positiva, consultar: ¿De qué tipo? ¿Con cuál o cuáles bibliotecas se generó esta colaboración? / ¿Cómo se generó? / ¿Qué resultados se obtuvieron o se obtienen de esa colaboración?
- Si la respuesta anterior es negativa, consultar: ¿Por qué crees que no se ha dado esa vinculación?
- ¿Consideras relevante o necesario que las bibliotecas busquen tener alianzas con ustedes? ¿Si o no? ¿Por qué?
- ¿Qué tipo de trabajo colaborativo podrías hacer con las bibliotecas para fomentar la lectura en los jóvenes?
- ¿De qué género literario hablas más en tus contenidos? ¿Por qué?
- ¿Qué tipo de contenido es el que más te gusta hacer? tags, trends, reseñas, etc ¿Por qué?
- ¿Cuánto tiempo dedicas a la realización de contenido e interacción con seguidores? ¿Cómo es la interacción con los seguidores?
- ¿Qué tipo de contenido tiene más alcance e interacción entre tus seguidores? ¿Por qué

- piensas que ese contenido tiene más alcance?
- ¿Tienes interacción con otros/as creadores de contenido literario? ¿De qué tipo?
- ¿Colaboran juntos o solo interactúan?
- ¿Conoces a algún influencer que tenga alguna colaboración y/o vínculo con bibliotecas?
SI: ¿De qué tipo?
NO: ¿Por qué?
- Según las estadísticas que les entregan las redes sociales ¿Quiénes visualizan más tu contenido? Género, edad y país. ¿Por qué crees que esas personas consumen más tu contenido?
- En relación a la interacción que tienes con tus seguidores u otros “influencers literarios”, ¿Estás de acuerdo o en desacuerdo con la hipótesis de que los jóvenes actualmente no leen? (sí o no y por qué)

Anexo N°2

Entrevistado 1

PREGUNTA: bueno lo primero para partir son preguntas súper simples para caracterizar.

¿tu edad?

ENTREVISTADO 1: 39 años

PREGUNTA: ¿género?

ENTREVISTADO 1: masculino

PREGUNTA: ¿profesión o dedicación?

ENTREVISTADO 1: siempre me confundo con esto porque es con lo que me gano la vida o con lo que estudié, porque no es lo mismo para mí.

PREGUNTA: Puedes mencionar las 2 cosas

ENTREVISTADO 1: mira yo me gano la vida como almacenero, tengo un almacén de barrio, ese es mi trabajo, pero estudié agronomía, soy ingeniero agrónomo y también tengo una maestría el título es un poco largo, dice magíster en liderazgo, dirección y comunicación estratégica, las 2 de la universidad de la serena

PREGUNTA: Que interesante

ENTREVISTADO 1: tengo esos 2 títulos, pero trabajo como almacenero

PREGUNTA: qué buena entonces ahora ya partiendo con las preguntas de booktuber nos puedes contar la historia de ¿cómo partiste creando contenido literario en Booktube o en todas las redes sociales?, porque veo que estás en todas

ENTREVISTADO 1: es una locura lo que estoy haciendo, estoy en todos lados, a ver cómo comencé, partí el 2015 y yo estaba en otra en ese tiempo no conocía los booktubers, yo sé que como el 2014 empezaron los booktubers a popularizarse dentro de Youtube y yo no era una persona que consumiera Youtube, entonces lo que si hacía era que leía mucho, me gustaba leer y todo el asunto, es que como me volví almacenero dejé de hacer como trabajo intelectual, hacer algo complicado, entonces me aburría tenía mucho tiempo muerto, así que empecé a ver qué podía hacer con el material con lo con lo que a mí me gustaba hacer que era leer y entonces lo primero que vi fue blogger y vi que la gente hacía reseñas de libros y cosas así, entonces dije ya voy a probar, voy a hacer unas reseña de unos libros que acababa de terminar una cosa así y como para sacarme esa esa necesidad de expresar lo que el libro había significado para mí, en ese tiempo la primera reseña que hice fue de ensayo sobre la silla que fue un libro que pum me impactó mucho entonces tengo que por lo menos dejar una

constancia de que me pareció en ese momento o que para que alguien más lo lea, recomendarlo porque me pareció un libro importante toca temas muy importante, entonces hice una reseña súper mala, primero como yo vengo de gran de un ámbito científico escribía súper mal y todavía, tengo muchas faltas de ortografía, mucha mala puntuación, entonces empecé a hacer reseñas y todo el asunto, hay una especie de emoción que se siente cuando el visor dice que lo ha leído 50 personas, 100 personas, 300 personas, pero si yo no le he hecho ninguna promoción a esto, como llego esa gente, ahí empieza esa investigación que uno empieza a hacer de cómo está llegando esa gente y empieza a pasar el tiempo sigues subiendo reseñas y dice que se mantienen los números de visualizaciones, entonces cómo llego a más gente y ahí es cuando uno empieza a hacer asociaciones con otros bloggers en ese tiempo empezamos a colaborar, no a colaborar así como a hacer reseña entre 2 personas, sino que apoyarnos, ir a su blog escribir un comentario y el otro se devuelve te escribe un comentario entonces yo lo que hacía era colgar reseñas, reseña tras reseña tras reseña y que es lo que hacían la mayoría de los bloggers y en ese momento yo quería crecer más quería que alcanzar, llegar a más gente y mirando el blogger te da una opción, te dice cuáles son tus 10 mejores post, tus 10 mejores posts y tú los pones en un rinconcito del blog, que dice los posts más leídos de este blog y este que puede ser un beneficio para el blog, también es un dato importante para para los que estamos mirando desde afuera porque son las entradas que más ve la gente y uno como que puede captar ahí que entrada, que contenido es el que le va mejor a ese blog, que contenido es el que le va mejor a otro blog, casi todos ponían los 10 mejores post que tenían y casi todos esos post eran de que aconsejaban una forma de leer una saga, ya sea Harry Potter, ya sea cualquiera de muchas sagas de fantasía.

PREGUNTA: ¿el orden de los libros?

ENTREVISTADO 1: exacto, que es básico para cualquiera, muchos dicen la saga Harry Potter es super conocida, pero a veces uno se da vueltas cuál era el primero, no se uno no se acuerda y esos post eran muy exitosos en todos los blogs, casi nadie hacía uno solo por la experiencia que tenían leyendo entonces dije ya, si esos son más conocidos yo voy a hacerlo de todos los libros que he leído, de todos los autores que he leído, voy a ser como unas guías entonces a la reseña le fui incorporando guía y eso duplicó las visitas del blog, las triplicó, las cuatriplique y venía más gente al blog, venía más gente al blog que venían a esos post y se quedaban a leer alguna otra reseña que yo le dejaba en la zona de ahí estratégicamente para que lo leyera y empezó a crecer y en ese momento yo dije ya voy a tratar de probar en otras plataformas tenía un Twitter para apoyar el blog pero Twitter es muy difícil en el sentido que necesita mucha vitalidad, es muy instantáneo el timeline pasa muy rápido y no se queda mucho ahí, entonces yo dije ya voy a voy a probar en Instagram, miro el asunto y no me fue nada de bien, en esta app tuve muchos problemas, porque hay que verificar la cuenta con el correo, era 2017, y a mí se me olvidaba verifica la cuenta, entonces perdí muchas cuentas de Instagram y tuve que volver a empezar de cero, nunca me fue bien en Instagram a pesar de que me esforzaba en hacer fotos bonitas el algoritmo nunca me beneficio, pero si consumía Instagram, y al consumir Instagram me quedaba viendo historias y en las historias la gente siempre estaba grabando con el celular el libro y lloraba por el celular, entonces tú veías la mano de la persona, hablando y explicando lo que le había parecido libro o los unboxing que hacen y dije me quedo mirando esto demasiado tiempo, porque me quedo mirando esto sí estaba viendo una mano que está mostrando los libros y dije ya voy a hacer lo mismo pero no en Instagram lo voy a probar en Twitter ya entonces pesque mi cámara y subí un video igual, hable de un libro X y lo colgué en Twitter, stamline pasó muy rápido, el vídeo se perdió, no hubieron RT, no tuvo interacción, mal, probé con órdenes de lectura probé con recomendaciones de Benedetti me

acuerdo hice un tutorial para leer rayuela no ninguno causó efecto en Twitter así que dije ya no cuelgo más de su vídeo en Twitter que te permitirá subir videos como de 2 minutos y fracción de minutos 20 segundos algo así así que dije para no perder estos vídeos los voy a dejar en mi cuenta de Youtube porque yo no tenía Youtube porque no tenía no tenía interés de aparecer en cámara nunca he tenido interés de aparecer que no me gusta aparecer en cámara me carga entonces dije nunca voy a poder ser Youtube porque no me gusta estar frente a la cámara entonces porque esos vídeos sí la esperanza de llegar a crecer en Youtube solamente lo dejé ahí para experimentar a ver qué pasaba porque el timeline se perdía entonces ella perderse contenido mejor lo aguardaban Youtube y lo elimina mi computador porque me estaba estorbando así que lo deje ahí, pasaron las semanas, un mes y el vídeo de Rayuela tenía 3000 vistas, para un canal que tenía 3 vídeos de 2 minutos, muy malos los vídeos porque yo lograba se me movía la cámara, no tenía un guion, entonces cuando no tienes guion por lo menos me va a salir cuando no tengo guion, digo mucho eee, eee, porque estoy buscando la otra idea y no me fluye entonces era muy malo el video uno dice entrecortado eee pero la información era lo que le interesaba a la gente no era como yo lo decía no era formato quería la información querían saber cómo leer Rayuela era todo lo que allí no había ni un video en Youtube que explicara cómo derribar y eso hizo que el vídeo que tenía 2 minutos mira ya dije, voy a pasar lo que hice en el blog a Youtube tal cual y empezó a generar eso, ese tipo de contenido que no apunta a mí si no que apunta a ayudar al lector porque cuando yo empezaba a leer algún libro de algún autor siempre uno se pregunta por qué libro empezar, qué libro me servirá, cual será menos complicado para entrar al universo de este de este escritor y eso es tipo tutoriales en Youtube desde ese tipo de tutoriales uno siempre necesita como ese amigo un amigo lector que te diga sí te diga mira me leí 3 libros de este autor y este es como el más más fácil que te encontré con ese puro orientación tú le llegas a ese a ese libro y perdón me están llevando entonces hice eso y en el canal empezó a crecer

subía un vídeo al mes o 2 vídeos al mes no más que eso porque mi intención no era o ser esclavo de Youtube y subir vídeo de todo el asunto sino que era ayudar al lector y era experimental, subir un vídeo a ver cómo funcionaba, subir otro video y ver qué resultados me daba y siempre eran videos de cómo ayudar, orientar al lector, porque internet está lleno de reseñas, la reseña ayuda mucho como una mediación para que uno entienda un libro, pero para leer a ciertos autores no había mucho, entonces hice de Vargas Llosa, Oscar Wilde, de todos los escritores que a mí me gustaban y había leído, Jane Austen, todos y así el canal empezó a crecer y llego marzo del 2020 y ya habían suscriptores que empezaban a decirme que porque no había subido video la semana pasada, porque hace dos semanas que no subia video, que porque no lo hacía más seguido, ya dije yo, voy a experimentar que pasa si subo un video cada semana y ahí cuando empecé a subir video cada semana surgió el problema que necesitaba más contenido diferente y es cada semana, uno lo ve como lejano, pero es trabajo y de esa forma comenzó a crecer el canal, yo tenía el 2020, llegaron mil suscriptores en enero del 2020 y ahí empecé a subir videos más seguido y el problema de la creatividad, de que mostrarle a esa gente, fue solucionado por ellos mismos, ellos me dejaban en los comentarios, una vez me dijeron Ricardo vi tu librero y tienes muchas editoriales, ¿Cuál es mejor?, ¿Cuál te gusta más?, ¿Cuál nos recomiendas?, ya guía de editoriales, no se “Ricardo, quiero leer más, que consejos me das para tener hábitos de lectura”, ya, hice un video de hábitos de lectura, otro “¿Qué diferencias hay entre profundidad y literatura comercial?” por ejemplo, ya, también un video de eso y lo mezclaba con top de libros, libros de ciencia ficción, libros latinoamericanos, libros de premios nobel y así fui haciendo de libros cortos, de algunas temáticas, libro sobre la soledad o cosas que ellos me pedían y así fui creando contenido y hasta el día de hoy ha crecido mucho mi canal y esa batería de videos que orientan al lector es lo que lo ha mantenido vivo y lo ha hecho crecer constantemente, si yo veo en estadísticas los videos que funcionan solos, son los videos de recomendación,

¿Cómo leer a Bukowski? ¿Cómo leer Rayuela?, etc, siempre están dando vueltas, siempre la gente los está buscando, eso significa que la gente si quiere leer y quiere una orientación de como leer, entonces mi canal yo siempre lo pensaba como un servicio para orientar a esa gente que anda dudando y no sabe que leer y darle un empujoncito para que se decida por un libro de ese autor y no tenga tanto miedo de encontrarse con complejo, porque es fome que tú vas a empezar a leer a un autor y el libro más famoso de José Donosos es el Obsceno pájaro de la noche, y van a leer el Obsceno pájaro de la noche y es terriblemente complejo, muy difícil, un ladrillazo, entonces que pasa, ya no quieren leer, causa rechazo, entonces porque no decirles desde mi experiencia hay 3 libros, este es el más difícil, déjenlo para después, empiecen con este y básicamente eso es lo que he intentado hacer en el canal, tratar de entregar un servicio que no siempre esta y que no estaba antes, porque antes si tu tenías una duda ibas a los foros y hacías una pregunta y la gente iba y contestaba, entonces ahora que hace la gente, la gente no va a los foros, le pregunta a Google o le pregunta a Youtube y yo estoy ahí y he logrado posicionar muchas entradas de Blogger y muchas entradas de Youtube que no todo el mundo hace eso, incluso hay booktubers españoles, muy buenos que han leído muchos libros de un autor y no se atreven a hacer un videos de ese autor especifico porque quieren leer toda su obra, no es necesario, con que leas unos cuanto libros de ese autor tú puedes dar una orientación a esa gente que necesita un empujoncito para animarse a leer y después me hice Tiktok y después me hice Instagram, como te decía, Instagram nunca me funciono, el algoritmo de Instagram nunca me quiso, en cambio Tiktok lo abrí e inmediatamente comencé a subir contenido, pero replique lo de Youtube, ya sabía lo que funcionaba, ya sabía que funcionaba Bukowski, ya sabía que funcionaba Rayuela, inmediatamente hice le video de Rayuela en Tiktok y furor, para arriba, para arriba, empezaron a llegar suscriptores y la gente no podía creer, era por los jóvenes, Tiktok tiene mucho público joven y los jóvenes son podían creer que existiera un libro con instrucciones, entonces lo compartían,

mira este libro tiene instrucciones, no podían creer que un libro tuviera instrucciones para poder ser leído, después les gusto la guía de Bukowski y después comencé a imitar en formato corto lo que yo hacía en formato largo en Youtube y resulto super bien, empecé a crecer, claro Tiktok a veces te promociona más, a veces te promociona menos, el algoritmo va cambiando, y eso paso porque estaba viendo Instagram y una creadora dijo estoy en Tiktok y saben que está funcionando super bien, entonces dije voy a probar, y me funciona, yo ya había hecho reels en Instagram, pero en cuanto salió, salió en Instagram, entonces me puse a hacer Instagram, reels y no funciona, no lo veían, no lo promocionaban, muerto, dije no hago más reels, no voy a perder mi tiempo con esto y nunca he podido crear contenido en Instagram que me publicite, que me viralice, sí que no lo infle más, de hecho me llamaron del servicio nacional de bibliotecas públicas para participar de jurado de Booktube y me dijo Luz la coordinadora y me dijo yo te llamo para que seas jurado en Youtube, porque en Instagram no te va muy bien, y ahí me dolió el corazón de creador, como es posible que no me vaya bien en Instagram, voy a hacerle un empeño, entonces justo Instagram cambio, se empezó a preocupar porque Tiktok estaba reteniendo su público, entonces llego Tiktok y estaba haciendo algo novedoso, que las otras plataformás, Youtube, Instagram son muy mezquinas, Youtube no es por eso, Youtube es porque es mucha gente, Instagram es porque quiere volverlo un negocio, quiere que tu pagues para publicitar tus cosas, que no sea orgánico, que pagues, entonces estaba super bien Instagram porque la gente estaba pagando para que se vieran sus cosas, hasta que llego Tiktok y viralizo de una manera impresionante y la gente dijo para que voy a pagar Instagram si Tiktok me viraliza y sin pagar nada, entonces viene una actualización de Instagram y dije ahora voy a hacer reels porque Instagram está preocupado y metí unos reels y fue una cosa impresionante, una viralidad que no había visto nunca, ni siquiera en Tiktok, un reels mío llego a 7 millones de personas, mucha gente, en dos semana pase de 3 mil, 5 mil seguidores a 120 mil, una locura y muy extraño

porque llego tanta gente, llegaban como 500 personas diarias, en un momento Instagram paro de viralizarme mucho y me dejo como un tope, ahora me viraliza como hasta un cierto punto y después va ir disminuyendo, porque así es la cosa con el algoritmo y se ponen mezquinos y ahora estoy bajando tenía 130 mil y ahora 127 mil, porque se sigue yendo la misma cantidad de gente, pero no llega tanta como antes, entonces ahí está medio complicada la cosa, pero es raro, estuve 2017 no sé cuánto rato para crecer en Instagram y después en dos semanas de golpe, es super raro porque no tengo nexos con esa gente, me llegan comentarios y todo el asunto, pero no se crea comunidad como en Youtube, porque en Youtube son videos más largos, la gente está más tiempo escuchándolo, Instagram y Tiktok son más cortos en periodo entonces la comunidad es más pequeña, a pesar de que tengas más seguidores, la comunidad en Youtube como que te quiere más, tiene más fiato con el canal que con las cuentas de Instagram y Tiktok, aunque con el otro llegues a más gente.

PREGUNTA: ¿Tienes algún vínculo o colaboración con las bibliotecas? y ¿de qué tipo? ¿con cuál o cuáles bibliotecas se generó esta colaboración?

ENTREVISTADO 1: Será lo mismo el sistema de bibliotecas públicas que una biblioteca, porque con biblioteca en mi ciudad no, nunca he ido a la biblioteca de aquí, de la de la zona, porque no tengo tiempo estoy todo el día en el negocio y está súper lejos de mi casa, incluso cuando voy a hacer trámites o cuando estaba estudiando el magíster no alcanzaba a pasarme a la biblioteca porque tampoco estaban de camino, están súper alejado de todo, muy aislada y entonces no alcanzó, la librería si, la librería está ahí, siempre disponible para comprar libros, siempre están disponibles para sacar libros gratis, ahí sí que no, personalmente nunca he ido a las bibliotecas de la zona y por redes tampoco me han contactado y de lo que te decía en el Sistema de Bibliotecas Públicas participe de dos

concursos de Booktuber que hicieron, 2020 y 2021, en los dos participe y nunca gané, participe en la categoría Booktuber, que dice que tienes que tener 500 suscriptores o más y básicamente que te dedicas a ser Booktuber durante el año y que tienes una cuenta estable y no gané, me fue super mal, hay 3 lugares y uno es un concurso de popularidad, entonces yo tenía muchos seguidores, le dieron muchos me gusta al video y por eso me dieron un premio de consuelo, ya que a los que ganan, los 3 primeros lugares los tratan super bien, los llaman por teléfono, a los que no ganamos no nos pescan mucho, entonces me sentí super triste porque yo quería ganar la cámara del primer lugar y no hubo caso, estoy todo el año haciendo videos y no soy capaz de hacer un video para ganar un concurso, que mal, y el asunto es que claro, participe esos dos años y parece que les gusto de todas formas mi canal al Sistema de Biblioteca Públicas y me invitaron a participar, me llamó Luz y me dijo puedes ayudarme con una charla para hacer un taller de Booktube y estoy en un periodo de mi vida que siempre digo no, así que ahora voy empezar a decir que si, ya me habían invitado para una entrevista de este tipo y también había dicho que no, esta vez voy a decir que sí, no puedo ser tan negativo, no me gusta , no soy una persona sociable la verdad, cuesta llevar eso encima, cuesta ser tan retraído, tan aislado, sí que dije voy a decir si y Luz me dijo tienes que aparecer en cámara y chuta, no puedo con eso, no puedo salir en cámara, así que no hice esa charla, no hice ese taller, no me dio la personalidad como para que quedara el video grabado ahí , así que después me dijo, Ricardo queremos grabar pequeñas capsulas para un concurso y también le dije que no puedo, no puedo salir en cámara, no es lo mío, lo mío estar atrás de la cámara y hablar, eso es lo mío, pero a ellos no les servía ese formato y en última instancia como para invitarme al concurso otra vez me invitaron a ser jurado, yo les dije no tengo ningún problema, la reunión era por Zoom, ahí por lo menos pude participar, les pude ayudar en eso y me di cuenta un poco como funcionaba, como elegían y me acordaba de mis videos y nunca iban a ser elegido bajo las perspectivas del jurado y me llamo la atención que

comentaban entre ellos, esta Luz y el otro coordinador que se me olvidó el nombre y estaban moderando la elección, y decían por qué no siguen, claro ganan el concurso, tienen lugares, pero por qué no siguen, entonces yo empecé a recordar, yo pensaba que el concurso era una cosa como para celebrar a los booktubers, para celebrar el libro, como evento, que es muy bonito, porque que yo sepa no hace en otro lugar de Latinoamérica o en otro lugar del mundo que se haga un concurso de booktokers, yo no había escuchado, sí que me parece una idea super innovadora, como para celebrar, como evento, porque la lectura no es solo aislarte a leer, puedes compartir por redes sociales, puedes ir a la biblioteca, puedes participar en lecturas conjuntas, puede ser una experiencia social más amplia, ir a la biblioteca yo no puedo, pero ir a la biblioteca es como un paseo, es una experiencia distinta, no irse al mall, ir a la biblioteca y el concurso es como una parte de esa experiencia, tú puedes incluso participar en concursos si tu hablas de tu libro en internet en distintas redes y eso lo encontraba super bien, pero después me vino ese comentario de por qué no siguen y ¿realmente el concurso tiene el fin de generar booktokers? Yo pensé que solo era que participaran y que la gente viviera la experiencia, pero parece que tienen la inquietud de que se creen booktokers, de que existan Booktuber chilenos y funcionen durante el año, pero a través de un concurso no creo que se logre, es super difícil porque Youtube es una plataforma despiadada, rompe el corazón, porque tú haces un video con todo tu esfuerzo, pero si tu audiencia no va a ese video, Youtube no lo va a compartir, te dice tu video a tenido poca participación desde la gente y por eso tiene un 40% menos de visualizaciones, no repitas este contenido, entonces es muy despiadado, Tiktok a veces también que es una red más nueva, pero si no funciona, si no engancha con la gente no te comparte, entonces si quieres ser creador y quieres mantenerte en el tiempo que te premien en un concurso y te regalen un par de libros puede servir como un empujoncito pero la plataforma te come, te viraliza muy poco, te da a conocer muy poco, entonces tu como persona que quieres llegar a toda la gente posible,

no es gracia que subas un video super elaborado y te vean super pocas personas, a nadie le gusta, se desaniman y deja el canal en el camino, entonces más que un concurso deberían tratar de hacer un acompañamiento al que gane, al que le vean alguna proyección, porque sin un acompañamiento cuesta, digo un acompañamiento en el sentido de que si hace contenido ayudarlo promocionando ese contenido, quizás facilitándole el acceso a la biblioteca, no solo que pueda entrar a la biblioteca, sino que pueda tener acceso a interiores de la biblioteca, pueda hacer videos en la biblioteca, tenga un trato más VIP en el sentido que le puedan prestar los libros por más tiempo o le puedan prestar más libros de los que se le prestan a una persona normalmente, por qué, porque esta haciendo contenido para fomentar la lectura a nivel país, a nivel global, las plataformás son globales, apoyar a esa persona que esta fomentando la lectura a través de la redes., y yo pensaba que participando en esos concursos, por eso participe, porque siempre pienso en la estrategia de poder crecer más y dije OK si no gano por ultimo van a mostrar mi video en las redes de ellos, voy a aparecer en las redes del Sistema de Bibliotecas Públicas, no me siguió nadie de ahí, porque tienen muy poco alcance, hace un concurso de booktubers y creo que el canal de Booktube del servicio de patrimonio esta muerto, tiene gente que lo ve, pero esta muerto en interacciones, no hay una comunidad que este ahí para ver los videos de los booktubers, entonces tampoco les ayudan a que sus canales empiecen porque ellos mismos no llegan a gente, el servicio de patrimonio no esta generando contenido constantemente, eso es lo terrible de las redes sociales, si no eres constante el canal se muere, por qué, porque apareces en la pantalla principal de las personas que te consumen una vez, cuando tu subes el video y si dejas de subir videos por un tiempo muy largo, cuando subas un video de nuevo no vas a aparecer, si quieren ayudar a generar booktubers, primero deberían arreglar sus redes, porque las redes del Sistema de Biblioteca y de todas las bibliotecas son paneles de anuncios, son diarios murales, hay charlas, hay eventos, hay esto, no hay contenido, no hay gente, no crean comunidad,

ellos mismos no tienen comunidad y sin comunidad no pueden hacer concursos para impulsar nuevos booktubers, yo no se lo dije a Luz ahí porque los vi muy cansados, estaban haciendo moderación de muchos videos y si no me preguntan no me meto, porque no tengo que ser tan metido, pero yo pienso que les falta en ese sentido, las mismás redes de ellos deberían tener un contenido más constante

PREGUNTA: ¿Consideras relevante o necesario que las bibliotecas busquen tener alianzas con booktubers?

ENTREVISTADO 1: yo creo sí, porque ya tenemos hecha la mayor parte del trabajo que es crear comunidades, ya tenemos cierta audiencia y cualquier cosa que subamos la va ver más gente, al verlo más gente la plataforma lo comparte más, la lectura se fomenta más, que es lo que puede hacer una biblioteca, por ejemplo aquí la biblioteca de La Serena, Gabriela Mistral que construyeron un edificio precioso que no he podido conocer, podría tener en sus redes 3 o 4 booktubers nacionales o bookstagrammers nacionales y que uno haga un video al mes, si son 4, tendrían 4 videos en la semana y tendrían contenido y uno mismo lo promocionaría en su canal y se preocuparía de que generara y a nosotros nos convendría mucho de que si estamos haciendo esas colaboraciones que nos apoyen con libros, no necesitamos que nos regalen libros, sino que nos presten los libros, quizás por más tiempo posible, que nos dejen entrar a la biblioteca a donde no entra la gente normalmente, poder recorrer los estantes, hacer videos, hay muchas cosas que se pueden hacer con los materiales de la biblioteca y creo que las bibliotecas tienen tanto potencial, tanto material ahí guardado, hay que abrir los libros y mostrarle ese contenido a la gente, porque las bibliotecas están ahí, está el edificio y quieren crear comunidad dentro de la biblioteca, que la gente vaya a la biblioteca lo que a mí me parece super bien, pero hoy en día la gente tiene poco tiempo, entonces el problema de la biblioteca es como tenemos poco tiempo, hay que salir de la ruta normal para ir, segundo leer el libro es otro gasto

de tiempo y tercero después ir a devolver el libro, entonces es problema, lo bueno es que crearon la Biblioteca Pública Digital y esa brecha se acorta, me parece una maravilla que se pueda hacer eso, pero aun así hay gente que le gusta leer el libro físico y que no le gusta mucho lo digital, entonces en pandemia la biblioteca regional hizo un delivery, pero para gente de la tercera edad, hubiera sido entretenido que el delivery hubiera sido para todos y que se mantenga, porque los restaurantes tienen delivery de comida porque la gente no tiene tiempo, el tiempo es un recurso muy escaso y la biblioteca podría hacer lo mismo, me encantaría que lo hiciera, yo sería muy feliz

PREGUNTA: ¿De qué género literario hablas más en tu contenido?

ENTREVISTADO 1: Principalmente literatura que tenga algo filosófico, me gusta mucho la literatura que me hace cuestionarme cosas, que me hace pensar, que no es solamente una novela de aventura, también leo esa literatura y la reseño, pero casi siempre es lectura con un contenido filosófico, no son libros de filosofía, sino que son novelas con contenido filosófico, eso es lo que más me gusta a mí y es lo que presento en el canal como literatura, por eso me vinculan mucho con los clásicos, los clásicos tienen esas preguntas que te hacen hacerte a ti mismo de la vida y de todo el cuestionamiento de porque estamos aquí, existencialistas, es entretenido por eso ese contenido es mi favorito y es el que más publico en mi canal, de lo que más hablo en mi canal y en todas mis redes como Instagram y también aparte de lo existencialista me gustan las novelas que tienen algo diferente que son extrañas, como Rayuela por ejemplo, como Sobre héroes y tumbas, que te cuesta descifrar que es lo que va a pasar por como está escrita, entonces también entra la literatura latinoamericana que tiene esa cosa diferente, porque tu leer literatura europea y es super lineal, va todo ordenadito, la literatura latinoamericana tiene más pasión, más caos, yo siempre he dicho que dentro del caos hay más vida, el orden es más frío, por eso me gusta Pedro Paramo, La ciudad de los perros, María Luisa Bombal, el realismo mágico me gusta mucho

por eso, porque no es orden, pero tienen una buena base narrativa que no es un caos al lote, tiene una coherencia y tú tienes que buscarla y por eso también me gustan esos libros.

PREGUNTA: ¿Cuánto tiempo dedicas a la realización de contenido e interacción con seguidores? Y ¿Cómo es esa interacción con tus seguidores?

ENTREVISTADO 1: Donde más tiempo gasto para hacer contenido es en Youtube, le tengo mucho cariño a Youtube porque se ha creado una comunidad muy bonita y básicamente lo hago por la gente que está ahí, porque de viralización no me da buenos resultados como me los da Instagram o Tiktok, para Tiktok e Instagram no creo contenido, se me ocurre una idea rapidita y la hago, hago un reels o un Tiktok, hago 1 o 2 a la semana o semana por medio, pero sagrado Youtube para que aparezca un video mío cada semana sagrado tengo que domingo, lunes, martes dedicarme a pensar la idea, ver el guion para que no se me pasen esos “eee” y sea un poco más fluido y después grabo entre miércoles y jueves y el viernes edito el video y el sábado lo subo, estoy toda la semana dedicando un cachito de mi tiempo libre a ir creando el contenido paso a paso para Youtube, esa es la plataforma base o pilar a la que más le tengo cariño

PREGUNTA: Y ¿Cómo está la interacción con los seguidores?

ENTREVISTADO 1: yo no soy mucho de generar relación con las personas, de hecho tengo super pocos amigos y de repente esta gente que me agarra cariño porque aparezco semanalmente y me manda mensajes a Instagram, me hacen preguntas, me fotografían sus librerías, me los mandan, me dicen ordeno los libros así por tus librerías, me compre este libro gracias a ti, yo trato de ser lo más cortés posible, lo más amable posible, muchos quieren conversar mucho rato y a mí no me gusta, me cuesta cortarles un poco para no parecer desagradable, entonces trato de comentar todos los comentarios que me dejan, aunque sea un “muchas

gracias”, un monito, lo que sea, para que vean que yo leí ese comentario, que yo lo aprecio, ¿por qué?, porque si yo deajo comentarios en Youtube le dedico mi tiempo, no es llegar y hacer un comentario, uno tiene que ver el video y decir que me gusto de ese video para dejar ese comentario, hay tiempo, cuando yo deajo un comentario y el Youtube no me responde, para que deajo el comentario, no voy a seguir comentando verdad, no tiene sentido, no me pesco, entonces no le comento más, yo no quiero ser igual que esa gente, si me dejan comentarios trato de apreciarlo y de devolver el comentario, aunque este todo el día sábado comentando comentarios, pero hago lo posible, algunos no los contesto porque me dejan preguntas muy raras o no tengo una respuesta, pero trato de responder ahí y la otra interacción es con los en vivo, antes no hacia porque decía a quien le va importar que este tipo que está detrás de la cámara, que no aparece delante de la cámara, que va aparecer la pura mano ¿Quién va ver un en vivo así de fome? Y un día un suscriptor me dijo Ricardo si te falta contenido haz un en vivo, si que dije lo voy a intentar, si que pesco el celular y el celular tiene una pantallita pequeña para ver los comentarios y yo pensé que no lo iba a ver nadie y se conecto mucha gente, un mar de preguntas de gente preguntando recomendaciones, me gusta, tirando la talla, a veces me dejan preguntas trampa para que diga alguna tontera, es muy bonito, el último lo hice para mi cumpleaños y mucha gente me saludo, fue muy bello y realmente hay una conexión con ellos, me gusta mucho el en vivo porque me pueden preguntar en directo y yo les contesto al tiro y eso que no aparezco, pero igual les gusta, lo malo es que como son muchas preguntas no las puedo agarrar todas, tanto así que el celular me da una pantalla muy pequeña para ver los comentarios y se me paso uno de un compañero del colegio que no lo veo hace todo este tiempo y no lo vi, no lo vi en el en vivo y no lo pude saludar, no lo vi, me dio mucha pena no haberle podido contestar en el momento, eso me hace dudar de hacer en vivo a alguno les puedo contestar y a otros no y se quedan tristes, me genera sentimientos encontrados, pero básicamente son los comentarios y el en vivo para interactuar.

PREGUNTA: ¿Qué tipo de contenido es el que más te gusta hacer (taggs, trends, reseñas u otros)? Y ¿Por qué?

ENTREVISTADO 1: No me gustan mucho los booktaggs porque los encuentro muy repetitivos, tengo una manía, cuando hay un libro que esta de moda no lo leo hasta que se olvidan de el y ahí yo lo vuelvo a sacar a flote, cuando se habla mucho de un tema yo me aparto, como todo el mundo los esta haciendo los encuentro muy repetitivos, si bien es un esquema dinámico que genera mucha recomendación de libros, no me gusta, si me gusta hacer mucho top de libros sobre alguna temática, sobre todo top de libros para que la gente empiece a leer, a esos videos les va super bien y a mi me gusta hacerlos, porque si ustedes buscan en Youtube y ven en el buscador lo que la gente pone, buscan libros para leer, porque no saben buscar y se van a los eslogan más grandilocuentes y por eso yo hago videos con títulos grandilocuentes como “libros que deberías leer antes de morir”. “libros que debes leer alguna vez en tu vida”, “libros imprescindibles” y la gente se enoja, falta este, falta este otro, pero ese no es el fin, el eslogan es el gancho para que la gente que esta buscando que leer entre al video, entonces esos videos me gusta hacer, en donde hago recomendaciones para que la gente empiece a leer y lo otro es un contenido que se empezó a dar, es que uno hace contenido de acuerdo a lo que tu comunidad te va pidiendo y a lo que tu ves que va funcionando, lo que más ve la gente, entonces empecé a hacer contenido de preguntas y respuestas de contenido literario y a esos videos de preguntas y respuestas les ha ido muy bien, es un contenido que no lo margino hacia mi, lo hago hacia preguntas de contenido literario, me preguntan opiniones sobre libros, consejos, cuando respondo esas preguntas se generan recomendaciones, consejos, se genera un contenido más integrado y les gusta ese contenido, porque hay de todo un poco, sacan consejos, ayudas y les gusta escuchar mi opinión sobre alguna cosa, cuando digo que no me gusto una cosa, no me gusto Coelho, un chico me decía el me ayudo a iniciarme en la lectura y yo le decía no importa, mi opinión no tiene que importarte, a ti tiene que gustarte

ese libro porque a ti te gusto, es importante para ti, todos podemos decir que hay libros malos y buenos, pero nadie puede decirte que leer y eso fue lo que le dije a ese lector y de ahí saque mi último video de que es lo que debemos leer, voy viendo lo que me van preguntando.

PREGUNTA: ¿Para la elección de que contenido hacer te basas más en las estadísticas o comentarios?

ENTREVISTADO 1: Estadísticas y comentarios, dejan sugerencias en los comentarios y yo voy probando, hago un video y si funciona lo vuelvo serie, como lo volví la serie de preguntas y respuestas, como volví la serie de libros cortos, series de recomendaciones de guías de lectura, dependiendo de cómo funciona estadísticamente, porque si no le gusta a mi audiencia ese video no va ir a otras personas, no se va difundir y el mensaje tampoco, la reseña la sigo haciendo a pesar de que tengan poca recepción en un inicio, porque crecen en el tiempo, porque ocupan el buscador, reseña de tal libro porque muchos lo buscan para inicial el libro o para entender el libro que ya leyeron, por eso la hago a pesar de que en un inicio tengan poca difusión, pero con el tiempo crecen las reseñas.

PREGUNTA: ¿Tienes interacción con otros/as creadores de contenido literario? ¿si tienes de que tipo es? Y si ¿colaboran o solo interactúan?

ENTREVISTADO 1: Me han buscado tanto los booktubers, me han invitado a tantas charlas que se juntan varios booktubers, están en vivo conversando entre ellos y yo nunca voy porque no me gusta aparecer en cámara, les agradezco pero mi lado retraído y asocial es fuerte, no hago contenido con otros creadores, solamente interactúo con ellos, a veces voy a su video y le dijo algún comentario o suben un video a Instagram y lo comento, ellos me responden, conversamos un poquito pero siempre le pongo un poco el stop para no seguir ampliando la interacción, básicamente es interacción, no creo contenido con otros, lo recomendable es si, crear contenido con otros, aparecer en otros canales,

generar una comunidad de booktubers que comparte tus videos, debería hacerlo por estrategia pero por mi naturaleza no puedo, pero debería hacerlo, sería lo aconsejable.

PREGUNTA: ¿Conoces algún influencer que tenga colaboración con bibliotecas? Si la respuesta es sí ¿de que tipo? Y si es no el ¿por qué crees que no se da?

ENTREVISTADO 1: A los únicos que conozco es con los que participe en el jurado del Sistema de Bibliotecas Públicas para el concurso de booktubers yo he visto que la Booktuber Pía Andrea Books hace charlas ahí y se me olvida el nombre de la otra niña que tenía un canal de Youtube que se llama muchacha ojos de papel, ellas dos y Diego Valdés creo que es, el fue jurado conmigo en el último concurso, todos ellos tienen canal de Booktube y participan ahí y Diego parece que también trabaja ahí, creo que es el que lleva las redes de la biblioteca pública digital y las otras niñas parece que hacen charlas, talleres, ellos son todos los que conozco chilenos, de afuera no se.

PREGUNTA: ¿Según las estadísticas que te entregan las redes sociales? ¿Quiénes visualizan más tu contenido? ¿género?, ¿edad?, ¿país? Y ¿Por qué crees que llegas a ese público?

ENTREVISTADO 1: Este dato se los digo o se los mando por mail, le puedo tomar una captura

PREGUNTA: Como se te haga más cómodo

ENTREVISTADO 1: les voy a decir aquí un poquito y cuando terminemos se los voy a mandar, les voy a mandar la captura de las estadísticas de las 3 redes que más ocupo, en Youtube el 34% está entre 18 y 24 años y el 31% entre 25 y 34, el mayor porcentaje que me ve a mí en Youtube tiene entre 18 y 34 años, yo creo que porque tengo un contenido que tiene más que ver con lo latinoamericano, con lo clásico, lo filosófico, con lo existencialista, con lo hacerse preguntas,

encuentro que hay mucho público joven, de los 18 a los 34, y el género 73% masculino y 27% femenino, muchas menos mujeres, claro mi contenido, mis gustos son mucho más de hombres y claro mi público es más masculino, y geografías principales, el 21% me ve desde México, 14% España y 11% Chile en tercer lugar lamentablemente, claro mi contenido es más del tipo, más de gusto de hombre, no sé si los más filosófico, lo más aburrido será más gusto de hombre, pero es menor el público femenino que me ve en Youtube, me sorprende mucho que sea de 18 a 34 años porque yo no hablo de libros juveniles, no porque no me gusten, he leído libros juveniles, pero uno tiene que respetar cierta línea de tu canal, porque si te vas para otro lado Youtube no va mostrar ese contenido y la gente se va, Youtube es despiadado te muestra la gente que se va de tu canal por un video que subiste, un día subí un video de recomendación de fantasía y se fue mucha gente y me da pena, no que se vayan, que sean tan pedante que no puedan aguantar otro tipo de contenido, muy agrandada la gente, muy picada a intelectual, prefiero que se vayan, me ha tocado silenciar a muchos pedantes, que no hablen más en el canal, porque no quiero esa gente en el canal; Tiktok 49,8% mujeres, 50,2% hombres, ahí está equilibrado, en Tiktok si el primero es Chile, segundo México, tercero Perú, yo les voy a mandar la foto, Tiktok tiene eso es más centralizado por tu zona, comparte videos por tu zona, Latinoamérica y como hay más gente joven alomejor por eso hay más igualdad entre hombres y mujeres, edades, no sé si me muestra edades, no encuentro edades, si lo llevo a encontrar se los mando; e Instagram los que más me ven son México, Chile y Argentina, Chile esta segundo, las edades entre 18 y 34 también, porque 18 a 24 tiene un 24% y 25 a 34 tiene un 43% y aquí también hay más hombres, aquí hay 62% de hombres y 37% mujeres, aquí también está más cargada la balanza para el contenido para varones, para señores aburridos como yo.

PREGUNTA: En relación con la interacción que tienes con tus seguidores u otros influencers literarios, estás de acuerdo o en desacuerdo con la hipótesis de que los jóvenes no leen. La respuesta puede ser sí o no y el ¿por qué?

ENTREVISTADO 1: No estoy de acuerdo, los jóvenes leen y hartos, porque recibo muchos comentarios de jóvenes que me dicen “tengo 14 años, ¿puedo leer a este autor?”, yo le digo si léelo, no importa que ahora no lo entiendas, más adelante en una relectura lo vas a entender, es importante que lo leas ahora y que no lo entiendas bien, yo creo que es super importante que no lo entiendas bien y así respondo muchos correos, hay gente que me dice que tiene 16, tengo 15, tengo 14, yo digo pero si mi contenido no es para ustedes, ósea es para ustedes también, pero teóricamente no debería, pero si ellos están inquietos, se cree que los jóvenes no leen porque no los ven leyendo, pero las búsquedas en internet son de ellos, son los que están buscando que leer, por eso mis videos de 30 libros que tienes que leer antes de morir, 30 libros que me llevaría a una isla desierta o los libros de divulgación científica que me gusta hablar en Instagram, son ellos los que están buscando algo interesante que leer, yo creo que las bibliotecas, los fomentos lectores están apuntando a que los jóvenes no leen, pero al apuntar a los jóvenes están reaccionando a un problema, tienen que anticiparse al problema, entonces deberían fomentar la lectura a todos, no debería ser solamente el público joven el objetivo, porque si tú le dices a un adulto que no está leyendo, lo motivas a leer ahora, ese adulto joven que tiene 30, 25 años va a tener hijos y esos hijos van a crecer en una casa con libros, con libros a mano, con un papá que le gusta leer, con un papá que le va decir “hijo lee lo que tú quieras” porque al leer también te vuelves más abierto, entonces si tu fomentas la lectura no solo a los jóvenes, como un conflicto y lo haces de forma estratégica a la población adulta joven vas a conseguir un resultado mejor a largo plazo y la lectura juvenil no va ser tanto un problema, yo hice un magister hace poco y había mucho adulto joven, con buenos trabajos, trabajando en minería, áreas super diversas, biología marina, etc y nadie leía, yo aparecí con mis libritos y empezaron a entusiasmarse, porque veían que yo leía y a ellos también les interesó y ahora hay libros en las casas de ellos que tienen hijos pequeños y eso

es super bueno y ahí hay solución a los problemas, la lectura juvenil no va ser un problema si los adultos que tienen hijos ya tienen el hábito. Los jóvenes sí leen.

Anexo N°3

Entrevistado 2

Pregunta: ¿Cuál es tu edad?

Entrevistado 2: Tengo 25

Pregunta: ¿Cuál es tu género?

Entrevistado 2: Masculino

Pregunta: ¿Cuál es tu profesión?

Entrevistado 2: Soy Arquitecto, pero no estoy trabajando de arquitecto

Pregunta: Tú dedicación a las redes sociales es completa o parcial?

Entrevistado 2: Es un poco compleja esa pregunta porque yo no veo las redes sociales como trabajo, a pesar de que si me generan ingresos yo diría que hay un intermedio. No es como un hobby pero tampoco es trabajo.

Pregunta: ¿Nos puedes contar la historia de cómo partiste generando contenido literario en redes sociales?

Entrevistado 2: Yo empecé a leer en el 2019, a finales de 2019, hace muy poquito tiempo, yo antes era de esas personas que decía, yo odio leer, cómo puede la gente leer libros, que aburrido, ese tipo de persona y de la nada en el 2019 me dieron ganas de solo leer, algo me llamó y le pedí a una compañera de la Universidad que me prestara un libro de terror, que eso me llamaba en ese momento, ahí empecé, estuve todo un año leyendo super enfocado en eso y me di cuenta que me faltaba algo al terminar un libro, como poder compartirlo con alguien, me gustaba leerlo pero me faltaba eso de compartirlo, justo estábamos en la cuarentena en el 2020 y toda la gente estaba usando Tiktok y yo también empecé a usarlo y dije, haré video de mis libros para ver que pasa, y ahí empecé a hacer más contenido, yo no tenía idea de que había una comunidad de libros ni nada de eso, solamente empecé de la nada.

Pregunta: Ya bacán, en el fondo fue como no intencional y fuiste ganando seguidores de a poquito.

Entrevistado 2: Si, no tenía nada planeado, la verdad es que fue solo para mostrar lo que estaba leyendo, para ver si es que alguien más leía eso, y funcionó (risas).

Pregunta: ¿Tienes algún vínculo o colaboración con las bibliotecas?

Entrevistado 2: No, nada formal, pero sí me han contactado algunas en ocasiones como para hacer un vídeo en específico y de ese tipo de cosas, por ejemplo, hace unos meses, me contactó bibliometro para que si les podía ayudar a hacer

un vídeo y subirlo a las redes, bibliotecas en sí, así como espacio público, un edificio biblioteca, no nunca me ha pasado, pero sí, Bibliometro también librerías y por ejemplo hace poquito también me contactó una biblioteca digital, eso sería, no, pero la biblioteca así como de espacio no.

Pregunta: ¿Por qué crees que a lo mejor no se ha dado esa vinculación con las bibliotecas públicas?

Entrevistado 2: La verdad, las que me han llegado a mí, yo noto que tienen que usar mucho las redes sociales en cambio las bibliotecas grandes, como la Biblioteca de Santiago por ejemplo, no veo tanto como que compartan así como las otras cosas, por ejemplo, no sé si tengan un Tiktok de partida, quizás están un poco desactualizadas de las redes sociales, quizás eso será o bueno, quizá yo también no he llegado a hasta sus hasta sus oídos, no estoy seguro, pero tampoco he escuchado de nadie, como de la gente que hace contenido de que tenga alguna colaboración con biblioteca, por lo menos mis circulito no, no conozco a nadie.

Pregunta: ¿Consideras, relevante o necesario que se creen este tipo de alianzas?

Entrevistado 2: Yo diría que sí sería súper importante porque obviamente para algunas personas las bibliotecas de espacio público es la opción de leer y mientras más se incentive la lectura de la forma que sea, bombardear como sea en relación a lecturas es como importante, así que obvio, mientras más medios se le den al tema, mientras más le llegue a la gente la información que sepan que están esas cosas, genial, mientras a más gente le llegue mejor.

Pregunta: ¿Qué tipo de trabajo colaborativo, podrías hacer con las bibliotecas para fomentar la lectura específicamente de los jóvenes?

Entrevistado 2: Bueno, de partida el hecho de que los más jóvenes son los que usan las redes sociales en su mayoría serviría mucho hacer algún tipo de colaboración entre gente que está como en Bookstagram, Tiktok, hacer videos y el vídeo en específico, puede ser lo que sea de verdad que, varía mucho depende de lo que es en sí, pero por ejemplo en Bibliometro yo tuve que demostrar cómo, cómo funciona Bibliometro porque mucha gente no sabe cómo que saben que existe Bibliometro, pero no saben el sistema como es el paso a paso y funciona, funciona mostrar las cosas, cómo se hace, pero muchas veces también lo que más llama es mostrar el vídeo cortito como medio chistoso, entonces también depende mucho como el enfoque que tenga la biblioteca y todo eso pero de que se puede se puede, y las redes sociales sirven muchísimo de verdad que de repente llega mucha gente a los videos.

Pregunta: ¿Entonces en el fondo crees que igual es como un recurso que las bibliotecas no lo están aprovechando del todo?

Entrevistado 2: Sí, siento que las redes sociales tienen mucha importancia, llegan a mucha gente, de repente un vídeo le llega más de un millón de personas y la gracia es que es gente como, por ejemplo, en Tiktok el algoritmo es súper bueno, entonces le llega como a gente que le interesa, no es como a cualquier persona. Entonces le serviría mucho. Yo creo que están desperdiciando una oportunidad, al no tener este tipo de instancias.

Pregunta: ¿De qué género literario hablas más en tu contenido?

Entrevistado 2: Yo leo, casi puro terror o literatura más tirado como para el suspenso, misterios y ese tipo de cosas, entonces es de lo que suelo hablar, lo cual igual es como diferente, como en el contexto general de lo que hay en la mayoría, porque la mayoría de las personas no suelen hablar de ese tipo de libros. Pero en todo caso hay de todo en las redes sociales, yo me he pillado con gente que habla de ciencia ficción, romance, hay más subcategorías ahí, entonces es genial, como poder expandir los mundos literarios conociendo estas cuentas de otras personas, pero generalmente de terror.

Pregunta: ¿Qué tipo de contenido es el que más te gusta hacer? Ya sea un tag o un trend o una reseña cortita.

Entrevistado 2: Lo que más me gusta hacer, yo creo que es lo más fácil, es cuando son estos vídeos como tipo humor suelen ser a los que les va mejor, pero igual me gusta hacer reseñas, me entretiene y al final es como el objetivo que tenía desde el comienzo que era como leer un libro y poder comentarlo con alguien después, entonces me gusta hacer reseñas a pesar de que no son los vídeos que les va mejor es entretenido. Aparte de que uno aprende, como que tengo que estudiar igual, aparte del mismo libro, me pongo a leer información del autor y cosas un poco más, es como un poquito más trabajo, pero es bueno.

Pregunta: ¿Cuánto tiempo dedicas a la creación de contenido e interacción con seguidores y cómo es la interacción con estos?

Entrevistado 2: Como dije al principio, yo no lo veo como un trabajo entonces cuando me dan ganas subo, pero igual yo me he dado cuenta que de repente

digo, oh no subía vídeo hace tiempo, entonces yo creo que yo diría que unas dos horas al día en hacer vídeo y hablar con las personas, igual depende muchísimo de muchas cosas porque por ejemplo, hay vídeos que los ven diez mil personas y hay poquitos comentarios y ahí se puede hablar perfectamente con todos los comentarios, a veces hay vídeos que tiene muchísimos, muchísimos comentarios que no, no da para interactuar y ese tipo de cosas, entonces diría que dos horas, no toma mucho tiempo hacer vídeos, no toma mucho tiempo tampoco estar ahí respondiendo y haciendo ese tipo de cosas.

Pregunta: Se va dando como de manera espontánea al final

Entrevistado 2: Sí, se da de manera espontánea y por ejemplo aparte de mi cuenta también estoy trabajando con Penguin Random House eso sí es un trabajo, tengo que hacer vídeos para la editorial. Y también no es algo que tome mucho tiempo, yo creo que un poco más investigar no sé, diría que por vídeo no es más de una hora, a veces tengo que hacer eso entonces podría ser un poquito más un poquito menos dos o tres horas, igual estoy más tiempo en mi celular, pero como en relación a eso sería eso, yo creo. No es tanto, aparte es divertido entonces no se nota.

Pregunta: ¿Qué tipo de contenido tiene más alcance e interacción entre tus seguidores y por qué piensas que ese contenido tiene ese alcance?

Entrevistado 2: Lo que más tiene alcance sin lugar a dudas son los vídeos que son de tipo humor y son muy muy cortitos. El vídeo rápido vende mucho menos de 10 segundos incluso a veces tienen mucho alcance. Yo creo que porque la gente es como algo más global la gente con los vídeos de humor le llega más gente el mensaje en cambio cuando estoy hablando específicamente de un libro

no sé, de terror ahí el público es más específico y se quedan solamente a los que le interesa de verdad de verdad entonces yo creo que por eso, los vídeos de humor como literarios son súper general de entre todo. Entonces, por eso le llega a casi todo entonces yo diría que esos son los que más los que más tienen lo tienen como mejor los mejores números.

Pregunta: ¿Como la necesidad del humor, como fomentar la lectura desde el humor sería algo así?

Entrevistado 2: Igual es bueno, al final son los vídeos más fáciles de hacer y no sé, igual de repente salen conversaciones interesantes de esos videos igual ahí detrás del humor, Siempre hay una realidad más que puede sacar temas interesantes, no solamente como el vídeo y listo.

Pregunta: ¿Tienes interacción con otros creadores de contenido literario? ¿De qué tipo? ¿Colaboran juntos o solo interactúan?

Entrevistado 2: Cuando yo inicié haciendo vídeos en Tiktok no conocía a nadie, después tenía la necesidad de empezar a conocer otras personas. Entonces me creé Instagram, en Instagram es cuando descubrí que había una comunidad gigante de personas que habla de libros en Internet y todas esas cosas y ahí fui conociendo gente, siento que la comunidad como del libro en Instagram es súper positiva la gente se ayuda entre ellos, me acuerdo cuando yo recién llegué la gente me daba la bienvenida, este es como una comunidad de gente, entonces ahí empecé a conocer gente, me invitaban a hacer live con ellos, me invitaban a participar de actividades, que ellos estaban realizando y cosas así, entonces ahí tengo mis amigos de personas que hablan de libros, pero no tengo con nadie así como algo establecido de que hacemos algo juntos, de repente alguien me decía,

hagamos un concurso y sorteamos este libro entre los dos y cosas así o hagamos un vídeo juntos y ese tipo de cosas pero nada oficial porque también yo creo que nadie de los que están en la comunidad aunque quizás hay alguien que lo vea como trabajo es más como un hobby.

Pregunta: Qué bonito igual que se creen como como en el fondo estas amistades como conexión y que sea como como espontáneo como que reciban a una persona nueva, así como con los brazos abiertos

Entrevistado 2: Es súper buena la comunidad, es muy poco tóxica, hay algunos problemas entre medio, pero en general no, todos ayudan a todos, y como que nos apoyamos entre nosotros por eso yo conozco a la persona que habla de romance aquí en Chile a la persona que habla de ciencia ficción y tenemos como nuestra área y todos nos complementamos entre nosotros.

Pregunta: ¿Conoces a algún Influencer que tenga alguna colaboración y/o vínculo con bibliotecas?

Entrevistado 2: Creo que no, no, la verdad que no me suena nadie que tenga alguna relación con biblioteca, la mayoría es con librería solamente, con librerías y editoriales, pero bibliotecas no, igual se da mucho en la comunidad de, no solamente leer sino también como de tener los libros como de la compra del libro, porque la editorial en sí que nos buscan más y están tratando de vender iguales es entendible que nos busquen más ellos que las bibliotecas.

Creo que no conozco a nadie con el que tenga relación, puede que sí, pero en realidad no.

Pregunta: Según las estadísticas que te entrega a las redes sociales, ¿quiénes visualizan más de tu contenido, como género o edad, país? ¿Y por qué crees que esas personas consumen más tu contenido?

Entrevistado 2: En género es muy notorio, es mujeres, él estaba viendo el otro día la estadística y me parece que un 75% de mujeres contra un 25% de hombres entonces es notoria la diferencia en género y bueno, en las redes sociales también se nota la mayoría de las personas que hacen contenido también son mujeres en su mayoría. Yo creo que eso va por más como por cómo que no sé, se suele decir como que las mujeres leen más y puede ser yo cuando empecé a hacer vídeos me acuerdo de que mucha gente me decía así como que raro que leyera tanto siendo hombre ese tipo de comentario no sé si quiero dar un estigma por ahí con ese tema. En la edad los que más ven es entre 18 y 24, si es que no me equivoco, entonces como jóvenes adultos y después era de 24 a 30 y después ya adolescentes y después ya mayores de 30 incluso ya mayores de 60, pero la mayoría va entre 18 y 24, hartos adultos jóvenes. Con países, Chile principalmente pero también hay harta gente que me sigue de México no sé por qué de México, Argentina también, hay harto España he visto y lo demás ya es poquito porque también sé que hay gente de Perú Venezuela, Guatemala pero los que son grandes grandes son México, Argentina aparte de Chile obviamente igual Chile es como el predominante.

Pregunta: ¿En relación con la interacción que tienes con tus seguidores u otros Influencer literarios, estás de acuerdo o en desacuerdo con la hipótesis de que los jóvenes actualmente no leen? ¿Sí o no? ¿Y el por qué?

Entrevistado 2: Es super difícil la pregunta, porque yo antes de haber entrado al mundo de Instagram y de las redes sociales con los libros hubiera dicho así de una no los jóvenes no leen, porque yo mi círculo en ese entonces nadie, pero

ahora es súper complicado porque ahora como que toda la gente con la que me rodeo lee todas literalmente todos entonces como que para mí no, de repente es raro como que alguien no lea, pero igual es obviamente por el mundo en el que estoy metido, pero yo creo que considerando así como toda mi vida antes de los libros yo diría que no probablemente no, no se lee los jóvenes no leen, yo no leía cuando era joven entonces sí, yo diría que no y por qué también ahí es difícil porque yo no leía porque ignorancia solamente por no haberme dado el tiempo de haberlo hecho por no haber descubierto lo que me gustaba leer yo de verdad que decía odio los libros del colegio porque no sé leer es como de verdad que me generaba un problema tener que leer un libro del colegio, era como mucho trabajo y no sé si será una capacidad una habilidad adquirida el leer pero ahora como leer es súper fácil en comparación a lo que lo encontraba antes entonces yo creo que es como la ignorancia, no más de no darse el tiempo de descubrir si te gusta, obviamente que haya gente que no le guste sí, pero yo creo que mucha gente que le gustaría leer que no que no se ha dado cuenta todavía solamente por no darse el tiempo de hacerlo. Pero hay más gente de la que uno cree que lee, están ahí en las redes sociales, hay un gran grupito, hay hartos igual.

Pregunta: En el fondo igual es descubriste como leer por gusto más que por obligación

Entrevistado 2: Sí, y de verdad que fue de la nada, si un día me dieron ganas de leer, porque de verdad que yo odiaba, fue un cambio así 100%, 180 grados el cambio.

Pregunta: Y tú crees que igual, por ejemplo, las bibliotecas escolares podrían también hacer un cambio, uso como todo esto que se hace con las redes sociales para que la lectura por ejemplo desde que son niños las personas no sea tanto como por obligación y sea como un poco más dinámica?

Entrevistado 2: Sí, yo creo que debería haber un cambio, así como en relación a las lecturas que se dan en el colegio quizás la forma en que las imponen hace que la gente no le guste leer como de partida, aunque yo ahora igual he hablado con gente y me dicen, por ejemplo, oh, yo estoy leyendo un libro súper X y me dicen a mí me hicieron leer ese libro en el colegio. Yo pienso que es entretenido que le hayan hecho leer ese libro en el colegio, porque a mí no me hicieron leer ese libro en el colegio entonces no sé si habrá cambiado la malla en este último tiempo como como será, pero por lo menos cuando yo estaba en el colegio era como súper estricto y libros largos o súper antiguos con prosas súper complicadas de leer como que no eran para todos los gustos ni lecturas muy muy simple, entonces quizás podría ser como un cambio algo ahí con las bibliotecas de los de los colegios también para llevar más la lectura lo que están en el colegio para que no sea tan estricto y obligatorio todo.

Anexo N°4

Entrevistada 3

ENTREVISTADA 3: Si, yo Marión Cárdenas doy mi consentimiento para que utilicen grabación como instrumento investigativo

PREGUNTA: Las primeras preguntas son de caracterización ¿Tu edad?

ENTREVISTADA 3: tengo 20

PREGUNTA: ¿género?

ENTREVISTADA 3: femenino

PREGUNTA: ¿profesión y/o dedicación?

ENTREVISTADA 3: estudio derecho y también trabajo en mi emprendimiento

PREGUNTA: ¿tu dedicación a las redes sociales es completa o parcial?

ENTREVISTADA 3: parcial, la verdad es que trato de juntar todo en mi vida, contenido de Tiktok, estudio, trabajo, sí que es parcial

PREGUNTA: ¿Nos puedes contar la historia de como partiste creando contenido literario en Tiktok y en Instagram?

ENTREVISTADA 3: Inicio en diciembre más o menos, me volví a obsesionar con la lectura, yo ya leía hace mucho tiempo, desde los 13 años y siempre me ha gustado subir cosas a Instagram, antes tenía una cuenta de estudio y subía también mis apuntes y decido crear un apartado con lo que a mí me gusta, los libros y así comencé, me gustaba mucho subir contenido de frases, recomendaciones de libros, me costó un poquito enganchar con la comunidad de Tiktok pero ahí buscando gente que le gustara leer, niñas chilenas con las que pudiera salir a librerías, ahí pude surgir en el mundo del Tiktok

PREGUNTA: ¿tienes algún vínculo o colaboración con bibliotecas? Si es así ¿de qué tipo? Y si es no ¿por qué crees que no se ha dado esa vinculación?

ENTREVISTADA 3: no, por el momento no, he colaborado con Santiago en 100 palabras, para fomentar la lectura y que la gente también escriba, pero por el momento no he colaborado con librerías ni bibliotecas

PREGUNTA: ¿Por qué crees que no se ha dado esa vinculación o colaboración?

ENTREVISTADA 3: la verdad no he pensado mucho en eso, pero sería un sueño para mí, porque quien no quiere que le manden libros o entrevistar autores, pero yo creo que porque estoy estudiando, estoy trabajando, no le dedico como 100% a mi día a día mi contenido en Tiktok o en Instagram, porque quizás tengo muy

pocos seguidores por el momento y no cumplo con el estándar, pero yo creo que es por eso

PREGUNTA: ¿consideras relevante o necesario que las bibliotecas busquen tener alianzas con ustedes?

ENTREVISTADA 3: en cierto punto sí, por que cuando quieres publicar un libro y quieres destinarlo a cierto público, es necesario que interactúes con ese publico y que recibas reseñas, además como una estrategia de marketing, para que los booktokers o bookstagramers puedan promocionar, dar sus opiniones, reseñar también, entonces las editoriales, las librerías para poder, sin los clientes no son nadie, entonces para poder ser exitosos yo creo que sí, es necesario ese vínculo con los clientes.

PREGUNTA: ¿Qué tipo de trabajo colaborativo podrías hacer tu junto a las bibliotecas para fomentar la lectura en jóvenes?

ENTREVISTADA 3: Yo por mi parte desde mi trabajo ya fomento la lectura, yo vendo cuadernos literarios para reseñar libros, pero con las bibliotecas lo haría reseñando también libros, también promocionando autores que son pequeños, porque hay muchos autores que no son reconocidos y hay editoriales que no los publican y estos mismos autores se van a librerías para que las librerías los publiquen, entonces así fomentaría yo la lectura que creo es super importante, es cultura y que en mi carrera también planeo llegar a un punto donde pueda fomentar la lectura en el ámbito público, en el ámbito estatal, promoviendo leyes que impulsen a la lectura

PREGUNTA: Qué interesante lo que nos cuentas, como que jamás se me hubiera ocurrido

ENTREVISTADA 3: Es que creo que es importante, cuando el estado lo promueve, cuando el gobierno lo promueve, genera en la sociedad, en los

jóvenes, que es yo creo lo más importante, que los jóvenes lean, genera avances, muchos avances, cuando los jóvenes leen se evoluciona, se cambia el pensamiento, se mejora todo, yo impulsaría eso

PREGUNTA: me gustó mucho tu idea.

¿De qué género literario hablas más en tu contenido?

ENTREVISTADA 3: generalmente hablo de fantasía, romance, me encanta el romance, fantasía romántica, también un poquito, muy poquito de thriller, que es como de misterio y trato también de abarcar otros géneros como el terror o cosas así, pero en lo que más me enfoco es en romance y la fantasía que es lo que más me gusta.

PREGUNTA: Tenemos gustos parecidos

¿Qué tipo de contenido es el que más te gusta hacer? Ya sea taggs, trends, reseñas y el por qué

ENTREVISTADA 3: me gusta hacer unboxing de libros, cuando llegan los libros ASMR como suenan, me gusta mucho hacer esos videos, también a la gente le gusta y le relaja y comparándolo con otros videos que yo hago tienen mucho más alcance, entonces me gusta mucho hacer esos mostrando los libros nuevos que me llegan, nuevas recomendaciones que puedo hacer y también reseñando para también promocionar obviamente mi negocio

PREGUNTA: ¿Cuánto tiempo dedicas a la realización de contenido e interacción con seguidores? Y ¿Cómo es la interacción con ellos?

ENTREVISTADA 3: el tiempo que le dedicó, la verdad es cuando tengo tiempo libre, generalmente a veces tengo una hora libre en el día y trato de subir cosas a Instagram, me cuesta un poquito en Instagram subir estos taggs de preguntas, para que la gente me haga preguntas y yo poder contestar, también me cuesta

mucho responder mensajes privados, porque me llegan muchos demasiados, ya tengo como en +99 mensajes, pero trato de responder todo lo que me preguntan y cuando tengo tiempo libre la verdad y hay veces que generalmente cuando no quiero estudiar lo destinó a hacer contenido porque me entretiene, aparte de que es un trabajo también para mí, me entretiene muchísimo hacer videos, entonces sería unas 5 horas a la semana más o menos.

PREGUNTA: ¿Qué tipo de contenido tiene más alcance entre tu seguidores? Y ¿Por qué piensas que ese contenido tiene más alcance?

ENTREVISTADA 3: ahí me remito a la respuesta anterior, ASMR, también los unboxing, a la gente le gusta mucho eso, ver cómo te llegó el libro, si es que llegó con fallas, como son las ediciones, eso le gusta mucho a la gente, también mis videos, los que más virales se han hecho son en donde muestro mi cuaderno, les explico que yo vendo un cuaderno literario y ahí a la gente le importa mucho la opinión que uno tiene de ciertos libros, hay libros que son muy famosos y que mucha gente o que muchas niñas de cierta edad le dan una valoración distinta a una, yo tengo 20 entonces tengo una mentalidad distinta a las niñas, también se enojan, a la gente le importa también como uno opina, como una piensa sobre los libros, reseñas y cosas así, yo creo que eso lo que más alcance tiene y también cuesta un poco porque hay gente que se enoja, como pueden darle una estrella a ese libro si es muy bueno y eso, expresar las opiniones en redes sociales, porque no todos lo hacen, yo creo que es lo que tiene más alcance

PREGUNTA: ¿Tienes interacción con otros/as creadores de contenido literario? Y ¿han colaborado o solo interactúan?

ENTREVISTADA 3: Si, conozco a varias booktokers y bookstagramers, pero no suelo interactuar mucho con ellos, por la universidad el trabajo me cuesta un poco, igual trato de interactuar con unas influencers de España que no se si las conocen, se llama Books by María tiene muchísimos seguidores, la miro, es

preciosa y he hablado con ella y ella tiene también, es influenciadora de editoriales y tiene conexiones con librerías, también tiendas que venden productos literarios, pero no he colaborado nunca con ningún bookstagramer o booktoker

PREGUNTA: ¿Conoces a algún influencer que tenga alguna colaboración o vínculo con bibliotecas? y de que tipo si lo tienen?

ENTREVISTADA 3: books by María tiene colaboraciones con editoriales super importantes como planeta, Penguin random house, de autoras super reconocidas, también conozco a Daniela, no recuerdo su usuario en Instagram pero también ha sido invitada a firmas con autoras que ha sido invitadas a leer los libros cuando están en preventa y lo encuentro genial, que tengan un espacio también los lectores para que puedan ver cómo es desde el otro lado.

PREGUNTA: ¿Pero no con bibliotecas? ¿solo con editoriales?

ENTREVISTADA 3: con editoriales, no con bibliotecas

PREGUNTA: ¿Por qué crees que no se da con bibliotecas?

ENTREVISTADA 3: Principalmente podría ser porque a las bibliotecas no les interesa mucho tener ese contacto con los lectores, me parece que es mucho más la interacción entre editoriales y lectores, que bibliotecas o librerías, ya que la biblioteca o la librería es un intermediario solamente que se encarga de vender, la promoción la hace la editorial, entonces yo creo que ahí radica el punto más importante, las bibliotecas no tienen tanto contacto con los lectores, ahora también yo creo que hay muchas PYMES que venden libros independientes, que si pueden tener embajadores pero se da muy poco, yo lo he visto muy pocas veces

PREGUNTA: ¿Según las estadísticas que entregan las redes sociales, nos podrías contar quienes visualizan más tu contenido? ¿género?, ¿edad?, ¿país? Y ¿Por qué crees que esas personas consumen más tu contenido?

ENTREVISTADA 3: Me ven mucho desde España, México, Argentina, países de habla hispana, Brasil y estados unidos no, ya que mi contenido no está dirigido en otro idioma que no sea el español, pero mucho desde España y México y México es un país en que artísticamente muchos surgen y me he dado cuenta de eso demasiado, que cualquiera que se vaya a México surge artísticamente y estadísticas sobre, ¿Cuál era la otra?

PREGUNTA: género y la edad

ENTREVISTADA 3: la edad es entre 13 y 20 años, como de mi edad y el género más mujeres que hombres, porque yo creo que en la lectura leen más lo que tiene que ver con lo político, lo psicológico también, no tan ligado a lo emocional como lo que comparto yo, que es romance que me encanta, la fantasía romántica, la fantasía normal, pero muchas más mujeres, muy pocos hombres me siguen y los que me siguen los conozco porque son tan pocos y la edad entre 13 y 20 años por ahí

PREGUNTA: y ¿por qué crees que es este segmento el que más te sigue?

ENTREVISTADA 3: porque yo creo que desde la edad de 13 años 12 empieza la adolescencia y uno ya empieza a pensar en cosas como el amor, la pubertad y todo eso, entonces les interesa más ver como ese tipo de cosas, leer sobre eso, hablar sobre eso, es como lo que pasa por la mente de las niñas a esa edad, yo me acuerdo que antes yo era así y como que los 17, 18 lo veo más como una vía de escape para los adolescentes, porque el mundo, la realidad es tan pesada, a los 17 uno tiene que elegir carrera, elegir universidades, entonces leer te desconecta totalmente, yo creo que por eso entre 13 y 20 son los que más me

siguen, porque desconecta totalmente, y es algo que no te estresan no te enoja, ósea yo lloro con los libros, pero de una forma bonita, es muy lindo leer, por eso.

PREGUNTA: Y me queda una duda con esta pregunta, ¿te ven más de otros países que de Chile?

ENTREVISTADA 3: no, mucha gente de Chile también me sigue, con la que también he podido formar amistades, amistades muy lindas, yo ya 3 amigas que me conocieron por booktok, no son booktokers pero hemos podido salir a librerías, comprar libros, hacer piknics, ver películas y cosas muy lindas, también cree grupos de lectoras de Chile que también ni siquiera se excluyeron los otros países, se unieron mucho, tuve que crear como 5 grupos para lectores y eso también emociona mucho, ver que la gente lee y que es de Chile, yo solía pensar que la gente antes en Chile no leía pero ahora últimamente veo que hay mucho más impulso, que hay gente que le gusta leer, que lo recomienda, que ya no es algo visto como una persona ¿no se si piensan igual? Pero antes se veía que leer te hacia como nerd, pero ahora es diferente y de Chile me sigue mucha gente, yo diría que el 50%, el resto se divide entre México, España y Argentina

PREGUNTA: En relación a la interacción que tienes con tus seguidores u otros influencers literarios ¿Estás de acuerdo o en desacuerdo con la hipótesis de que los jóvenes actualmente no leen?, la respuesta puede ser sí o no y el ¿por qué?

ENTREVISTADA 3: no estoy de acuerdo, claramente, ahora si se lee más que antes y también los colegios y las escuelas tanto privadas como estatales juegan un rol importante, se genera un rechazo a la lectura con el tipo de lectura que dan, porque yo puedo contar con los dedos de una mano los libros que me gustaron en el colegio, entonces por eso los jóvenes te van a decir que fome leer, es horrible, un libro de 600 páginas es demasiado para mí , pero últimamente creo que se visibiliza más, si se tuviera más apoyo del estado que diera bonos para poder comprar libros ya que el impuesto para poder comprar libros es

demasiado alto y si se fomenta más la lectura tendríamos una sociedad no perfecta pero si ideal. Sí que claro que no, desde la pandemia en adelante mucha gente se refugió en la lectura por temas de ansiedad angustia depresión, sí que yo creo que se da mucho más la lectura en Chile.

Anexo N°5

Entrevistada 4

Pregunta: ¿Cuál es tu edad?

Entrevistada 4: Tengo 19 años.

Pregunta: ¿Con qué género te identificas?

Entrevistada 4: Femenino

Pregunta: ¿Cuál es tu profesión u ocupación?

Entrevistada 4: Estoy estudiando música y composición.

Pregunta: ¿Y tú dedicación a las redes sociales es completa o parcial?

Entrevistada 4: Completa

Pregunta: Ahora vamos a seguir con las preguntas de fondo nos puedes contar la historia de cómo partiste es creando contenido literario en en la red social y qué edad tenías qué te motivó a crear tu primera publicación si fue intencional convertirte en Influencer si nos puedes comentar esas cosas.

Entrevistada 4: Yo el año pasado empecé a ver vídeos en la plataforma esta que se llama Tiktok y de a poco me fueron saliendo vídeos relacionados con libros y cada vez que yo veía estos vídeos a mí me daban ganas de hacer los míos propios, pero el tema es que a mí me daba mucha vergüenza, yo en lo personal soy muy vergonzosa y ya este año en febrero de 2022 estaba recién cumpliendo 19 años de hecho y dije ya me voy a atrever, me voy a hacer una cuenta aparte de la que ya tenía para poder hacer contenido de libros, pero de forma anónima y así empecé hasta que ya se me pasó un poco la vergüenza cada cierto tiempo mostraba mi cara, después no y ahora ya no me da tanta vergüenza por lo menos, pero así fue más o menos como empecé.

Pregunta: Tienes algún vínculo y/o colaboración con bibliotecas.

Entrevistada 4: No, no tengo el vínculo, pero me gustaría bastante.

Pregunta: ¿De qué tipo te gustaría que fuera este vínculo con cuales bibliotecas?

Entrevistada 4: A ver, ¿te refieres a bibliotecas o editoriales?

Pregunta: Bibliotecas.

Entrevistada 4: Ay, no conozco muchas yo creo que con todas las que están posibles, la verdad sería algo súper entretenido y bueno también es lo que es como no sé en redes sociales poder compartirlo que la gente sepa también que se motiven a ir a esas bibliotecas, entonces yo creo que ayudaría mucho.

Pregunta: ¿Considera relevante o necesario que las bibliotecas busquen tener alianzas con ustedes sí o no y el por qué?

Entrevistada 4: Yo en lo personal siento que sí, ya que a estas colaborar o participar con algunas Booktokers que es como los llamé, aparte de fomentar la lectura hacen que a la gente le den ganas de leer porque el contenido de las Booktokers no es solamente sobre un libro, o sea, son muchos y muchas de sus libros se pueden conseguir en estas bibliotecas, entonces yo creo que sería bueno para ambos lados tanto para las bibliotecas como para las personas que crean contenido ya que bueno, a ellos obviamente les favorece en visitas en visualizaciones en seguidores y a las bibliotecas también, yo creo que para que sean visitadas porque últimamente siento que están como prácticamente en el olvido, o personas que yo conozco por lo menos prefieren ir a librerías directamente tener libros propios en vez de bibliotecas, porque bibliotecas prestan libros también. Entonces sí, por eso entonces siento que sería como algo que favorece mucho a ambos lados, para las personas que también no tienen recursos para comprar esos libros.

Pregunta: ¿Qué tipo de trabajo colaborativo podrías hacer con las bibliotecas para fomentar la lectura específicamente en jóvenes?

Entrevistada 4: O sea, eso mismo yo creo que partiendo por explicarle a los jóvenes que leer algo que a ti te gusta, no es lo mismo que leer algo que te obligan en el colegio, escuela, liceo, etcétera, porque la mayoría de las veces que nos dan libros para leer ya sea por pruebas, trabajos a uno no le gustan partiendo porque se siente presionado entonces yo creo que una de las mejores cosas que se podrían hacer sería partiendo ya, leer desde tu propio a ver... como prácticamente incentivarte solo o ya sea por estas personas que crean contenido de libros en redes sociales, entonces por eso yo creo que... como ya había dicho anteriormente el tema de Bibliotecas de algo que a ver...en Chile leer es prácticamente no todos pueden recurrir a eso porque es caro y es muy caro

comparado con otros países como por ejemplo Argentina, un libro que aquí cuesta \$30.000 pesos en Argentina cuesta \$13.000 pesos o incluso menos, entonces yo creo que el tema de las bibliotecas sí podría ser algo que favorecería a gente que no tiene los recursos para poder adquirir libros propios y eso puede que en redes sociales se... no se sirva más ya que todos los jóvenes últimamente están con el tema de las redes sociales.

Pregunta: ¿De qué género literario hablas más en tus contenidos y por qué?

Entrevistada 4: Yo partí hablando sobre libros de romance, pero ahora ya por lo mismo por vídeos que me aparecen o por recomendaciones de gente que lee también, cercana a mí empecé a meterme más en el mundo de la fantasía y de la distopía y es algo súper entretenido, la verdad, porque no tiene nada que ver a lo que es obviamente el mundo real, o sea, prácticamente tú empiezas a leer y como que te desconectas, o sea, aparte de estar pasando un buen rato leyendo también te sirve para despejarte de algunas cosas que últimamente te están consumiendo la mente ya en la vida real.

Pregunta: ¿De qué tipo de contenido es el que más te gusta hacer tags, trends reseñas, etcétera y por qué?

Entrevistada 4: A mí yo creo que uno de los como de los vídeos que más me gusta hacer son como de frases de libros y obviamente reseñas también porque partiendo que normalmente los vídeos de frases de libros como de... no sé de capítulos cosas así suelen ser vídeos cortos y los vídeos cortos son los que yo creo que más le gustan a la gente porque se ven rápido y aparte normalmente, si uno pone una frase suele ser una frase interesante ya sea de romance, de terror de, lo que sea que a ti te guste leer o que te interese, entonces después la

gente, por ese por esa misma frase te empieza a preguntar qué libro es al que te refieres, así que yo creo que por parte es eso y ya están las reseñas que aparte de dar una mini sinopsis de lo que va el libro, tú también entregas tu punto de vista al haberlo leído que ya sea bueno o malo a la gente, o sea, la gente se va a interesar por leerlo igual primero porque si ya te sigue desde hace tiempo, sabe qué tipo de contenido creas y qué libros más o menos te gustan, puede que se sientan como eh...sientan como los mismos gustos que tienes tú no sé si me explico se sientan como ay, bueno, se me olvida la palabra. Bueno, pero puede que tengan los mismos gustos que tú entonces puede que ese libro que tú estás recomendando o reseñando les vaya a gustar a ellos también y si no les gustan, o sea, si la reseña es mala, puede que quieran leer este libro para saber si ellos también van a encontrar ese libro malo o generar ya una opinión propia porque yo por lo menos cuando veo reseñas de libros malos, o sea, para la gente que lo hace a mí me dan ganas de leerlos para tener una opinión propia entonces eso yo creo que sería más o menos.

Pregunta: ¿Cuánto tiempo dedicas a la realización de contenido e interacción con seguidores y cómo es la interacción con tus seguidores?

Entrevistada 4: Yo bueno, ahora en las vacaciones me dediqué hartito a hacer el vídeo para días que también quería hacer otro tipo de cosas y ahora con el tema de la Universidad no he estado tan activa, pero aun así como tiempo libre que tengo intento hacer vídeos por lo menos hasta para subir toda la semana, no sé, me cambio de ropa, hago algo, para que parezca que no hice todo ese mismo día, pero ahí ya a la interacción con mis seguidores, o sea, yo creo que no sé, lo típico es responder comentarios intento responder todos los comentarios que puedo ya sea porque me hacen o sea, preguntas con respecto a opiniones desde el libro si la pareja principal de los libros que estoy leyendo terminan juntos o no

terminan, entonces yo creo que eso es como la típica interacción que uno tiene entre creador de contenido y gente que se ve después ya otra cosa sería en Instagram, que en Instagram por lo menos no soy tan activa como lo soy en Tiktok pero de todas formas subo intento subir reseñas escritas y obviamente subo historias ya sea de noticias de novedades del mes y la gente suele responder esas historias, entonces ahí también estoy como hablando directamente con la gente que me sigue. Yo creo que eso sería la máxima interacción que tengo por lo menos con mis seguidores.

Pregunta: ¿Qué tipo de contenido tiene más alcance e interacción entre tus seguidores y por qué piensas que ese contenido tiene más alcance según las estadísticas que te entrega la red social?

Entrevistada 4: Lo mismo que había dicho antes, como más o menos que los libros o sea los vídeos que tienen más alcance suelen ser vídeos cortos por lo mismo porque se ven rápido y vídeos de uno mismo hablando porque bueno de ahí... No sé por qué esos videos tendrán más visualizaciones que el resto de los demás, pero normalmente a la gente le gusta ver vídeos de personas hablando sobre libros o opinando sobre los libros famosos que a ellos no le gustaron entonces de ahí ya mucho público llega a ese tipo como de creación por así decirlo. Yo creo que eso sería como lo que más llega a tener visualizaciones tanto a vídeos como al respecto del libro.

Pregunta: ¿Tienes interacción con otros u otros creadores de contenido literario de qué tipo y si han colaborado juntos o solo interactuando?

Entrevistada 4: Tengo interacciones con otros creadores de contenido, pero todavía no hemos llegado a colaboraciones, o sea, yo hace poco. Bueno, es que

igual entre hablar con esas personas y todo el tema, compartir opiniones de libros con esas personas también, uno termina haciéndose amigos virtuales prácticamente de esa gente aparte, ya he conocido a varios por ferias del libro, que se han hecho donde no sé, nos mandamos un mensaje y es como hola, estoy aquí tú también, sí, saludémonos y así prácticamente empieza todo y a ver, lo más cercano, claro, colaboración, que yo tenía con Booktokers o creadores de contenidos ha sido a una amiga ya, porque la considero ya, estábamos como haciendo un sorteo de un libro que determinan la próxima semana, pero más que eso yo creo que no solo interactuar.

Pregunta: ¿Conoces a algún influencer que tenga alguna colaboración y o vínculo con bibliotecas es la respuesta, es sí es de qué tipo y si es no, por qué crees que no?

Entrevistada 4: Con bibliotecas... creo que no conozco a ninguno ni por qué yo creo que porque lo que según yo desde mi punto de vista a esos Booktokers les interesa más que nada tener los libros que le dan ejemplo las editoriales para ellos mismos que solamente prestados también está como el tema de no pedir libros prestados por miedo a que les pase algo, ya sea romperlos, no sé qué se estropeen, se doble una hoja entonces yo creo que por eso más que nada las Booktokers famosas o como lo que yo creo que o sea por lo que yo creo que no colaboran con bibliotecas sería por eso.

Pregunta: Según las estadísticas que te entregan las redes sociales, ¿nos podrías contar quiénes visualizan más tu contenido su género, edad y país? ¿Por qué crees que esas personas consumen más tu contenido?

Entrevistada 4: El otro día exactamente estaba viendo qué tipo de personas me seguían en Tiktok porque hay un lugar en el que sale todo eso y la edad exacta no aparece. Yo creo que deben ser como en su mayoría, adolescentes o veinteañeras, y tanto a géneros como país género me salía como un 97% de mis seguidores eran mujeres el 3% de hecho salían hombres y de países la mayoría como el 70% igual eran de Chile y el otro por ciento era de Perú de México España y Argentina. Yo creo que más que nada los adolescentes tienen como a leer libros por lo mismo, o sea, son adolescentes, hay algunos que no ni siquiera han vivido lo que es una relación o una relación sana, entonces suelen recurrir ya a lo que son los libros porque tiene todo eso y más, o sea, ejemplo, hay gente que obviamente en lo personal por nada del mundo le gustaría tener una relación tóxica, pero disfrutan leyendo sobre eso, yo no, pero hay personas que sí, entonces yo creo que es más que nada por eso como para escapar de la realidad.

Pregunta: En relación con la interacción que tienes con tus seguidores u otros Influencer literarios. ¿Estás de acuerdo o en desacuerdo con la hipótesis de que los jóvenes actualmente no leen las respuestas pueden ser sí o no? ¿Y el por qué?

Entrevistada 4: Estoy de acuerdo con que no leen por lo mismo que había dicho anteriormente que fue el ejemplo de la lectura obligada en los colegios, o sea, yo por lo menos cuando desde chica me ha interesado la lectura, pero llegaba el momento de que me obligaban a leer tal libro en el colegio por una nota y yo sentía ese peso en mí entonces no me gustaba nada, después ahora ya leer libros propios es algo que sí me gusta mucho, pero también está el tema de que ahora los jóvenes según yo no están muy interesados en lo que es libros por el teléfono por redes sociales, o sea, por lo mismo el momento de la lectura por redes sociales es una buena idea y si por último no les gusta leer un libro físico

porque no sé tienen el teléfono al lado y se distraen, pueden leerlo digital que ahora también está esa opción ya sea por PDF, por un Kindle y no sé yo cuando partí leyendo partí leyendo de hecho en Wattpad que es una aplicación que obviamente veo el teléfono. Pero sí o sea, la mayoría de los jóvenes diría yo no les interesa la lectura y casi siempre que les pregunto por qué dicen por qué solamente han leído libros del colegio y no les han gustado, rescatan un par de libros, pero no les encantan y tampoco les dan ganas de seguir leyendo por lo mismo.

O sea, no sé, a mí en séptimo básico a los 12, 11 años me obligaron a leer dos libros por mes entonces no sentía que era mucho y aparte no soy humanista, me gusta leer, pero no soy humanista.

Anexo N°6

Entrevistada 5

PREGUNTA: ¿estimada Daniela nos entregas tu consentimiento para grabar esta entrevista y a la vez hacer uso de ella como recurso de investigación?

ENTREVISTADA 5: sí estoy de acuerdo doy mi consentimiento para ser grabada y usar información con fines investigativos

PREGUNTA: muchas gracias.

Bueno las primeras preguntas son como de caracterización

¿tu edad?

ENTREVISTADA 5: 23 años

PREGUNTA: ¿género?

ENTREVISTADA 5: femenino

PREGUNTA: ¿profesión o dedicación?

ENTREVISTADA 5: soy estudiante de ingeniería comercial, último año

PREGUNTA: ¿tu dedicación a las redes sociales es completa o parcial?

ENTREVISTADA 5: es parcial por el momento

PREGUNTA: nos puedes contar la historia de ¿cómo partiste creando contenido literario en redes sociales?

ENTREVISTADA 5: ya mira, así sinceramente yo desde muy pequeña, siempre he tenido interés por las redes sociales, es como algo que siempre me ha gustado pero yo nunca había encontrado como que cosa hacer con esto, como con que sacarle provecho, entonces yo además siempre leo, desde muy pequeña y me empecé a dar cuenta de a poco que había mucha gente que creaba contenido en redes sociales de lectura y así es como empecé a conocer este mundo, esta comunidad porque en realidad yo no la conocía, entonces de a poco me empezó a seguir más gente, me creé un Tiktok y ahí fue donde empezó todo, yo dije ya voy a empezar en Tiktok porque Tiktok cómo es tan público te ve gente que no te conoce, es como casi anónimo pero al mismo tiempo no, entonces dije ya voy a empezar con Tiktok y voy a ver cómo me va, y de a poco, que en realidad fue súper rápido porque todo esto empezó como en diciembre del año pasado, empecé a ganar seguidores, empecé a recibir comentarios súper bonitos y eso me daba más animo a seguir y de verdad conocí mucha gente que también estaba en esto y ahí fue como llegué a Bookstagram y ahí estoy subiendo reseñas, publico cosas, recomendaciones y ahí fue como comenzó todo en realidad Tiktok fue la que me impulsó a hacer esto.

PREGUNTA: ¿Tienes algún vínculo o colaboración con bibliotecas si actualmente?

ENTREVISTADA 5: colaboro con la antártica, la librería antártica

PREGUNTA: ¿de qué tipo esa colaboración?

ENTREVISTADA 5: ellos no me piden hacer mucho, como por ejemplo las editoriales, pero lo que a ellos les interesa es que re-suba sus publicaciones, por ejemplo, novedades, concursos y a cambio ellos me regalan un libro mensual elegido por mí

PREGUNTA: pero esos son librerías, bibliotecas en donde tú puedes pedir un libro que te lo dan por cierto tiempo y tú lo devuelves

ENTREVISTADA 5: ahí no y tampoco si puedo como mencionar esto, tampoco conozco ningún bookstagramer que tenga un vínculo con bibliotecas porque al menos por ejemplo yo vivo en Rancagua y en Viña y en Rancagua cómo que nadie va y en Viña la biblioteca está como cerrada, es grande, pero tienen así un espacio para utilizar y cómo que de la pandemia quedó así y nunca se han preocupado de restaurarla

PREGUNTA: es buena esa observación y de hecho te lo íbamos a preguntar más adelante si conoces a alguien o no, sí que bueno saberlo

¿por qué crees que nos ha dado esa vinculación con bibliotecas?

yo creo que principalmente es porque ellos no tienen como esa estrategia de negocio, por ejemplo que tienen las editoriales las librerías que ocupan mucho las redes sociales, ellos como que te encuentran con respecto al contenido que tú haces por el reels, fotos, hashtags, todas esas cosas, en cambio las bibliotecas como que no están metidos mucho en ese mundo, yo lo último que vi fue como un concurso que hubo que no me acuerdo de que biblioteca era que era así como

del lector, entonces como ellos no buscan gente, tampoco a los a bookstagrammer como que les atrae colaborar con bibliotecas entonces yo creo que ese puede ser como un factor

PREGUNTA: ¿consideras relevante o necesario que las bibliotecas pueden tener estas alianzas con ustedes?

ENTREVISTADA 5: yo creo que yo creo que igual sí porque fomenta a la gente como a visitarla, creo que sería como porque estas colaboraciones que se hacen lo principal yo creo que además de fomentar, su principal fin es vender esos libros, entonces que la biblioteca hagan esto yo creo que es más una invitación a visitar el lugar, a ir y hacer lo que a uno en realidad más le gusta porque uno le gusta leer, comprar libros, pero en realidad la el finalidad no es comprar, sino que es leer, entonces yo creo que sí sería una buena idea que ellos hagan estas cosas para incitarnos a visitar ese lugar porque es un ambiente diferente, cómodo

PREGUNTA: y en el fondo iguales como sin fines de lucro o sea al si el objetivo solamente es como que lees el libro

ENTREVISTADA 5: exacto, si yo encuentro que es una buena opción

PREGUNTA: ¿Qué tipo de trabajo colaborativo podrías hacer con las bibliotecas para fomentar la lectura en jóvenes?

ENTREVISTADA 5: yo haría eventos, lo que a mí se me ocurriría por ejemplo lo invitaría como no sé, el día del lector por ejemplo, el día del libro, lo invitaría como a conocer el lugar, haría quizás un recorrido, yo lo veo más como un como un museo, como algo turístico, así como cuando el día del patrimonio, como no un espacio de encuentro y quizás podría invitar no sé, autores chilenos, hacer como algún lanzamiento de un libro ahí, yo creo que eso llama mucho la atención a los lectores como tener un encuentro cercano con un autor y yo creo que, qué mejor que hacerlo en una biblioteca, más que en un centro de evento o en alguna otra

parte como que es mucho más así cercano, a mí eso es como algo que se me ocurriría hacer

PREGUNTA: ¿De qué género literario hablas más en tu contenido? y ¿Por qué?

ENTREVISTADA 5: Romance, romance new adult y comedias es lo que más hago de contenido básicamente porque es lo que más me encanta, es lo que siempre me ha gustado y eso es lo que me mueve de hecho trato de darle como oportunidades a otro género y me cuesta mucho

PREGUNTA: ¿Qué tipo de contenido es el que más te gusta hacer? Ya sea taggs, trends, reseñas y ¿Por qué?

ENTREVISTADA 5: ENTREVISTADA 5: me gusta los trends y las reseñas porque... me gustan los trends porque los encuentro entretenidos y las reseñas porque ahí más que reseñar el libro y todo, hablo mucho de lo que a mí me causó, doy mucho mi opinión, entonces es una manera de acercarme a la gente como también yo desahogarme porque muchas veces uno siente tantas cosas leyendo y quiere decírselo a alguien y no tienes a nadie a quién decirlo, entonces yo lo escribo y después lo subo y así mucha gente va comentando y damos nuestras distintas opiniones y no siempre son buenas, de hecho una reseña no siempre tiene que ser positiva, si es una crítica al libro también es muy válida.

PREGUNTA: Perfecto. ¿Cuánto tiempo dedicas a la realización de contenido e interacción con seguidores y cómo es la interacción con los seguidores?

ENTREVISTADA 5: mira, así como dedicación, no tengo así como fija porque hay semanas que estoy todos los días y otras que casi nada, por los estudios y todo eso, pero estoy constantemente en el bookstagram conectada, por ejemplo a mí me responden, yo respondo, doy like, como que mucha gente que me habla siempre me dice “me encanta hablar contigo porque tú siempre respondes los mensajes”, claro porque yo estoy pendiente del celular, pero para hacer

contenido si me demoro un poquito por el tema del tiempo, pero la interacción con ellos es constante siempre contesto y uso el teléfono.

PREGUNTA: Perfecto. Qué tipo de contenido tiene más alcance e interacción entre tus seguidores y ¿por qué piensas que ese contenido tiene más alcance?

ENTREVISTADA 5: Yo creo que el contenido que tiene más alcance es emmm... las reseñas, pero, las reseñas en video más que escritas, porque a la gente le gusta mucho por lo que me he dado cuenta, ver a la persona, hablar para conocerla, sus gestos su voz, de hecho, las niñas que tienen más seguidores en bookstagram o Tiktok son las que hablan todo el rato y se muestran tal como son. Entonces yo creo que esas cosas son las que tienen más alcance en las redes sociales, ver en realidad a alguien como es y no en realidad algo tan elaborado, bonito y casi que publicitario.

PREGUNTA: La siguiente pregunta es si conoces a algún influencer que tenga alguna colaboración o vínculo con una biblioteca, bueno eso ya lo respondiste, nos dijiste que no.

ENTREVISTADA 5: Claro, sí.

PREGUNTA: ¿Tienes interacción con otros creadores de contenido literario y de qué tipo, si colaboran o solo interactúan?

ENTREVISTADA 5: Hasta el momento solo interacción, si tengo harta interacción con otros colaboradores de hecho se realiza un evento y vamos juntas, subimos fotos, nos comunicamos, hacemos lives, nos juntamos por discord y ahí leemos y nunca colaboré con ellos, así como por ejemplo de subir algo juntos pero una vez colaboré con fernisbooks en Instagram en un live de lectura, eso fue lo último que hicimos, pero es un buen ambiente, es lindo interactuar con otros colaboradores.

PREGUNTA: Ahora si sigue Fran, disculpa.

PREGUNTA: Según las estadísticas que les entregan las redes sociales, ¿quiénes visualizan más tu contenido? ¿Si nos puedes entregar el género, edad y país y porqué crees que esas personas consumen más tu contenido?

ENTREVISTADA 5: Por lo que yo he visto, la mayoría, casi el 90% son mujeres, el país es Chile y luego México, por lo que me he dado cuenta. Y edad, es más o menos, la edad de mis seguidores, que es como más o menos de 16 a 25, una cosa así, y yo creo que es porque, de partida porque esos son mis seguidores, es lo que está en mi feed, mucha gente te arroja lo mismo que tú vez y porqué, y en Chile porque, por los hashtags, yo igual pongo Chile o bookstagram Chile o Antártica y esas cosas y es el país. Y femenino quizás porque como hablo mucho sobre romance cosas, así como de new adult, cosas muy mamonas que a mí me encantan, es como con lo que más se identifican ellos yo creo.

PREGUNTA: ¡Ya, Genial! La siguiente pregunta es en relación con la interacción que tienes con tus seguidores u otros influencer literarios, ¿estás de acuerdo o en desacuerdo con la hipótesis de que los jóvenes actualmente no leen? La respuesta puede ser sí o no y el porqué.

ENTREVISTADA 5: Mira, sabes que yo siempre pensé que los jóvenes no leían mucho, porque mi círculo más cercano de la universidad, del colegio, etcétera, nadie lee, no, y si van a leer, leen solo un libro y después pasa un año y leen otro, pero desde que entré como a este mundo del bookstagram literario, me di cuenta de que somos muchísimos, como demasiada gente que le gusta esto y que se abre un Instagram para hablar de libros y buscan gentes que esté en la misma, yo siempre digo en mi perfil, yo no estaba sola, solo que no sabía buscar quienes eran los que estaban interesados en lo mismo que yo, entonces yo creo que si igual hay una gran parte de gente que lee, solo que, quizá sea un mundo aparte, no sé, pero al menos cada vez se va haciendo más popular, porque esto de las

editoriales y las librerías están full con las redes sociales, y los eventos están como cada vez más visualizándose, entonces yo creo que cada vez va a ver más alcance con los lectores.

PREGUNTA: Perfecto, esa era la última pregunta, como puedes ver, la entrevista era cortita, voy a terminar de grabar.

Anexo N°7

Entrevistada 6

Pregunta: ¿Tu edad?

Entrevistada 6: Tengo 24 años

Pregunta: ¿Género con el que te identifiques?

Entrevistada 6: Femenino

Pregunta: ¿Profesión o dedicación?

Entrevistada 6: Soy estudiante de Ingeniería Civil Industrial

Pregunta: ¿Tu dedicación a las redes sociales es completa o parcial?

Entrevistada 6: Parcial

Pregunta: ¿Nos puedes contar la historia de cómo partiste a crear contenido literario?

Entrevistada 6: Perfecto. Yo tenía 18. Estaba en las primeras vacaciones de verano, después del primer año de universidad... y estaba... aburrida. Básicamente yo siempre leía mucho en el colegio, fue como mi boom de lecturas,

onda, me leía una cantidad increíble de libros que yo todavía no me lo creo porque ahora no puedo llegar a ese nivel de lecturas que leía antes, y siempre tenía la inquietud de poder compartir los libros que iba leyendo y que me iban apareciendo porque dentro de mi círculo de amigos... eh no todos leían, y no todos leían también con la misma frecuencia y el mismo tipo de libro entonces no tenía con quién hablarlos cachai, entonces me gustaba mucho poder contar a través de los vídeos que era lo que me habían parecido los libros que estaba leyendo y a su vez también fomentar la lectura en el ambiente con el que me encontraba, yo el contexto en el que me encontraba en Santiago de Chile donde había muy pocos booktubers en la época en la que yo estaba y en español también habían pocos. Entonces, la idea era como poder fomentar más eso, porque la mayoría de contenido que había respecto al libro eran en inglés y no todos hablaban inglés, entonces a veces era medio confuso y te perdías ahí un poco de información o de los libros que van saliendo. Entonces la idea era poder aprovechar ese pequeño nicho que hay para poder comentar como mis libros y eso básicamente.

Pregunta: Perfecto ¿tienes alguna colaboración con bibliotecas?

Entrevistada 6: No bibliotecas no, O sea... depende, mira, tuve una invitación de una biblioteca en un colegio público de... no me acuerdo que comuna y fuimos a hacer un taller junto con Laura que era una de las facturas también que estaba en ese tiempo con artos seguidores y haciendo contenido como frecuentemente de libros, y nos invitaron hacer como una charla para hablar con las niñas pequeñas de creo que de primer ciclo, comentarles sobre recomendaciones de libros, como las niñas estaban muy emocionadas porque seguían nuestros canales y como que les interesaba mucho la lectura, entonces fue entretenido darles como un taller, mencionarles los beneficios como de la lectura,

recomendarles libros, entonces eso fue como la primera colaboración así como biblioteca propiamente tal, pero pero en general, no, o sea, tengo más colaboraciones con editoriales y con tiendas de libros en general lo otro que he hecho es como que me han invitado a participar de concursos de no sé si conocía este concurso de youtubers del Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas, bueno también me han invitado a participar de eso y participe una vez y me han vuelto a invitar a participar de nuevo pero por temas de tiempo no he podido, pero esa es como la máxima colaboración que he logrado tener con alguna biblioteca.

Pregunta: ¿Y por qué crees que nos han dado más colaboraciones?

Entrevistada 6: Es que está complicado porque por lo menos a mí nunca me han contactado para poder hacer algún tipo de colaboración, tengo entendido que hay booktubers chilenos, no sé si conoce a Fran Urriola, que ella uno de los videos que hizo ha sido promocionando la Biblioteca Pública digital, pero no ha sido creo que no ha sido por una colaboración propiamente tal sino que porque ella quiso como recomendar ese tipo de aplicación como para poder acceder a la lectura a través del teléfono cachay, entonces, me tinca qué quizás no está la gente que está como encargada de ese tipo de proyectos no está viendo como el potencial, que quizás las redes sociales están teniendo ahora y desaprovechan eso, porque mucha gente que lee y que no tiene idea de la Biblioteca Pública digital, entonces tampoco conoce las bibliometros como que las ha visto solamente, pero no sabe que son gratis los préstamos de libros entonces que se pierde harto ahí de marketing con toda esta relación con las redes sociales.

Pregunta: y de ahí mismo viene la otra pregunta ¿Encuentras importante que las bibliotecas, busquen estas colaboraciones con ustedes?

Entrevistada 6: sí, sí, o sea, las colaboraciones que generalmente se hacen son yo te paso un libro tú lo lees y me haces un vídeo, me subes un post, un reels lo que sea y eso también toma tiempo y me imagino que también ellos tampoco pueden ofrecer como Mucha libertad en el sentido de pagarte por el contenido o retribuirte de alguna forma, entonces siento que eso quizás a ellos los corta un poco, pero siento yo que en el ambiente chileno en el que estamos a ninguno de los booktubers que yo conozco y yo tampoco hemos cobrado por alguna colaboración, o sea, casi que el costo que te dan es el libro y es como un costo de oportunidad, o sea, todos estáis gastando todo el tiempo leer el libro y el libro como que dijera te entre comillas, pero está ese costo cachay y entonces yo pienso que quizá ellos piensan como lo están metidos como en el mundo piensan que colaborar con un booktuber significa como tener que pagarle y no necesariamente, o sea, la mayoría de nosotros lo hacemos como por amor al arte, entonces no, no... no tenemos ningún fin lucrativo con esto entonces si es que ellos aceptaran colaboraciones con nosotros o nos ofrecieran cosas, sería muy entretenido porque les doy la oportunidad a gente, que no tienen quizás los recursos para comprarse libros y de leerlo en un teléfono, o sea, la mayoría de las personas ahora tienen un teléfono donde pueden leer y de hecho eso ha sido también el impacto tanto que tenía Wattpad es un libro gratis cachay, entonces por qué no hacer eso de la Biblioteca Pública digital donde podéis leer como muchos libros y mucha variedad, entonces si, sería una oportunidad grande y que la Biblioteca Pública digital como quizá impulsara más el Instagram hicieron Tiktok hiciera no sé colaboraciones de Tiktok con algunos booktubers, o sea, no sé cómo se les llaman los que tienen sí, entonces eso. Le sacarían mucho más provecho y tendrían mucho más engagement

Pregunta: ¿y qué tipo de contenido harías tú junto con las bibliotecas?

Entrevistada 6: Mi contenido sería como más como de vídeos de Youtube y de post de Instagram como que yo no soy tan me considero como un poco mayor ya para estar haciendo unos Tiktoks o cosas así, me siento fuera de onda, no cacho mucho los trends que están haciendo ahora entonces sentaría que ese sería el tipo de colaboración ideal como para llegar a la población más joven, quizás hacer un Tiktok así como el 10 libros que tienes que leer así cosas y hacerlo con música con una música como en tendencia como que siento que eso podría enganchar más, pero mi tipo de contenido sería como más... mi contenido es como entre comillas un poquito más adulto como que siento yo que quizás los jóvenes ya no ven tanto Youtube y menos de libros que estén entonces como que el contenido es como va más para gente como de mi edad quizá un poco mayor y ella como no sé la súper aplicación para leer libros gratis en Chile porque está ahí como ese tipo de cosas te gustaría la aplicación cómo usarla qué tipo de libros puedes pedir, ese tipo de cosas

Pregunta: Perfecto, ¿De qué género literario hablas más en tu contenido y por qué?

Entrevistada 6: de todo en verdad, partía hablando del canal de libros de suspensos, thriller policiales también, porque estaba muy metida en ese tiempo con una Agatha Christi y Stephen King pero sigo a pesar de que sigo leyendo esos libros, he logrado meter como no sé muchos libros... eh ensayo textos históricos de la Segunda Guerra Mundial o historias de primera persona de la segunda de la Segunda Guerra Mundial como testigos del proceso histórico, entonces, es como migrado como diferentes géneros porque la premisa y siento yo que la propuesta de valor como de mi canal es como libros para todos como recomendarle a la mayoría de las personas, o sea de todo entonces en general,

Pregunta: Qué buena ¿Qué tipo de contenido es el que más te gusta hacer ya sea un tag un trend, una reseña y por qué?

Entrevistada 6: Me gusta mucho hacer las reseñas de hecho en mi canal como que yo creo que es 70% reseña y 30% tags y otras cosas porque me gusta mucho poder explayarme con un libro como que siento yo que si hago no sé los cinco mejores libros que le dio este año como que tienes que hablar no sé un minuto máximo de cada libro porque si no la gente se aburre que si leí mucho del libro se habla mucho del libro entonces yo creo que las reseñas lo que más me gusta hacer pero también es a los vídeos que generalmente no le va también un vídeo no puede ser más largo no sé 7-8 minutos porque alguien se queda hasta el minuto 3 entonces tenés que tratar de dar la información principal como en esos mismos primeros minutos porque uno sabe cómo está las analíticas de tu canal y sabes cómo en qué minuto la gente generalmente ve

Pregunta: ¿Cuánto le dedicas a la creación de contenido e interactuar con tus seguidores?

Entrevistada 6: Una tres horas semanales quizás porque el vídeo igual tiene alerta planificación o sea, tratar de hacerte un mini guion de lo que vaya a decir más o menos, ojalá no están estricto como para que el vídeo no suene como hola voy a hablar de no sé qué cosa que está ahí también tratar de no olvidarte que como que decir preparar la cámara cargar la cámara después editarlo editarlos como lo más cachos que bueno cuando uno tiene más hay tanto tiempo haciendo vídeos como que lo hacen muy rápido ya tienes como la plantilla hecha pero igual toma tiempo tratar de buscar también el contenido que quizás pegue más o le guste más a la gente y la forma en la que interactúa con los seguidores básicamente con los comentarios de Youtube que bueno como no tengo tanto tiempo porque estoy trabajando. Estoy estudiando tampoco los puedo responder

mucho pero generalmente me pongo un corazón porque los leo y la principal interacción aparte de los comentarios de Youtube sería como el Instagram no lo tengo tan activo como quiera no subo muchas historias ni muchos post por falta de tiempo y también porque no estoy todo el día leyendo entonces no tengo mucho contenido que hacer como cuando lo más que podía hacer es subir una historia de que estoy leyendo no sea la 11 de la noche antes de dormirme pero eso como lo único que podría ser que estén y la gente me manda mensajes por direct de Instagram y eso es como la interacción generalmente se dan conversaciones bien largas y es interesante como poder conocer a los a las personas que también en verdad.

Pregunta: Perfecto ¿Tienes interacción con otros creadores de contenido literario? ¿de qué tipo? ¿colaboran juntos o solo interactúan?

Entrevistada 6: ya sí, o sea, interactuamos. Yo conozco a varios a los principales que están ahora como todavía sin más contenido de libros porque hay mucho que desaparecieron en el camino, o sea, cuando yo entré la mayoría de los que estaban cuando ella entre ella no estaba haciendo pantalla del libro, pues entonces, pero por ejemplo con la franja a veces no escribimos por Instagram no respondemos como historia, o sea, yo no sé si ella me conoce a mí como booktuber quizás me conoce como seguidora. Bueno, no sé la vía de no sé qué no sabía Andrea que también tenía un canal de libros que ahora lo mezclo más con Disney y con otras cosas, pero sí la conozco, pero sí y un tiempo en que colaboramos que las colaboraciones estaban muy muy de moda que fue como 2017-2018, pero ya el 2019 como que se perdió un poco ese sentido como de comunidad y como que ya no era tan común hacer colaboraciones también, porque la gente quizá no la veía tanto. Igual es un caso de cómo hacer la

colaboración. Eso tenéis que ponerte de acuerdo con la otra persona en un día y me tiene que llevar una cámara tiene que ser un lugar como que se vea esa segura y que se vea bien calzado, sea igual es complicado eso, así que antes más colaboraciones y ahora es más interacción de tu no ves los vídeos de ellos o te escribís como por whatsapp o por Instagram ese tipo de cosas.

Pregunta: perfecto ¿Conoces alguna Influencer que tenga alguna colaboración o vínculo con bibliotecas? me habías dicho que conocías a una

Entrevistada 6: tengo un recuerdo de que es un tiempo atrás, quizás sea un buen año, no sé no me acuerdo cuánto subimos un vídeo de la Biblioteca Pública digital y a veces sube reseñas de libros y dice como este libro lo saqué de la Biblioteca Pública digital ponerlo aquí, no sé si eso es una colaboración o si ella lo hace como para incentivar la lectura y promocionar eso como por su cuenta, pero ahí habría que preguntarle a ella, no sé si es colaboración y ella sería como la única persona que conozco porque no se conoce a la Carla Martínez tenía un canal de Youtube hace tiempo y ahora está con mucho en el tema del Tiktok y del Instagram ya no hace vídeos de Youtube sino que sube contenido de libros en Tiktok y en Instagram y es muy muy popular, porque lee tipos de libros como muy como trend como muy de moda y de cómo más orientados como para adolescentes, entonces la gente es como está muy pendiente de como de las recomendaciones de ella, porque es mucho de la onda de libros, no sé de vampiros libros eróticos libro de no sé qué cosa cartel y creo que ella también creo que en alguna vez le ha visto algún post o algo de la Biblioteca Pública digital porque yo lee mucho en digital, pero no sé si tendrá una colaboración no sabré que preguntarle.

Pregunta: Según las estadísticas que te entregan las redes sociales, ¿Quiénes visualizan más tu contenido? si me podrías decir el género la edad el país y por qué crees que esas personas consumen más tu contenido

Entrevistada 6: ya mira, es lo revise porque estoy viendo las preguntas y eran mujeres, mayormente mujeres, no tanto como el 54% mujeres, entonces igual era como más o menos parejo generalmente eran de México o España igual hay harto de Chile, pero al final de Chile como Argentina pero el principal era México como el primero era México y que otra cosa más la edad era como entre 25 y 30 años y por qué creo que es esa edad. Bueno por la que te comentabas a mi contenido es como mucho más como tranquilo y por decir, o sea, no quiero decirlo como maduro, pero como más como orientado como a captar la atención de una persona que está interesada como lo que uno va a hablar y no como en ver un texto así como que le salga entonces como que el tipo de persona que generalmente eso hace eso gente más grande, que echáis más más adulto entonces que tiene como algún tiempo limitado hay que buscar algo en específico, la reseña del libro en específico, entonces siento que por ese, o sea, por eso como que mi contenido es como más relacionado con personas un poco más adultas y también porque yo estoy casi en el rango comodidad de ello, entonces me imagino que quizás también puede ser como lo justo un poco más se siente más identificado, también, o sea, cuando yo abrí el canal mi contenido era mucho más de libros mucho más infantiles o juveniles por decirlo de alguna forma y ahora son otro tipo de libros que así porque ella no publicar los gustos cambian. Entonces me imagino que mi público también ha ido migrando como en ese tipo de gusto y y cuál es la otra pregunta, no, eso era todo claro, porque crees que esas personas consumen más tu contenido y México porque se me hizo muy viral un vídeo en México porque lo pusieron en la tele durante la pandemia un canal como educativo y ya no tenía idea y de repente empecé como estaban llegando muchos comentarios y comentarios así como like, si viste este vídeo como bueno típico comentario que uno dice y realmente me empezaron ayer

como seguidores que me mandaban pantallas hoy y saliste en la tele en TV México no sé qué cosa de y era, porque habían puesto un video de Malala que yo había subido hace como dos años que estoy lo habían puesto como para explicar sobre la vida de ella y como yo hablaba de la bibliografía de la persona lo pusieron y yo cacho, que por eso mucha gente de México llegó a mi canal y también porque México siento yo que ha sido como el la cuna del booktube en español no sé por la pusimos hasta la palabra en español no me acuerdo bien más está no sé, pero por ejemplo había una española. También tenía como una biblioteca por detrás así llena y es me parece que se llama no me acuerdo cómo se llamaba entonces siento que esos países como que quizás las personas están más predispuestas a leer o el sistema cultural la cultura es como diferente que como que consumen más contenido de libro acá en Chile es como que siento yo que no es tanto, o sea, es muy chico el nicho y de hecho mi canal es súper chico y me ha costado como hartoo tiempo que crezca así como lo está haciendo y aún así sigue siendo un canal chico, porque los libros de un nicho muy específico acá en Chile y no todos ven un contenido de libros, pues entonces complicado me imagino

Pregunta: en relación con la interacción que tienes con tus seguidores y otros influencers literarios. ¿Estás de acuerdo o en desacuerdo con la hipótesis de que los jóvenes actualmente no leen

Entrevistada 6: Ya, esto es como una pregunta de doble filo antes si me hubiese dicho esta pregunta cuando yo partí con mi canal de Youtube, no los niños no

leían, pero ahora he visto como como el Tiktok ha provocado que los niños se van interesando más en libros. Ahora hay que ver qué tipo de libros, obviamente el libro juvenil. Es que son de interés como cuando uno tiene 15 años que estáis, pero leen igual, pues que está ahí, entonces siento yo que eso ha hecho que los niños estén más cercanos y más predispuestos a leer y también tengo entendido que los currículos de los colegios han cambiado un poco los libros que están leyendo, entonces si te ponen le ponía un niño 15 años a leer el Quijote, pfff, ojalá intercalando con libros que tengan intereses en esa edad para que la lectura no sea una obligación, sino que algo que hagan por gusto, entonces siento yo que el Tiktok ha ayudado mucho en ese sentido, a que a que los niños lean entonces mi respuesta sería como que ahora los niños están leyendo mucho más esa es mi percepción perfecto.